

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

TRABAJO DE TESIS

LA COMUNICACIÓN RADIOFÓNICA EN EL ÁREA
K'ICHÉ: SITUACIÓN ACTUAL Y PERSPECTIVAS

PRESENTADO POR:

MARIO ROBERTO RECINOS LIMA

PREVIO A OPTAR EL TÍTULO DE:

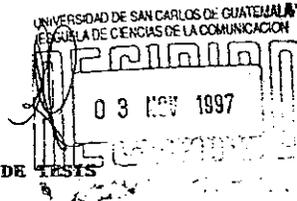
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Guatemala, noviembre de 1997

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS
DE GUATEMALA



LA DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACION
Ciudad Universitaria, Zona 12
Guatemala, Centroamérica



DICTAMEN INFORME FINAL DE TESIS

Guatemala, 30 de octubre, 1997

Señores
Comisión de Tesis
Edificio

Distinguidos señores:

Por medio de la presente informo a ustedes que he revisado la versión final del trabajo de investigación de tesis del (la) estudiante

MARIO ROBERTO RECINOS LINA

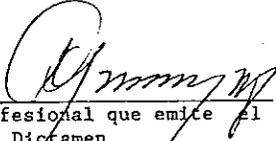
Carnet No. 7914453

cuyo tema es LA COMUNICACION RADIOFONICA EN EL AREA KICHE: SITUACION
ACTUAL Y PERSPECTIVAS.

El citado trabajo llena los requisitos de rigor, por lo cual emito
DICTAMEN FAVORABLE para los efectos subsiguientes.

Sin otro particular,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


(f) Profesional que emite el
Dictamen
Lic. César Urizar M.

cc/archivo
estudiante



ESCUELA DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACION

Guatemala, 5 de noviembre de 1.997
ECC 1,308-97

señor estudiante
Mario Roberto Recinos Lima
Esc. Ciencias de la Comunicación

Estimado Señor Estudiante:

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir lo acordado por Comisión Directiva Paritaria, en el Inciso 2.3, del Punto Segundo del Acta No. 33-97 de sesión celebrada el 3 de noviembre de 1.997.

"SEGUNDO:... 2.3:....
Comisión Directiva Paritaria, en base al dictamen favorable y lo preceptuado en la Norma Séptima de las Normas Generales Provisionales para la Elaboración de Tesis y Examen Final de Graduación, vigente, ACUERDA: Nombrar a los profesionales Lic. César Urizar (Presidente), Licda. Aracelly Mérida y Lic. Ismael Avendaño, para que integren el Comité de tesis que habrá de analizar el trabajo de tesis del estudiante MARIO ROBERTO RECINOS LIMA, Carnet No. 7914453, cuyo título es: LA COMUNICACION RADIOFONICA EN EL AREA KICHE: SITUACION ACTUAL Y PERSPECTIVAS."

Atentamente,

"ID Y ENSEÑANZA A TODOS"

Licda. Miriam Yucute
Secretaria

MY/lm
CC. Comisión de Tesis



PROPIEDAD DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Biblioteca Central



ESCUELA DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACION

Guatemala, 19 de noviembre de 1,997
ECC-1,330-97

Estudiante
MARIO ROBERTO RECINOS LIMA
Esc. Ciencias de la Comunicación
Edificio

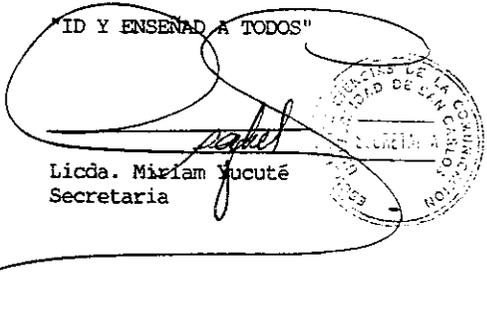
Señor estudiante:

Para su conocimiento y efectos me permito transcribir lo acordado por Comisión Directiva Paritaria en el Inciso 2.8 del Punto SEGUNDO, del Acta No. 34 de sesión celebrada el 17-11-97.

"SEGUNDO:...2.8:... Comisión Directiva Paritaria ACUERDA: a) Aprobar el trabajo de tesis titulado: **LA COMUNICACION RADIOFONICA EN EL AREA KICHE: SITUACION ACTUAL Y PERSPECTIVAS**, presentado por el estudiante **MARIO ROBERTO RECINOS LIMA**, carnet No. 7914453, en base al dictamen favorable del Comité de Tesis nombrado para el efecto; c) Se nombra a los profesionales: Lic. Carlos Interiano y Lic. Cristobal Rivera (titulares) y Lic. Gustavo Bracamonte (suplente), para que con los miembros del Comité de tesis, Lic. César Urizar (Presidente), Licda. Aracelly Mérida y Lic. Ismael Avendaño, integren el Tribunal Examinador y d) Se autoriza a la Dirección de la Escuela para que fije la fecha del examen de graduación."

Atentamente,

"DID Y ENSEÑAR A TODOS"


Licda. Miriam Yucuté
Secretaria



MY/rmr
cc.Comisión de Tesis

DIRECTOR

Lic. Carlos Humberto Interiano

COMISION DIRECTIVA PARITARIA

Representantes Docentes

Lic. Carlos Humberto Interiano

Lic. Cristobal de Jesús Rivera López

Lic. César Augusto Urizar Méndez

Representantes Estudiantiles

Víctor Hugo Lozano Pascual

Walter Nájera Cal

Marco Tulio Díaz Hernández

SECRETARIA

Licda. Miriam Isabel Yucuté Muralles

TRIBUNAL EXAMINADOR

Lic. César Augusto Urizar Méndez (Presidente)

Lic. Ismael Avendaño Amaya

Licda. Aracelly Mérida

Lic. Carlos Humberto Interiano

Lic. Cristobal Rivera López

Lic. Gustavo Bracamonte (Suplente)

**Agradecimiento especial por su contribución a
Joanne Bosch, René Oliva, Rafael Herrarte y los
comunicadores comunitarios del Programa Tzijonik**



Para efectos legales únicamente el tesinando
es responsable del contenido de este trabajo.

INDICE

| | |
|---|----|
| RESUMEN..... | 1 |
| PRESENTACION..... | 2 |
| INTRODUCCION..... | 3 |
| CAPITULO I | |
| FUNDAMENTOS TEORICOS..... | 5 |
| El Medio Radiofónico: apuntes para su interpretación | |
| 1. La tecnología y su vínculo con la radio..... | 5 |
| 2. La historia de la radiodifusión..... | 7 |
| 3. La radio en el contexto de la sociedad moderna..... | 8 |
| 4. Antecedentes de la radio en Guatemala..... | 10 |
| 5. La población mayahablante k'iché y los medios de comunicación..... | 19 |
| CAPITULO II | |
| ASPECTOS METODOLOGICOS..... | 23 |
| 1. Planteamiento del problema..... | 23 |
| 2. Objetivos de la investigación..... | 24 |
| 3. La muestra objeto de estudio..... | 25 |
| 3.1 Talleres con niños representativos de la región..... | 26 |
| 3.2 Talleres con grupos focales de líderes comunitarios..... | 26 |
| 3.3 Entrevistas con grupos familiares de las comunidades..... | 27 |
| 3.4 Entrevistas individuales al azar..... | 28 |
| 3.5 Ubicación geográfica de la muestra realizada..... | 29 |
| 4. Técnicas de recolección de datos..... | 32 |
| 5. Interpretación de los datos recabados durante el trabajo de campo..... | 33 |
| CAPITULO III | |
| RESULTADOS OBTENIDOS..... | 35 |
| 1.Situación de la Radio en el contexto infantil de la región k'iché..... | |
| 1.1 Formas propias de comunicación..... | 35 |
| 1.2 Hábitos en cuanto al uso de la radio y otros medios..... | 36 |

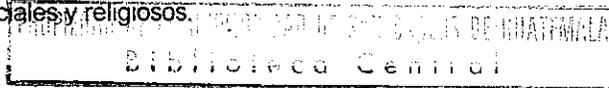
| | |
|--|-----------|
| 2. Situación de la Radio desde el punto de vista de los líderes comunitarios..... | 38 |
| 2.1 Formas propias de comunicación usadas en la comunidad..... | 38 |
| 2.2 Hechos que motivan el uso de formas de comunicación..... | 39 |
| 2.3 Participación en prácticas cotidianas de comunicación..... | 39 |
| 2.4 Temas de interés en la comunicación comunitaria..... | 40 |
| 2.5 Necesidades comunicacionales..... | 41 |
| 2.6 Uso de los medios de comunicación..... | 42 |
| 2.7 Hábitos y audiencia del medio radiofónico..... | 42 |
| 3. Situación de la Radio desde el punto de vista de los grupos familiares..... | 44 |
| 3.1 Formas propias de comunicación..... | 44 |
| 3.2 Hábitos en el uso de los medios de difusión..... | 45 |
| 3.3 La preferencia por el medio radiofónico y el tipo de mensajes..... | 46 |
| 3.4 Necesidades comunicacionales..... | 53 |
| 4. Situación de la Radio desde el punto de vista individual de las encuestas al azar..... | 57 |
| 4.1 Necesidades comunicacionales de los entrevistados..... | 57 |
| 4.2 Hábitos en el uso de los medios de difusión..... | 59 |
| 4.3 Preferencia por el medio radiofónico..... | 61 |
| 4.4 Formas de organización, contenido de los mensajes e idioma para transmitir en radio..... | 64 |
| 5. Síntesis y hallazgos..... | 67 |
| CONCLUSIONES..... | 72 |
| RECOMENDACIONES..... | 76 |
| OBRAS CITADAS..... | 78 |
| BIBLIOGRAFIA..... | 79 |
| ANEXOS..... | 80 |

RESUMEN

- NOMBRE:** La Comunicación Radiofónica en el Area Kiché: situación actual y perspectivas
- AUTOR:** Mario Roberto Recinos Lima
- UNIVERSIDAD:** Universidad de San Carlos de Guatemala
- UNIDAD ACADEMICA:** Escuela de Ciencias de la Comunicación
- PROBLEMA INVESTIGADO:** ¿Cuál es la situación de la comunicación radiofónica en el Area mayahablante k iché ?
- SUJETOS:** Líderes comunitarios, grupos familiares, población de las comunidades al azar, así como niños y niñas representativos de la región
- INSTRUMENTO:** Talleres, entrevistas, y encuestas
- PROCEDIMIENTO:** Para el desarrollo de la investigación se procedió a aplicar un estudio descriptivo e interpretativo de la situación actual de la radio en el contexto de la población mayahablante k iché, utilizando para ello un muestreo mixto.

