

Informe: Pilotaje de la Radionovela “La Influenza” realizado por la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC), America Latina y El Caribe

Resumen Ejecutivo:

Se realizó el pilotaje de la radionovela “La Influenza” en seis países de la Región de las Américas (Argentina, Bolivia, Ecuador, México, República Dominicana y Uruguay) en noviembre del 2010, para asegurar que este material es el adecuado para las necesidades de los países. Con este propósito, se realizaron 24 grupos focales con jóvenes y adultos de sectores rurales y urbanos. Además, se hicieron 26 entrevistas en profundidad con gerentes o directores de radios de cada país participante.

Conclusiones de los grupos focales:

- Por lo general, la radionovela fue bien recibida, causó risa y captó la atención de los participantes, *“La forma jocosa, y la expectativa de la historia entre Riqui y Bea”* ~ Adulto urbano, Santo Domingo, República Dominicana, *“Es útil porque el mensaje nos ayuda a prevenir las enfermedades y nos indica escuchar los medios de comunicación para informarnos.”* ~ Joven, La Paz, Bolivia.
- Se mencionó que el mensaje es bastante claro *“(La radionovela) Nos da un ejemplo de lo que puede pasar en la vida cotidiana, además de darnos recomendaciones de cómo reaccionar una vez que tenemos algún síntoma”* ~ Tangancícuaro, México, pero podría ser mas puntual *“Los síntomas no son bien especificados”* ~ Quito, Ecuador, *“No se entiende si el chico tiene gripe A o neumonía.”* ~ Adulto, Salsipuedes, Argentina.
- El contenido *“Es útil, porque nos ayuda a concientizarnos, porque si no le tomas importancia puede empeorar la enfermedad”* ~ Joven de Tangancícuaro, México, *“Si (ayuda) porque remarca signos y síntomas de la enfermedad y la importancia de acudir de manera oportuna a las unidades de salud.”* ~ Adulto, Hermosillo, México.
- En general el material deberá ser adaptado a cada país en términos de:
 - Acento, *“Está muy bien hecha pero si las voces cambian dependiendo del país puede resultar mejor.”* ~ Joven rural Tangancícuaro, México
 - Vocabulario, *“Hay modos de hablar que acá no se usan. Cambiar por ejemplo calentura por temperatura o fiebre”* ~ Adulto rural, Toledo, Uruguay
 - Idiomas locales de acuerdo a la necesidad de cada país, *“Puede ayudar más si estuviera en idioma nativo y las personas que hablan utilicen lenguaje más popular.”* ~ Joven rural, El Alto, Bolivia.

- Los grupos enfatizaron en que el mensaje es un poco alarmista, creando pánico. Lo cual puede llevar a reacciones positivas por parte de las comunidades, *“La paranoia puede ser una forma de que la gente tenga miedo y haga cosas” (La persona se refiere a que la gente adopte medidas preventivas pero a que a veces son extralimitadas. Por ejemplo, abuso de alcohol en gel, compra de tamiflú, saturación de las policlínicas.)* ~ Joven urbano, Santa Lucia, Uruguay; o reacciones negativas, *“Miedo provocado por los medios. Campañas que asustan y mienten sobre cantidad de muertos,”* ~ Joven urbano, Salsipuedes, Argentina.

Conclusiones de entrevistas en profundidad a gerentes de radio:

- La radionovela fue bien recibida por los gerentes y no pocos de ellos están dispuestos a transmitirla. *“Siempre estamos a la espera de este tipo de producciones para pasarlas en la radio. Para marcar una diferencia con otros tipos de medios.”* ~ Radio Minka, Argentina. *“Con todo gusto daría el espacio para difundir y llegar a nuestros oyentes.”* ~ Radio Católica de Cuenca, Ecuador.
- Se sugiere desarrollar una guía que acompañe a la radionovela para fortalecer los contenidos, dar contexto, y ampliar la participación de oyentes, *“Que haya información complementaria a la radionovela para el personal de la radio.”* ~ Radio La Chiwana, Bolivia, *“Se entiende pero no es claro el mensaje porque no informa. Mezcla actores sin nexos (un joven, una embarazada, un líder religioso).”* ~ Radio Curva 99.5, Argentina.

Conclusiones y Sugerencias del pilotaje de la radionovela:

La radionovela fue bien recibida por la mayoría y captó la atención de los participantes por ello no pocos gerentes de radioemisoras están dispuestos a transmitirla. Coinciden en que el mensaje es bastante claro y el contenido va a ser útil especialmente por resaltar la importancia de acudir oportunamente a las unidades de salud. Como sugerencias se dijo que se trate de adaptar la serie en cada país para ponerlo con su propio lenguaje y que se añada una guía impresa con instrucciones de su uso.