RESULTADOS Y CONCLUSIONES:

- La radio es el medio predilecto entre un 88 a 90 % de la población objeto de estudio
- Los programas informativos y los musicales son los de mayor audiencia en la Región
- Existe una falta de valorización de la cultura idiomática de parte de los propietarios de emisoras, pues son pocos o escasos los programas bilingües
- La radio continua siendo el principal medio en el área rural y el vehículo ideal para la participación de los pueblos mayas en la vida nacional.
- El manejo del idioma K'iche' a través de los medios, constituye una necesidad, sin perder de vista el español como idioma utilizado en el comercio y el intercambio. Los mensajes en idioma K'iche', no tienen contenidos culturales o educativos, solo son empleados con fines comerciales y religiosos.



PRESENTACION

El presente trabajo de tesis, se inspiró en buena medida en un estudio más completo sobre la comunicación para el desarrollo rural, con énfasis en la región maya hablante k'iché, efectuado hace escasamente dos años. Dicho estudio, incluye un diagnóstico de las circunstancias y enfoques de la comunicación en los diferentes medios tradicionales y no convencionales de las comunidades.

Para ejecutar esa investigación, se contó con el apoyo de la institución danesa Red Barnet y fue encomendada en su momento a la organización Sociedad para el Desarrollo Integral de la Familia Guatemalteca, de la cual fui director de Comunicación Social.

El objetivo era tener a la mano un diagnóstico de la importancia de la comunicación para las comunidades en esta región. Con dicha información, buscaba proponer en un futuro inmediato, un proyecto de comunicación para el desarrollo rural, con énfasis en los mensajes dirigidos a la población infantil. No sólo, en la vía de conocer su realidad, sino con el propósito de iniciar la apertura de espacios de expresión y difusión para la población k'iche'. Así también, divulgar los derechos humanos, y propiciar a partir de la participación y movilización social, el gradual desarrollo democrático e igualitario de las comunidades de la región.

A partir de ello el interés de este trabajo de tesis, fue volcado en el tema de la comunicación radiofónica y su audiencia. Con notas aparte sobre los antecedentes de dicho medio y su importancia para el desarrollo nacional.

Esta inquietud fue creciendo, sobre la base de que a pesar, de la cada vez mayor penetración de la televisión nacional y el cable en los municipios estudiados. Así como la circulación de medios impresos de tirada nacional y periódicos locales, la radio sigue siendo el medio de audiencia de tradición y más difundido en esta área del país.

INTRODUCCION

La comunicación es el proceso elemental que permite todos los aspectos de la vida social. A través de ella se vitaliza la existencia y organización de la sociedad, debido a que toda acción realizada por los individuos se basa en significados compartidos y transmitidos. Esto significa que la comunicación es también cultura y cultura al mismo tiempo puede ser la manera de comunicarnos. Como instituciones que están generando y creando realidades sobre la base del contacto permanente, los medios de comunicación tienen un papel e importancia decisiva para la vida social de las sociedades modernas.

La transmisión de mensajes uniformes para públicos dispersos, es una de las formas que tiende a desaparecer, si se toma en cuenta el carácter interactivo de los medios en una era de acelerado crecimiento tecnológico. Sin embargo la comunicación masiva sigue teniendo sus ventajas, debido a su efecto divulgador en el ámbito informativo, aunque hoy se cuestione el marco limitante que tiene la comunicación dirigida a un número indefinible de personas, sin poder tomar en cuenta la situación de los individuos, sus expectativas y necesidades comunicacionales.

En esa línea se inscribe precisamente este estudio, cuyo propósito es determinar los factores que motivan la audiencia del medio radiofónico entre los habitantes de las comunidades de la región K'iché y a partir de ello, establecer la situación del medio radial en esta zona del país, conjuntamente con las expectativas que presentan los oyentes de acuerdo a sus necesidades. Entre los objetivos están:

Objetivo General:

Establecer la situación actual de la comunicación radiofónica en el área maya hablante K'iché y las perspectivas que dicho medio presenta para el desarrollo de las comunidades.

Objetivos específicos:

- a) Reconocer los canales propios de comunicación utilizados por las comunidades en su afán de transmitir mensajes.
- b) Identificar si el medio radiofónico es considerado como el de mayor interés en la audiencia de las comunidades mayahablantes k'ichés.
- c) Establecer comparativamente el nivel de la radio en contraste con los demás medios como son la televisión, los periódicos y el cable.
- d) Conocer las preferencias y tipo de mensajes para escuchar radio
- e) Identificar el idioma en que prefieren recibir los mensajes en radio
- f) Conocer las frecuencias de transmisión radiofónicas preferidas por las comunidades k'ichés
- g) Sugerir a partir de este estudio, pautas para una mejor definición del medio radio que contribuya al desarrollo de las comunidades, identificando sus necesidades sociales y culturales.

Para el logro de estos objetivos se incorporaron procedimientos metodológicos, tales como: talleres con niños, grupos focales participativos con líderes comunitarios, cuestionarios a grupos familiares y encuestas al azar en centros de reunión frecuentados regularmente por los vecinos. La idea es tener una visión global y específica del marco de la comunicación, con énfasis en el medio radio en esta región del país, que contribuya a conocer su situación actual para futuros estudios en este campo.

APITULO I.

FUNDAMENTOS TEORICOS

El medio radio: apuntes para su interpretación

La tecnología y su vinculo con la radio

La historia de la técnica está indisolublemente ligada a la del desarrollo humano sobre la Tierra; su evolución representa la lucha del hombre contra el medio, su afán por imponerse a la naturaleza y dominarla. Ya en el paleolítico se aplicaron diversas técnicas de tallado y pulido de piedras y huesos para convertirlos en armas y herramientas, pero fue tras la revolución neolítica, al surgir la práctica de la agricultura y el sedentarismo, cuando comenzó su desarrollo acelerado. Antes del año 3,000 a. C. se habían descubierto la alfarería, el bastidor de tejer, la metalurgia del cobre, el carro de ruedas y la navegación a vela. A la metalurgia del cobre siguió la del bronce y la del hierro, cuyo uso estaba ya extendido en torno al 1,100 a. C. en el Mediterráneo oriental. Los utensilios de hierro mejoraron sensiblemente el rendimiento de la agricultura y transformaron la división del trabajo y la especialización de los oficios.

La economía esclavista de la antigüedad no benefició el desarrollo de la técnica, debido a la abundancia de mano de obra barata, pero en la Edad Media se hicieron nuevos descubrimientos: se utilizó masivamente el molino de agua, se inventó el arado con vertedera, la collarera para uncir animales de tiro, la brújula y el torno. En la baja Edad Media se pasó de la forja al horno de fundición y, a comienzos de la Edad Moderna, de la rueca al telar. En el siglo XV Gutenberg inventó la imprenta, lo que contribuyó extraordinariamente a la difusión del pensamiento. Hacia el año 1717, se pasó del fuego de leña al de carbón en las fundiciones de hierro, lo cual constituyó el primer paso de la revolución industrial y el comienzo de la concentración de fábricas en las cuencas hulleras.

En 1765 el británico James Watt inventó la máquina de vapor, que produjo una transformación económica y social de proporciones gigantescas. La aplicación de la nueva fuente de energía a los procesos fabriles y al transporte dio un

impulso insospechado a la técnica y, así, se inventaron el barco de vapor (1788), la prensa hidráulica (1796), la pila de Volta (1800), el cemento (1824), generador eléctrico (1832), el telégrafo (1833), la propulsión a hélice (1836), arco voltaico (1844), la rotativa (1845), el hormigón (1856), la máquina de escribir (1868), el teléfono (1876), el fonógrafo (1877), la lámpara eléctrica (1878), caucho sintético (1879), el automóvil (1886), la máquina de calcular (1889), cinematógrafo (1895), la radiotelegrafía (1896), el submarino (1898), la grabación magnética (1900), el aeroplano (1903), la radiodifusión (1920), el radar (1922), televisión (1922), el helicóptero (1938) y el avión a chorro (1941). Durante Segunda Guerra Mundial se comenzaron a utilizar dos invenciones que significaron una nueva transformación profunda y un paso adelante de gran envergadura en la técnica, el cerebro electrónico (1942) y la liberación de energía atómica (1943).

El rápido avance de la técnica a partir de la revolución industrial se basa en el establecimiento de una mutua relación entre la propia técnica y la ciencia, que se han desarrollado paralela y simultáneamente. Las necesidades tecnológicas han orientado las investigaciones científicas hacia determinados campos y, por otra parte, los descubrimientos científicos han abierto nuevas posibilidades y perspectivas a las realizaciones técnicas. Desde la Segunda Guerra Mundial los avances han sido espectaculares: vehículos espaciales, satélites de comunicaciones, rayos láser, holografía, centrales nucleares, robótica en proceso fabril, ordenadores, etc., en un proceso vertiginoso que no hace sino acelerarse día tras día. **(1)**

En medio de ese proceso indetenible, la radiodifusión se ha tomado en una parte importante de la comunicación tecnológica que se ha perfeccionado con el paso de los años. Una idea para interpretar el concepto tecnológico parte de que el radio produce la transmisión de sonidos a distancia por medio de ondas electromagnéticas de baja frecuencia (ondas de radio), cuya longitud de onda está comprendida entre 10 km y 1 mm y su frecuencia entre 30 kilohertz y 3×10^6 kilohertz. Para la comunicación a través de la radio se precisa de un transmisor y de un receptor. La comunicación puede realizarse en un solo sentido, a partir de

la emisora de radio, que puede recibirse en numerosos receptores, por lo que la radio es un medio de comunicación de masas.

En un emisor de radio, las ondas sonoras, transformadas en variaciones de corriente eléctrica por un micrófono, modulan una onda portadora de cierta frecuencia generada por un oscilador; la modulación puede ser en amplitud, AM, o en frecuencia, FM. La señal modulada se amplifica y se emite por medio de una antena. El receptor capta la señal a través de otra antena, la separa de otras frecuencias mediante un circuito sintonizador, la detecta, es decir, obtiene la señal moduladora separándola de la onda portadora mediante un circuito especial, y la amplifica, convirtiéndola de nuevo en sonido en un altavoz.

Historia de la Radiodifusión

Los antecedentes de la radio tienen necesariamente que hacer referencia a Heinrich Hertz, (Hamburgo 1857 - Bonn 1894) físico alemán, que fue el descubridor de la naturaleza electromagnética de las ondas de radio, llamadas en honor ondas hertzianas. Fue el primero en producirlas en el laboratorio, transmitir y recibirlas. También se debe a él el descubrimiento del efecto fotoeléctrico. Posterior a este hallazgo que transformaría el proceso de comunicación humana, el físico italiano Guglielmo Marconi, (Bologna 1874 - Roma 1937), basándose en las ondas electromagnéticas descubiertas por Hertz, desarrolló un sistema de transmisión de señales telegráficas sin conducción por cable. Consiguió establecer por este medio una comunicación entre Inglaterra y Ginebra en 1901, fecha en que suele situarse la invención de la radio. En 1909 a raíz de estos experimentos, Marconi se hizo acreedor del premio Nobel de física.

No menos importante por su contribución al desarrollo de este revolucionario medio de comunicación fue el ingeniero y físico ruso Alexander Stepanovich Popov (Turinski Rudnik, Perm 1859 - San Petersburgo 1906), pionero de la radiodifusión, quien creó la antena radioeléctrica y el primer receptor de ondas electromagnéticas. En 1896 logró transmitir y registrar el primer mensaje de

telefonía sin hilos a una distancia de 250 m. Por muchos años Popov siguió investigando para facilitar las comunicaciones entre los barcos de la armada rusa.

A principios del siglo XX, se continuó con los experimentos de este medio de comunicación social, los cuales quedaron interrumpidos por la Primera Guerra Mundial. Fue entre los años 1920 y 1930 cuando se desarrolló en Europa y América. En 1927 se promulgó en EE UU la primera ley radiofónica del mundo.

Para evitar las interferencias recíprocas se firmaron cuatro acuerdos internacionales, en Praga (1928), Lucerna (1933), Montreux (1939) y Copenhague (1948). Para las emisiones internas de cada país, la radiodifusión se ha reservado las ondas largas de 150 a 258 kHz y las ondas medias de 525 a 1.605 kHz. La Tierra fue dividida en zonas independientes para poder repartir entre los diferentes países las ondas largas y medias. En los últimos tiempos han conocido un auge especial las emisoras de frecuencia modulada. (2)

3. La Radio en el contexto de la sociedad moderna

En todas las regiones, la radio es el medio de comunicación social más difundido en la actualidad. En 1980 se calculaba en mil millones el número de receptores en todo el mundo, lo que equivalía a un promedio de uno por cuatro personas. De acuerdo a la Comisión McBride, integrada en 1976 para el análisis de los problemas relativos a la comunicación en la sociedad contemporánea, a pedido de la UNESCO, no hay otro medio que pueda llegar eficazmente a un número tan grande de personas, con fines de información, enseñanza, de difusión de la cultura y de entretenimiento. La radio se ha convertido en un medio que se puede utilizar fácilmente y económicamente para llegar a regiones muy remotas y para establecer una comunicación en los diversos idiomas vernáculos existentes en los países en desarrollo. (3)

En el caso de Latinoamérica la radio se ha convertido en un aliado del desarrollo. A la difusión masiva que la radio añade, se agrega la ventaja de recibir mensajes, a aquellos que necesariamente no sepan leer. En 1975 existían en el continente latinoamericano en cifras absolutas 60 millones de aparatos, lo que

significaba un índice relativo de 205 aparatos por cada mil habitantes. En tal situación la radio estaba llegando a más del 61 por ciento de la población latinoamericana, pues se contaban en este período un total de 3,500 emisoras de radio. De tal manera que este medio alcanzó niveles de audiencia conforme el avance de la tecnología y del crecimiento de la población, en niveles de aumento de un 34 por ciento cada cinco años, siendo las regiones rurales las más favorecidas pues es en donde se concentra el mayor déficit educativo.

Las urgentes necesidades educacionales y culturales de la región, han determinado que la radio puede ser un enorme potencial educativo. Una audiencia de 180 millones de radioescuchas de todas las edades constituye una posibilidad de difundir educación y cultura a todos los niveles que América Latina debe y necesita provechar para impulsar su desarrollo. **(4)**

En materia informativa la radio es el medio noticioso de la inmediatez. Un noticiario de radio no se puede leer, doblar, guardar y releer más tarde, salvo que se graba y se almacene. Tampoco enseña, visualmente, lo acontecido, como la televisión. Pero la radio sí puede, más que la prensa escrita o la pantalla chica, informar la noticia inmediatamente.

"Ni aún con todos los adelantos tecnológicos, con minicámaras y camiones capaces de enviar reportajes por microondas o por satélite desde lugares aislados, puede la televisión competir plenamente con la radio en términos de inmediatez" afirma Christopher Crommett, director de noticias de la WKAQ Radio Reloj de Puerto Rico en su trabajo denominado "La Radio, la Televisión y la Prensa Escrita como medios noticiosos: un análisis comparativo".

Crommett, señala que el dinamismo y la flexibilidad de la radio tienen como significado que las emisoras radiales suelen ser las primeras con la noticia. Pero la agilidad no es la única razón por la cual la radio se ha mantenido a flote agrega, al indicar que la radio es un medio accesible al consumidor, pues casi todos los automóviles hoy en día, están equipados con radioreceptor; son pocos los hogares sin por lo menos un radio; muchas oficinas lo poseen y cada vez es más notorio el radio portátil y hasta de bolsillo en muchos países del mundo.

4. Antecedentes de la Radio en Guatemala

Si bien es cierto existen antecedentes de los primeros usos de la radio durante el gobierno de Justo Rufino Barrios, no es sino hasta los primeros años 30 que se produce el real surgimiento del medio radiofónico como tal. Fue precisamente el 16 de septiembre de 1930 que se inaugura la Radio oficial del Estado con el nombre hasta ahora de TGW, la Voz de Guatemala. Con el apoyo financiero oficial se logra dotar dos años más tarde de equipo moderno y la asesoría de técnicos estadounidenses.

Posteriormente surgieron las radios privadas, siendo estas la Radio TGC Vidaris y la TGX en 1931. La primera fue fundada por los industriales Castillón Hermanos constituyendo la primera emisora comercial del país y luego la TGX que fuera fundada por Miguel Ángel Mejicano Novales, que luego se transformaría en la primera emisora de orientación política, pues fue evidente su nexo con el partido Liberal Progresista.

En 1937 se produce el apareamiento de las emisoras TG1 y TG2-Radio Morse, así como la primera radio departamental como lo fue la TGQ, la Voz de Quetzaltenango. Tanto la recordada radio Morse como la TGQ vieron su señal a aire gracias a la iniciativa del Estado. (5)

La radio en Guatemala en sin lugar a dudas el medio de comunicación que desde sus inicios ha tenido el carácter de mayor penetración y presencia en la vida de los guatemaltecos. En la década de los años setenta, se calculaba que en las regiones rurales del oriente del país, más de tres cuartos de los agricultores y la mitad de los de occidente escuchaban radio.

Estos datos, compilados por el Programa de Educación Básica Rural (EBR) en los años 1973-1974, demostró en este período, que la radio, con su costo relativamente bajo y su atractivo para las comunidades, podría años más tarde tener el potencial de llevar mensajes educativos en grandes proporciones de audiencia (6)

El Programa de Educación Básica Rural instaló dos estaciones de radio en las regiones rurales de Guatemala para transmitir mensajes educativos a pequeños

agricultores de subsistencia. Cada una estaba al aire ocho horas diarias durante las horas de mayor audiencia, de lunes a sábado, transmitiendo en frecuencia media.

La experiencia de este programa piloto que operó en dos regiones del país, específicamente en Quezada, Jutiapa (población ladina) y Momostenango, Totonicapán (población Kiche) demostró, a nivel de conclusiones las ventajas, pero también las limitaciones que dicho medio presentaba a nivel de mensajes y su correspondiente audiencia.

Entre las ventajas se enumeraron entre otras, las siguientes:

- a. La radio puede llegar a un gran número de personas. Las encuestas de evaluación, indicaron que la audiencia aumentó hasta el 90% en algunas áreas experimentales a las cuales llegaban las estaciones de radio EBR. Los estudios de audiencia llevados a cabo sugirieron que el alto nivel de audiencia se extendía más allá de las áreas incluidas en la prueba piloto.
- b. La radio puede convertirse rápidamente en una fuente aceptable de nueva información. Al finalizar el experimento, el 69 y 48 por ciento de los agricultores de oriente y occidente, respectivamente, reportaron haber obtenido buenos consejos de la radio. La gente de ambas regiones expresó mayor preferencia por la programación agrícola clave.
- c. La radio puede enfocar cambios específicos de comportamiento. La radio no solo es útil para dar información general sino que también puede enfocarse en habilidades y comportamiento específicos.
- d. La radio puede lograr un impacto significativo en cambios de comportamiento. En una de las áreas de oriente, las primeras indicaciones fueron las prácticas agrícolas recomendadas se adaptaron como resultado del mensaje por la radio. El análisis final de datos confirmó que se había logrado un cambio significativo en las prácticas. Esto es posible cuando un área ha tenido alguna experiencia con programas de desarrollo.

- e. La radio puede convertirse en un medio personalizado. La radio no necesariamente tiene que ser catalogada como un medio impersonal, y por lo tanto, no apropiado para un ambiente tradicional. La personalización de la radio EBR se logró por medio de cartas de la audiencia, programas de preguntas y respuestas, anuncios de eventos locales, entrevistas a los agricultores, y enfoque del mensaje en necesidades urgentes y evidentes, uso de modismos locales de expresión y un sistema de retroinformación viable para mantener programas en el curso adecuado.

- f. La radio puede combinar efectivamente la educación y el entretenimiento. Tal vez la audiencia numerosa y continua de la experiencia EBR se debió a este factor más que a ningún otro. La "radionovela" que combinaba las recomendaciones agrícolas con un drama de la vida real fue uno de los programas más populares. La audiencia se identificó con los personajes e indudablemente los utilizó como modelo. Los programas de complacencia musical también fueron populares, así como los programas de pláticas y recomendaciones agrícolas.

- g. La radio puede transmitir nueva información a los analfabetos en forma efectiva. Si un analfabeto tiene una mentalidad en contra de una nueva información, esto no le impide que capte la idea por medio de la radio. No se encontró diferencia significativa entre los alfabetos y los analfabetos en la adopción de nuevas prácticas agrícolas en las áreas a las cuales llegaba la radio.

- h. La radio puede utilizar efectivamente una variedad de enfoques de programación. Es importante notar que el mismo mensaje de EBR fue presentado en un número de formas diferentes. Además de la novela y la entrevista, se utilizaron anuncios cortos, programas de pláticas. No solo se

pudo utilizar la variedad sino que el hecho de que fuera utilizada probablemente mantuvo el alto nivel de interés de la audiencia.

Las limitaciones por su parte fueron las que siguen:

- a. La radio por si sola no logra cambios de actitud en todos los ambientes. Hubo un cambio significativo en la percepción de riesgo en el área de occidente, pero no en la segunda área de la radio de oriente. Las razones para esto no son claras, pero podría ser debido a mayor identificación personal con al estación de radio de occidente que en la otra área.
- b. La radio soia no logra cambios de comportamiento en todos los ambientes. La radio no logró un impacto significativo en cambios de prácticas agrícolas en áreas de "radio únicamente" en ninguna área arriba mencionadas durante el período de programación de dos años. Cuando estas áreas se comparan con el área inicial de "radio únicamente" de oriente (donde sí hubo cambio significativo), estas áreas parecen carecer de experiencia en programas de desarrollo y organización de la comunidad.
- c. El mensaje de la radio debe estar bien preparado, bien presentado y acompañado por un sistema de retroinformación efectivo. Es importante recordar que todos los tratamientos **EBR** involucraron una preparación extensa del mensaje y del sistema de retroinformación, la cual incluyó a los monitores y agrónomos como fuentes de asesoría y retroinformación. Los resultados no pueden generalizarse para un sistema de radio educativa que no esté tan altamente integrado.
- d. El éxito de la radio depende de las características culturales, sociales y económicas del área objetivo. Existe una interrelación compleja entre la efectividad de la radio como tratamiento de comunicación y las

características del área geográfica y la población involucradas. Quezada, en oriente, pareció en ese momento estar preparada para el cambio. A medida que se fue compilando más información preliminar, se hizo evidente que la gente de Quezada había estado expuesta a otros programas y que ya había iniciado la modernización de sus prácticas. Los factores culturales en occidente también parecieron afectar la efectividad de la radio, en cuanto que el contacto personal y no la radio parecieron ser más altamente apreciados inicialmente para la transmisión de información.

El auge de la radio en los últimos veinte años ha producido un aumento vertiginoso de su audiencia y por ende de sus emisores. En la actualidad alrededor de 200 radioemisoras ocupan el espacio del dial en todo el territorio guatemalteco. Datos de Naciones Unidas y el último Censo Nacional de 1994 reflejan que de cada mil habitantes, 120 tienen receptores, lo que equivale a un 1 millón doscientos mil oyentes. Cifra que sin embargo dista mucho de ser certera, pues encuestas de la televisión privada establecen que a la fecha alrededor de seis millones de personas ven televisión, cifra que significaría que el 56% de la población total del país posee un televisor. Razón por la cual la audiencia de radio tendría que estar por encima de un 1.5 %, que es el dato que frecuentemente aparece en los informes de desarrollo humano mundial, que nos daría aproximadamente 7 millones de oyentes, de los 10 millones 927 mil 632 habitantes que registró el último informe sobre los habitantes del país, de la Asociación Pro Bienestar de la Familia **APROFAM** en 1996. Este dato equivale a que de cada mil habitantes 600 tienen un aparato receptor de radio en su hogar. (7)

Otro dato interesante sobre el margen de crecimiento de la audiencia de radioescuchas, es el que reveló que un 98.7% de la población escucha radio en el área metropolitana de la ciudad de Guatemala. El informe del consorcio Central de Radio S.A. pudo comprobar tal resultado, a partir de un estudio de preferencia de sus cinco emisoras líderes en el mercado radial del país. (8)

El estudio y caracterización de la radio en Guatemala si bien ha tenido sus diversos enfoques y metodologías, no es sino hasta en 1989 y 1990 que el Fondo de

Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF) en combinación con el Instituto Costarricense de Educación Radiofónica (ICER) y Radio Nederland Training Centre (RNTC) realiza una investigación sobre la situación de la radio en Centroamérica, que a juicio nuestro viene a ser un diagnóstico amplio sobre este medio en el país.

El propósito fue contar con datos de referencia del medio radiofónico para impulsar proyectos educativos en la región. La investigación denominada La Radio en Guatemala se justificó por los responsables, debido a los siguientes motivos:

1. Carencia de estudios sistematizados sobre el desarrollo y situación de la radio en Centroamérica.
2. El hecho de que sea éste el medio de mayor penetración en todos los sectores sociales de nuestros países.
3. El alto índice de analfabetismo, que presenta la mayoría de países del área, convierte a este recurso en un instrumento para llegar a amplios estratos de la población.
4. Se trata de un medio de relativo bajo costo, utilizado por grandes grupos como sistema de comunicación e incluso de expresión.
5. Su potencial para estimular procesos de desarrollo.
6. El sostenido crecimiento de la cantidad de emisoras registrado en las últimas décadas, y
7. El interés de las instituciones patrocinadoras en promover proyectos educativos y de apoyo al desarrollo utilizando las posibilidades de la radio.

Este estudio fue de interés por diversas razones. En primer lugar las características de la programación fueron estudiadas tomando en consideración las categorías: musical, informativo, deportivo, religioso, educativo, salud, agricultura, ecología, mujer y niñez. De acuerdo a los investigadores, la selección de estos indicadores obedeció a que los primeros cuatro, son frecuentes en la programación de las emisoras locales. Los restantes, correspondían a las necesidades evidentes en estas naciones y que se encuentran dentro de los objetivos de las instituciones

preocupadas por los problemas y necesidades de desarrollo que la radio puede en su momento, contribuir a resolver.

En cuanto a los destinatarios la investigación en referencia identificó los sectores que con mayor frecuencia las emisoras destinan su programación, así como también a aquellos a los que se dedican menos espacios. Entre todos figuraron: niños, jóvenes, amas de casa, familia, campesinos, adultos, profesionales creyentes y estudiantes.

Lo relativo a producción fue interesante también. En este punto se buscó identificar la capacidad instalada de las emisoras, la mecánica de producción, e equipo con se contaba y la programación en general de las mismas. Este rubro incluyó las categorías siguientes: personal administrativo y de servicios, periodistas-reporteros, periodistas-redactores, comentaristas, directores, técnicos, sonidistas, guionistas, locutores, actores, programadores y encargados de archivos discográficos.

En el último apartado de indicadores se tomó en cuenta el carácter de los programas, enfatizando en cuanto a los formatos incluidos de la siguiente manera: noticias, novelas, musicales, documental, entrevistas, charlas radiofónicas y radiorevistas.

Las conclusiones fueron puntuales respecto a los aspectos estudiados y arrojó un sin número de elementos nuevos sobre el estudio y caracterización de la radio en Guatemala. La importancia de esta investigación fue precisamente dar datos a principios de la década de los años 90. Posiblemente una etapa importante de la radio en el país, pues además del marcado impulso de la radio comercial, se inicia en este período el auge de la radio informativa y otro fenómeno de impacto en la comunicación radiofónica como lo es hasta nuestros días, el de la visión corporativa o la lucha entre cadenas en monopolio que por otra parte, no ha sido objeto de estudio a profundidad en el contexto de la comunicación nacional.

Cabe destacar entonces por su importancia para el objeto de este estudio, las conclusiones que enmarcaron la investigación en referencia, dentro de las cuales podrían citarse las siguientes:

1. Aún cuando la historia de la radiodifusión guatemalteca tiene sus orígenes en las postrimerías de los años veinte, no es sino hasta la década de los años setenta cuando se experimenta un acelerado crecimiento numérico. De las 154 estaciones en actividad (en 1989), 96 fueron fundadas a partir de ese período.
2. La composición de la propiedad de las estaciones de radio es predominantemente privada. Existe una amplia mayoría de estas frente a un limitado número de institucionales y estatales. En cada caso se reportan 118, 25 y 11 respectivamente.
3. Con ligeras variaciones entre los períodos comprendidos de lunes y viernes y de sábado a domingo, la mayoría de emisoras transmiten de 16 a 20 horas diarias. Las que transmiten más de ese tiempo generalmente son aquellas que muestran una inclinación especial por la difusión musical.
4. La distribución geográfica de las emisoras tiende a reflejar los niveles de desarrollo y densidad poblacional que se presenta en el territorio guatemalteco. Más de la mitad de los recursos radiofónicos (81 emisoras) se concentran en la capital y en los departamentos de Quetzaltenango y Escuintla.
5. El rasgo dominante de la programación de la radio guatemalteca está constituido por la difusión musical. La mayor parte de emisoras se inclinan de manera preferencial por este tipo de programas. En segundo plano aparecen transmisiones informativas y religiosas. En contraste con la dedicación que se atribuye a estos contenidos, los programas que se difunden con menos frecuencia son aquellos que abordan temas relacionados con la agricultura y ecología, la salud, la mujer y la niñez.

6. Las emisoras definen como principales destinatarios en sus mensajes a los jóvenes, la familia y los adultos en general. La más beneficiada de estas audiencias son los jóvenes. Hay 81 emisoras que manifiestan dedicarles más de tres horas de su programación cotidiana. Esta tendencia se mantiene en las estaciones estatales y privadas. Las radios institucionales, por su lado incorporan entre estas audiencias privilegiadas a los creyentes y los campesinos.

Con respecto a las audiencias menos favorecidas, la actitud que muestran las emisoras estatales, privadas e institucionales, parece ser más homogénea. En los tres casos, los niños aparecen entre los públicos menos atendidos por la programación radiofónica. El tiempo que se les dedica es bastante limitado.

7. En términos generales, el equipo técnico que poseen las emisoras revela una capacidad de producción limitada. Aún así, existe un balance positivo respecto al tipo de producciones que difunden. Hay más presencia de programas propios (en vivo y pregrabados) que ajenos.

8. En la radiodifusión nacional laboran aproximadamente 1,800 personas. Esto significa que cada emisora cuenta con un promedio de 12 empleados para el desempeño de sus diversas actividades. Sin embargo, los datos reportados por cada tipo de emisora revelan una mayor disponibilidad de recursos humanos por parte de las estatales. En estas trabajan alrededor de 16 personas, mientras que el promedio para las privadas e institucionales es de 11.

9. La mayoría de emisoras revela carencia en la formación de sus recursos humanos para el desempeño de la actividad comunicacional que se les ha asignado. No obstante las estaciones que generalizan esta carencia para todos los miembros de su personal son relativamente pocas. Las personas que parecen haber obtenido mayor oportunidad de formación

radiofónica son aquellas que trabajan en las radios institucionales y estatales.

10. Con base a los datos consignados, es posible constatar la existencia de una alta disposición por parte de los funcionarios de las emisoras para difundir programas grabados dentro de una línea educativa. Los temas, los formatos y la duración que recomiendan para los mismos, reafirman, en términos generales, este interés.

5. La población mayahablante k'iché y los medios de comunicación

Guatemala es un país multilingüe al igual que muchos otros del mundo. Este aspecto no es causa de desarrollo ni de desintegración nacional como se ha pretendido hacer notar; las causas de estos problemas radican en la falta de respeto y participación igualitaria de los diferentes grupos etnolingüísticos para la formación de un proyecto común.

Históricamente la población de origen maya, ha sido el principal factor para beneficiar la acumulación de bienes y privilegios de los sectores de poder en el país. Esa realidad determina posiciones discriminatorias conformándose una cultura dominante y otra dominada; expresándose una, como cultura genérica: idioma romance, religión católica, patrones de pensamiento y de vida europeos; y otra, como cultura de raigambre maya: lenguas mayenses, religión natural, patrones de vida y pensamientos comunales.

Guatemala se caracteriza por ser una sociedad con formación social dependiente. Existe en lo social, la contradicción entre una clase dominante que compromete al Estado Nacional en un proyecto que no expresa los intereses de las otras clases nacionales (...) y unas clases subalternas que si bien se encuentran y constituyen la base misma de lo nacional, no logran expresarse nacionalmente. (9)

La discriminación en los espacios institucionales principia con la lengua, el castellano es el idioma oficial, se habla en la iglesia, la escuela, los juzgados y es el

empleado por los medios de comunicación; y se manifiesta en la esfera estatal con el bajo nivel de inversión social hacia la población de origen maya.

El español es, por lo tanto, el medio de comunicación oficial y de la administración pública y goza de mayor prestigio social que los idiomas mayas. Los mayahablantes deben aprender español para llevar actividades rutinarias: la inscripción de nacimiento de una niño, ir al médico, ir al juzgado, leer un periódico, escuchar la radio y aún para elegir a sus gobernantes.

Debido a que el español se ha transformado en la única lengua oficial, los idiomas mayas se han restringido al uso doméstico y no han tenido la oportunidad de desarrollarse. Esto significa que el uso restringido ha venido a desvalorizar el idioma, y a la propuesta de una difusión y utilización de los mismos en el ámbito nacional. Una investigación sobre el uso del idioma Kiché, realizado en 1985, destacó que una persona mayahablante habla más castellano que su idioma materno debido a factores que van desde una educación formal sostenible, la ocupación de un cargo de prestigio, o cuando vive en un área urbana. Este estudio reflejó también que los ancianos y las mujeres son quienes más hablan el k iché.

(10)

Desde hace algunos años se ha venido manifestando que en Guatemala, la organización lingüística de la radiofonía es de tipo colonial, porque la elección de la lengua de difusión está determinada por los intereses económicos, políticos y culturales de la comunidad ladina dominante. Esta imposición a los maya parlantes va en detrimento de la conservación y desarrollo de las lenguas existentes. Por tal razón se puede decir, de manera general que la totalidad de radioemisoras utilizan el idioma castellano como lengua de difusión, en contraste con idioma de sus auditorios tradicionales. (11)

Una de las demandas fundamentales de los pueblos mayas en el presente continúa siendo, la revalorización cultural y el reconocimiento de su propia identidad. Esta sería la condición para sentar las bases de un nuevo país donde exista su reconocimiento cultural, social y político. En general, la persona de origen maya ha estado marginada de los beneficios de su trabajo y tampoco disfruta de la calidad jurídica de ciudadanos. Estas razones determinan que la población de origen maya,

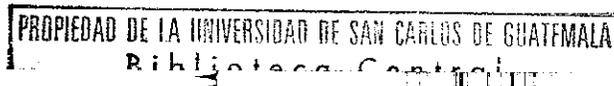
en entre ella la región ki'ché, no tengan acceso a uno de los derechos elementales como es la emisión del pensamiento.

La labor educativa de los medios, debe observar: a) Un redimensionamiento de la cultura, con formas y contenidos no violentos. b) Buscar un vínculo con otras expresiones culturales, en lugar de estimular el aislamiento entre ambas. c) Permitir la ampliación de los horizontes culturales, en lugar de inculcar el encierro en sí mismos de las expresiones etnocentristas. d) Fortalecer los vínculos de comunicación y expresión entre sí mismos, y con las otras manifestaciones culturales, en lugar de cerrar espacios de expresión y vedar el acceso a los medios de prensa.

El conocimiento del otro por medio del intercambio, la manifestación libre de opiniones sin importar sus divergencias; es una contribución que los medios alternativos de comunicación deben propiciar para ampliar el estado de incipiente democracia que vive Guatemala. En particular la región K'iche' ha sobrellevado una prolongada situación de inestabilidad y conflicto, la comunicación les es vital para hacer sus vínculos comunitarios, deteriorados por el miedo y la inseguridad.

Motivar que los medios vayan siendo expresión propia de la comunidad, es una intención que será posible si los mismos son asumidos por los destinatarios como parte de sus mecanismos de comunicación. Para ello, la programación de estos medios debe considerar, además de gustos y necesidades, las proyecciones inmediatas y el mundo interior de los habitantes de la población K'iche'.

Los medios de comunicación en la región K'iche', están llamados a realizar una labor de promoción y defensa de los derechos de los pueblos mayas; entre ellos el derecho a las tierras sagradas y ancestrales, las autonomías locales y la regionalización con base a la lengua y la cultura, la vigencia del derecho consuetudinario, la oficialización de la realidad multilingüística del país, entre otros, son algunos de los derechos contenidos en el Convenio 169 de la OIT; el cumplimiento de los mismos, representará contar con bases estables para la paz y el desarrollo de los pueblos mayas. Como un derecho más, se hace necesario que los medios vayan retomando y difundiendo todos los esfuerzos de reinterpretación de la



historia desde la cosmovisión de los mayas, esfuerzo que paulatinamente ha desarrollado organizaciones representativas.

APITULO II

SPECTOS METODOLOGICOS

Para el desarrollo de la investigación se partió del diseño de un diagnóstico descriptivo con la población meta delimitada por niños y niñas, líderes comunitarios, grupos familiares y personas al azar en puntos definidos de la región mayahablante iché. Dicho diagnóstico tuvo en cuenta los siguientes indicadores:

Necesidades Comunicacionales
 Formas Propias de Comunicación
 Hábitos, audiencia y uso de la Radio

El fundamento es poder llegar a establecer la situación actual y perspectivas de la comunicación radiofónica en dicha región, sobre la base de integrar lo indagado entre la población objeto de estudio.

I. Planteamiento del problema

Dentro del marco metodológico propio de una investigación descriptiva, se trató de responder la siguiente interrogante: ¿Cuál es la situación de la comunicación radiofónica en el área mayahablante k iché?.

Para dar respuesta a esta interrogante de investigación, se partió de la formulación de una serie de preguntas básicas que profundizaran en la temática de estudio y por lo tanto nos dieran las bases para interpretar el problema planteado. Entre las cuestionantes están:

1. ¿Cuáles son los canales propios utilizados por las comunidades para la transmisión de sus mensajes?
2. ¿Cuales son los obstáculos para comunicarse con la comunidad?

3. ¿Cuáles son las razones para utilizar un medio masivo para comunicarse con la comunidad?
4. ¿Qué medio masivo utiliza la población para comunicarse o dar información?
5. ¿Qué nivel de preferencia real tiene la población kiché acerca del medio radiofónico?
6. ¿Cuál es la situación de la audiencia de radio, frente a los demás medios de comunicación en la región?
7. ¿Qué tipos de mensajes prefiere la población a través de la radio?
8. ¿En qué tipo de idioma prefieren los habitantes recibir el mensaje?
9. ¿Cuáles son las radioemisoras más escuchadas por la población kiché?
10. ¿Qué frecuencia tiene más audiencia en esta región?
11. ¿Qué grado de escolaridad tienen los oyentes de la radio en esta región?
12. ¿Qué expectativas tiene la población respecto al uso de la radio para el desarrollo de sus comunidades?

2. Objetivos de la investigación

2.1 Objetivo General:

2.1.1 Establecer la situación actual de la comunicación radiofónica en el área mayahablante kiché y las perspectivas que dicho medio presenta para el desarrollo de las comunidades.

2.2 Objetivos específicos:

- 2.2.1 Reconocer los canales propios de comunicación utilizados por las comunidades en su afán de transmitir mensajes.
- 2.2.2 Identificar si el medio radiofónico es considerado como el de mayor interés en la audiencia de las comunidades mayahablantes kichés.

- 1.3 Establecer comparativamente el nivel de la radio en contraste con los demás medios como son la televisión, los periódicos y el cable.
- 1.4 Conocer las preferencias y tipo de mensajes para escuchar radio
- 1.5 Identificar el idioma en que prefieren recibir los mensajes en radio
- 1.6 Conocer las frecuencias de transmisión radiofónicas preferidas por las comunidades k'ichés
- 1.7 Sugerir a partir de este estudio, pautas para una mejor definición del medio radio que contribuya al desarrollo de las comunidades, identificando sus necesidades sociales y culturales.

La muestra investigada

Para el desarrollo de la presente investigación, se procedió a aplicar un estudio descriptivo e interpretativo, de la situación actual de la radio en el contexto de la población mayahablante k'iché, utilizando para ello un muestreo mixto. De acuerdo al planteamiento de los fundamentos de investigación del profesor lombiano Mario Tamayo, este tipo de muestreo permite combinar diversos tipos de método, ya sean probabilísticos o no probabilísticos, o bien seleccionar unidades de la muestra en forma aleatoria y luego aplicarse el muestreo de cuotas.

En este caso se trató de combinar el muestreo estratificado (aleatorio probabilístico) que divide a la población en varios grupos o estratos con el fin de dar representatividad a los distintos factores que integran el universo de estudio, con el muestreo de cuotas (no probabilístico) que de igual manera, divide a la población en categorías de manera proporcional a la población.

En el marco propiamente del muestreo mixto se procedió a dividir el universo en cuatro estratos. Tres de estos, tales como los líderes comunitarios, grupos familiares y niños y niñas representativos, quedaron dentro del margen del muestreo de cuotas, y el de población de comunidades al azar, en el muestreo estratificado o aleatorio.

La idea partió de que los tres primeros segmentos o estratos hacían un universo primario de 1,249 personas, en tanto que el segundo universo o estrato estaba conformado por 1,580 personas a la azar de las comunidades. Lo que se pretendía era tener un balance para un universo total de 2,829, tomando como base una representatividad de la población mayahablante de la región k'iché estimada en alrededor de 800 mil habitantes.

Para tener acceso a los grupos metas de la investigación se llevaron a cabo las siguientes actividades:

- Talleres con niños y niñas K'iche's.
- Talleres con Grupos Focales de Líderes Comunitarios K'iche's.
- Entrevistas a Grupos Familiares K'iche's.
- Encuestas Individuales al Azar con Personas K'iche's.

3.1 Talleres con niños y niñas k'iche's

Para la ejecución de estos talleres se prepararon materiales específicos con la intención de realizar juegos con los niños y niñas que se adaptaran a sus condiciones perceptibles de vida. Al finalizar las dinámicas grupales, esperando haber dado ya un espacio de confianza y de juego, se aplicó un cuestionario a cada niño o niña a fin de conocer los aspectos relativos a la audiencia del medio radial en la región.

3.2 Talleres con grupos focales de líderes comunitarios

Estos talleres se realizaron en cuatro departamentos del área mayahablante k'iche': Totonicapán, Quetzaltenango, Sololá y El Quiché. En cada departamento se reunieron tres grupos, lo que nos dio un total de 12 talleres realizados, a los cuales se invitó a 180 líderes representantes de similar número de comunidades, entre aldeas, cantones, caseríos y cabeceras municipales.

Se buscó en todo momento que los participantes reunieran las siguientes características: a) que fueran reconocidos en su comunidad, b) nacidos en la región k'iche', c) que tuvieran el k'iche' como idioma materno y lo hablaran en la actualidad y que fueran igualmente mujeres y hombres sin distinción alguna.

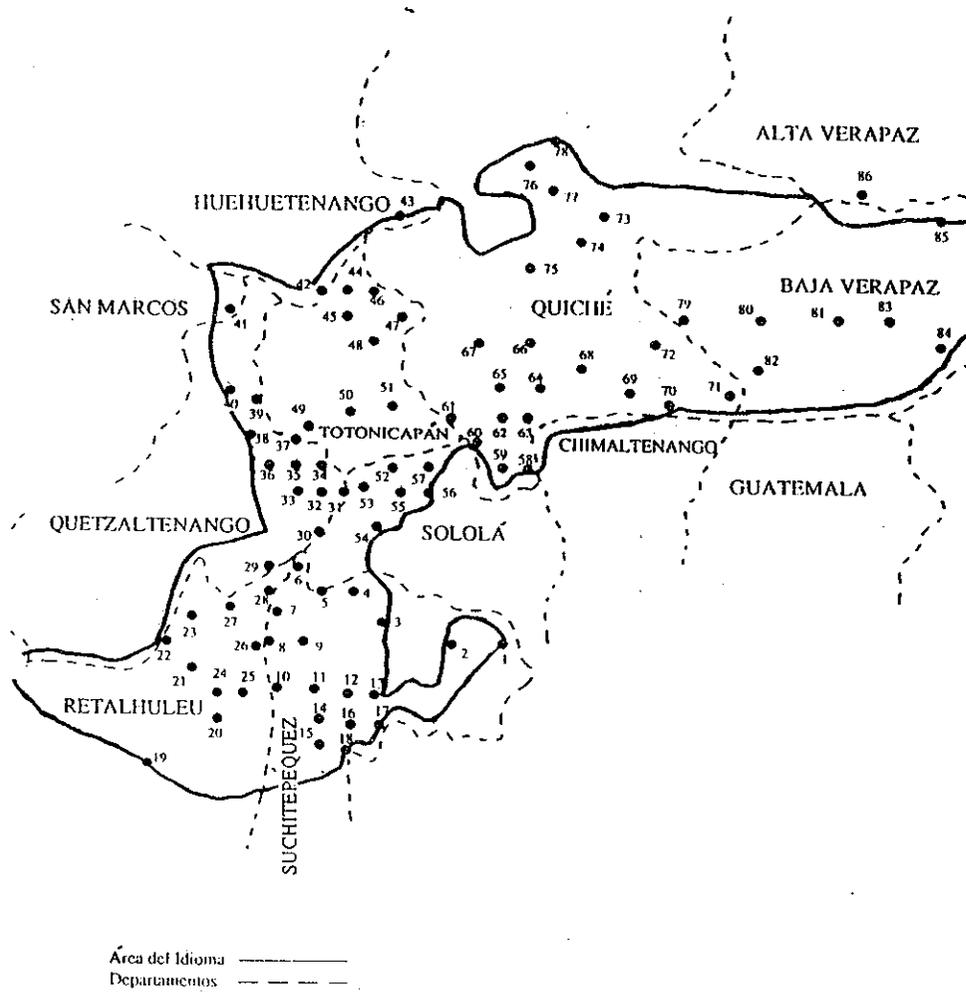
La técnica de grupo focal, consiste en organizar grupos de trabajo en un número no mayor de seis personas, con el propósito de discutir, analizar, evaluar y concluir los temas que sean presentados mediante una guía de trabajo. Los miembros son por lo regular personas conocedoras de la problemática de la comunidad y con amplio margen propositivo. Durante la reunión que es coordinada por un moderador, se toma nota de las discusiones y acuerdos finales que se llegan a tomar para luego si es pertinente hacerlas del conocimiento de una plenaria o en su defecto a través de cuestionarios ampliamente discutidos.

Entrevistas a grupos familiares k'iche's

Para la utilidad del trabajo del diagnóstico, se consideró como grupo familiar a todas las personas que habitan en una casa, esto comprende abuelos, padres, hijos, hermanos, tíos. El lugar de aplicación se extendió a los departamentos de Retalhuleu y Uchitupéquez, donde se tuvo la colaboración de varios líderes comunitarios que previamente participaron en un momento presencial de capacitación para la elaboración de las boletas. El número total de familias entrevistadas fue de un mil treinta (1030).

Todos los indicadores a estudiar en el diagnóstico se incluyeron en la boleta familiar, la cual consideró espacios y tiempo necesario para la respuesta consensual del grupo familiar.

Mapa Lingüístico del Idioma K'ichee'



MUNICIPIOS DE HABLA K'ICHEE'

| | | | |
|-----|---------------------------|-----|-----------------------------|
| 1. | Patlul | 56. | Santa Clara La Laguna |
| 2. | Santa Bárbara (parte) | 57. | Santa Lucía Utatlán |
| 3. | Chicacao | 58. | Tecpán (aldea Pacay) |
| 4. | San Pablo Jocopilas | 59. | Chichicastenango |
| 5. | Santo Tomás La Unión | 60. | Patzitè |
| 6. | Zunilito | 61. | San Antonio Ilotenango |
| 7. | Pueblo Nuevo | 62. | Santa Cruz de El Quiché |
| 8. | San Francisco Zapotitlán | 63. | Chiché |
| 9. | Saltún | 64. | Chinique |
| 10. | Cuyotenango | 65. | San Pedro Jocopilas |
| 11. | Mazatenango | 66. | San Bartolomé Jucutchenango |
| 12. | San Bernardino | 67. | Sacapulas (parte) |
| 13. | San Miguel Panán | 68. | San Andrés Sajcabajá |
| 14. | San Gabriel | 69. | Zacualpa |
| 15. | San Lorenzo | 70. | Joyabaj |
| 16. | Santo Domingo | 71. | Pachalum |
| 17. | San José El Idolo | 72. | Canillá |
| 18. | Río Bravo | 73. | San Miguel Uspantán (parte) |
| 19. | Champrico | 74. | Cunén |
| 20. | Retalhuleu | 75. | Nebaj (parte) |
| 21. | Nuevo San Carlos | 76. | Chajul (Xolcuay) |
| 22. | Al Asintal | 77. | Cotzal (San Marcos Cumlaj) |
| 23. | Nuevo Palmar | 78. | Chicamán |
| 24. | San Sebastián | | |
| 25. | Santa Cruz Mulúa | | |
| 26. | San Andrés Villa Seca | | |
| 27. | San Martín Zapotitlán | | |
| 28. | San Felipe | | |
| 29. | El Palmar | | |
| 30. | Zunil | | |
| 31. | Cantel | | |
| 32. | Almolonga | | |
| 33. | Quetzaltenango | | |
| 34. | Salcajá | | |
| 35. | La Esperanza | | |
| 36. | San Mateo | | |
| 37. | Olintepeque | | |
| 38. | San Francisco La Unión | | |
| 39. | San Carlos Sija | | |
| 40. | Sibilia | | |
| 41. | San Antonio Sacatepéquez | | |
| 42. | Malacatancito (parte) | | |
| 43. | Aguacatán (parte norte) | | |
| 44. | San Bartolo | | |
| 45. | Momostenango | | |
| 46. | Santa Lucía La Reforma | | |
| 47. | Santa María Chiquimula | | |
| 48. | San Francisco El Alto | | |
| 49. | San Andrés Xocul | | |
| 50. | San Cristóbal Totonicapán | | |
| 51. | Totonicapán | | |
| 52. | Nahualá | | |
| 53. | Santa Catarina Ixtahuacán | | |
| 54. | San Juan Laguna | | |
| 55. | Santa María Visitación | | |

4. Técnicas de recolección de datos de la muestra

Para el efecto se utilizó el cuestionario para los cuatro grupos estudiados. Ello significó elaborar cuatro instrumentos de esta naturaleza, que se pasaron previo a la realización de las actividades anteriormente señaladas.

En el caso de los niños y niñas se buscó respuesta a los indicadores siguientes:

- a) Motivación hacia el medio radial
- b) Audiencia del medio radio entre la población infantil
- c) Preferencia de emisoras y programas
- d) Tiempo destinado a escuchar radio en sus comunidades
- e) Formas propias de comunicación

En cuanto a la visión de los líderes comunitarios, respecto a la comunicación radial en sus comunidades, la investigación se centró en conocer su opinión sobre la base de los siguientes indicadores:

- a) Formas propias de comunicación
- b) Necesidades comunicacionales
- c) Hábitos en el uso del medio radiofónico
- d) Preferencias, horarios y temas en radio

La perspectiva de los grupos familiares respecto a la comunicación radiofónica, se tradujo en descubrir la respuesta a los siguientes indicadores:

- a) Hábitos en el uso de los medios de difusión
- b) Preferencia sobre el medio radio en sus comunidades
- c) Tipos de mensajes, horarios e idioma en que desea escuchar la radio
- d) Preferencia de emisoras y programas en la región
- e) Utilidad de los mensajes a través de la radio

- f) Necesidades comunicacionales
- g) Dificultades de comunicación en los grupos familiares
- h) Disponibilidad de participación en un medio radial

El marco de la ubicación y análisis individual que correspondió a las encuestas al azar realizadas en la región, se fundamentó en los indicadores siguientes:

- a) Grado de conocimiento de los medios de comunicación
- b) Necesidades comunicacionales
- c) Preferencia de un medio de comunicación en particular
- d) Hábitos en el uso y audiencia de la radio
- e) Emisoras preferidas en la región
- f) Contenido de los programas e idioma para difundirlos

5. Interpretación los datos recabados durante el trabajo de campo.

Las diferentes formas de interactuar con los pobladores de la región k'iche' fueron sistematizadas, como el caso de los resultados de los talleres con líderes, niños y niñas. En cuanto a las boletas familiares y al azar, estas fueron tabuladas e interpretados sus datos.

Para la tabulación se delegó la primera parte de esta a los comunicadores comunitarios, quienes trabajaron sus propias boletas y luego se unificaron los resultados por departamento. Estos resultados se interpretaron a nivel general para dar lugar al presente informe.

Las preguntas cerradas fueron tabuladas y representadas por medio de cuadros estadísticos, las preguntas que, por la naturaleza de su contenido debían ser abiertas, se interpretaron buscando conceptos generales que pudieran encerrar las ideas vertidas en los instrumentos.

Con lo anteriormente expuesto, tanto el diagnóstico en general como la parte correspondiente al análisis de la audiencia de radio en la región k'iché tiene una fuerte dosis de trabajo de campo e interpretación cualitativa. Es de hacer notar que a partir de ello puede identificarse un perfil de la importancia que le dan a la radio los mayahablantes k'ichés y el marco que presenta la audiencia de este medio de acuerdo al universo estudiado.

CAPITULO III

RESULTADOS OBTENIDOS DE LA INVESTIGACION

Los datos de la muestra representativa de la región de habla k'iché, son el resultado del escrutinio y tabulación de los distintos cuestionarios utilizados. Para una mejor interpretación de dichos resultados, se presentan en el orden de realización de los distintos procesos que incluyó este diagnóstico.

1.SITUACION DE LA RADIO EN EL CONTEXTO INFANTIL KICHÉ

1.1 Formas propias de comunicación de los niños y niñas k'iche's

Dentro de este indicador se investigó: en qué lengua hablan, si expresan sus sentimientos, si ponen atención al líder y de qué manera se comunican.

En cada departamento los niños tenían diferentes hábitos en el uso de la lengua. En Totonicapán hablaron casi solo en K'iché. En Quetzaltenango todos pueden hablar K'iché pero prefirieron hablar Español porque el conductor hablaba muy diferente el K'iché. También porque están acostumbrados a hablar Español.

En Sololá hablaron los dos lenguajes y en el Quiché hablaron Español, pero entre ellos hablaron K'iché como una forma de no permitir que los adultos presentes entendieran lo que ellos decían.

La mayoría tenía dificultades de expresar sus sentimientos y vivencias, no están acostumbrados a expresarse, aunque hay grandes diferencias entre los 4 departamentos. La mayoría están acostumbrados a escuchar a los adultos y a reproducir lo que escucharon.

En general se comunican en una manera paternal; pues si escuchan al líder ponen atención. Sólo en Sololá se observó formas de comunicación horizontal, con más interacción entre los niños.

Se puede concluir que es necesario dar la oportunidad a esos niños de aprender a comunicarse con más expresión, de manera más democrática. Para que

sepan que son también importantes en este mundo y tienen influencia en su vida, cuando toman la iniciativa.

1.2 Hábitos en cuanto al uso de la radio y otros medios en los niños y niñas

Dentro de este indicador se investigó sí: los niños escuchan radio, el por qué y la frecuencia con que lo hacen, siendo los resultados por departamento, los siguientes:

1.2.1 Totonicapán (muestra 7 niños).

Los 7 escuchan radio porque: 1. Quieren oír música, 2. Son bonitos programas, 3. Me gusta (2 niños), 4. Por interés en música y cuentos. Del grupo, 5 escuchan radio todos los días. Dos escuchan 2 días a la semana. De los 7 escuchan 3 todo el día. Uno escucha 15 minutos, otro, media hora, otro una hora y otro, dos horas al día.

Los programas que más les gustan son: "Enlace", en Radio Fraternidad, Programas evangélicos, Programas de canciones rancheras. De los 7, 6 niños piensan que los programas de radio son importantes, porqué:

a) Enseñan todo lo que sucede (informan), b) Informan y entretienen, c) Hay palabras y cosas que uno puede conocer por ellos, Educación, d.) Nos dan una práctica, e) Uno piensa que no sirven para nada.

1.2.2 Quetzaltenango (muestra 9 niños)

De los 9 niños, 6 escuchan radio porque: 1. Quieren oír noticias, 2. Hay noticias de Cristo De los 6, 5 escuchan radio todos los días, el otro solo de lunes a viernes. En su orden a los niños les gusta escuchar: Noticias (2), Marimba, Música (2), Radio San Cristobal, y Programas Cristianos.

1.2.3 Sololá (muestra 10 niños)

Los 10 escuchan radio porque: 1) Quieren escuchar música 2) Informarse 3) La tienen a disposición 4) Porque mi hermana lo escucha. De los 10, 7 escuchan la radio todos los días, uno de lunes a viernes y otro solo durante el fin de la semana. El tiempo dedicado es 1 hora; 2 horas; 3 horas (3); 4 horas; y dos escuchan casi todo el día.

Al grupo le gustan más: Noticias (4), Novelas, Radio Galaxia, Radio Xela Stereo, Música (2), y Rancheras.

1.2.4 Quiché (muestra 13 niños)

En este departamento los 13 escuchan radio porque: 1) Les gusta 2) Quieren escuchar noticias. Del total 12 escuchan todos los días, uno escucha viernes, sábado y domingo. Escuchan por 1 hora al día (6), dos horas (3), tres horas al día (2) y cinco horas al día.

Los espacios más escuchados son: Noticias, Bailables en domingo, Música (4), Radio Galaxia (2), Radio K'iché, Radio 6:20, Radio Utatlán, así como Programas religiosos, Programas educativos, y Marimba.

2. LA SITUACION DE LA RADIO DESDE EL PUNTO DE VISTA DE LOS LIDERES COMUNITARIOS

A continuación se presentan las repuestas integradas a las preguntas contenidas en las boletas aplicadas con talleres de grupos focales, donde fueron invitados 180 líderes comunitarios de la región K'iche' de los departamentos de: Totonicapán, Quetzaltenango, Sololá, Quiché y Suchitepéquez.

2.1 Las formas de comunicación usadas en las comunidades

La principal forma de comunicación es verbal; la tradición oral representa el principal medio de transmisión de las tradiciones y las costumbres. En buena medida, la importancia que tienen los ancianos en las comunidades indígenas es comunicar a los jóvenes y niños las leyendas, su propia visión de la historia y las practicas determinadas por las costumbres. La oralidad ha representado a los pueblos pre coloniales de América, la sustentación de su identidad y ha sido generadora de su propia visión del mundo.

Una de las formas tradicionales que persisten en la región K'iche' es el Pregón, así es como se le llama a un tambor que utilizan las autoridades municipales de los pueblos para comunicar mensajes a toda la población. El nombre de pregón cambia según sean las variantes lingüísticas de cada idioma, se le conoce como Perecón, Fregón o citon-pregón. El pregón recorre las principales calles de la localidad y se detiene en cada esquina a pregonar las informaciones de interés comunitario. Una de sus funciones podrían ser informar sobre asuntos de actualidad como: Las medidas contra el cólera, la convocatoria a trabajo de servicio comunitario, limpieza del cementerio o la apertura de caminos entre algunos; y la información sobre cualquier acontecimiento que llame al interés de la población, como serían el anuncio de sanciones penales dictaminadas por el derecho consuetudinario de las comunidades.

Las formas de comunicación escrita, son las menos empleadas en la región k'iche', es significativo que no se haya mencionado ningún medio impreso, los únicos utilizados son las cartas, telegramas y volantes.

Los medios técnicos empleados, el más significativo es la radio, por la masivo de su uso, en menor medida se emplean la televisión, cable, alto parlantes o bocinas, teléfono y telégrafo.

Otro mecanismo propio de las comunidades es a través de las formas de agrupación comunitaria: como los comités organizados para mantener informada a la comunidad por medio de reuniones, en la comunicación existente entre maestro y alumno, por medio de los alcaldes auxiliares quienes hacen citaciones, llamadas a través de los bomberos, el caracol y la campana. Con el sonido del caracol y la campana sirven para convocar a la población, en cualquier tipo de actividad comunitaria o por situaciones de emergencia. Son utilizados también como un equivalente de las alarmas. El caracol se usa principalmente en cantones y aldeas donde no existen campanas.

2.2 Hechos y temas que motivan el uso de las formas de comunicación

Los hechos que motivan las formas de comunicación son situaciones de emergencia, informaciones, notificaciones, actividades, convocatorias para atender asuntos de desarrollo de la comunidad. Otras son las actividades de cooperación para resolver las necesidades de la comunidad, prestar un servicio social, en acciones de solidaridad; reuniones culturales, sociales y religiosas; organización del trabajo comunitario, información de instituciones religiosas y de desarrollo. Los temas son coyunturales, el más reciente es el relacionado con el tema del cólera.

2.3 Participación en prácticas cotidianas de comunicación

Es importante hacer una diferencia sobre la participación, cuando esta es en medios propios o medios privados. En el primer caso la participación es elevada, pero en el segundo caso es poca la participación. Es la diferencia que existe entre el

acceso a los medios de comunicación de una cofradía, a tenerlos en una radio privada. Se da la participación cuando se reúnen y asisten a las juntas, donde tienen derecho de dar opinión, asumir acuerdos y contribuir materialmente.

Los grupos de líderes hicieron referencia que los medios técnicos de comunicación existentes, no dan la oportunidad de participar en las formas de comunicación. En otras comunidades ni se cuenta con el acceso a los mismos por no contar con energía eléctrica. La frecuencia como se da la participación es temporalmente, cuando se trata de un servicio voluntario, es organizadamente por turnos.

2.4 Temas de interés en la comunicación de las comunidades

La temática a tratar con los niños se inclina principalmente a los contenidos sobre educación, como: educación integral, sexual, medio ambiente, socioeconómica, la conducta, deportes, manualidades, floricultura, civismo, noviazgo, relaciones humanas, alcoholismo. Asumen que la formación sobre sus derechos es importante en el orden de prioridad siguiente: Derechos del niño, de la mujer y el trabajo.

Respecto a la cultura los conocimientos sobre la lengua materna, fueron tomados como muy importante, seguido de la valoración de la cultura, poesía, teatro, canto, dibujo, principios morales y los 500 años. También, el tema de desarrollo es visto como un tema central como: Salud, organización infantil y reforestación.

Para las mujeres de la comunidad, el tratamiento de sus derechos es valorado como prioritarios entre ellos: Los derechos de la mujer, derechos humanos, del niño, del trabajo, deberes y derechos de la familia. Sobre temas de educación observan la alfabetización, educación integral, relaciones humanas, educación materna, criterios para la educación del hogar como importantes a ser tocados.

En la cultura sólo se abordó el tema de la cultura maya, mientras que en desarrollo señalan la salud preventiva, curativa, maternidad, nutrición, planificación familiar, corte y confección, pecuarios, agrícolas y planificación familiar como importantes.

En lo que respecta a la información que necesitan los hombres de la comunidad esta en sus derechos, los derechos humanos, derechos de la mujer, derechos del niño, de la legislación guatemalteca en general, del trabajo, deberes y derechos de la familia. En educación consideran como significativos la alfabetización, educación integral, educación sexual, relaciones humanas responsabilidades del padre en la familia.

En la cultura, la cultura maya en general fue mencionada como único tema, mientras que en desarrollo se consideraron los siguientes temas: Economía, salud preventiva, y curativa, agricultura, ganadería, carpintería, sastrería, artesanía, construcción, reforestación, criterios sobre administración y desarrollo comunitario.

2.5 Necesidades comunicacionales de la comunidad

Sobre las necesidades que los niños tienen para comunicarse con las otras personas de la comunidad, se mencionaron en educación el dominio del idioma materno, desarrollar una educación participativa, recibir orientación, apoyo y motivación de los mayores; contar con un ambiente adecuado y de respeto en la familia, la escuela y en la sociedad. Los niños requieren contar con medios adecuados en el ambiente social, como: Intercambios socioculturales, deportivos y buena relación de la comunidad con ellos. Específicamente requieren de medios técnicos, donde tengan la posibilidad de expresarse y asumir protagonismo social, como: radio, prensa, televisión y folletos sobre su historia.

Las mujeres por su parte, tienen dificultades particulares para ejercer su derecho de expresión, como serían el desconocimiento del valor de la mujer en la sociedad, temor de hablar en público, subestimación de que son objeto, poco acceso a la comunicación. La ausencia de recursos económicos le impide movilizarse, bajo nivel de educación escolar, ausencia real del derecho de expresión, falta de organización propia, discriminación de género, dificultades en el uso del idioma con mujeres monolingües. Aparte de ello, no tienen un medio de comunicación a su servicio, ausencia de tiempo, poca voluntad y conformismo.

Las limitaciones que los hombres de la comunidad tienen para dar a conocer sus vivencias presentes y experiencias son: por falta de capacitación para hacerlo, ausencia de educación, automarginación, poca preparación académica, ausencia de medios para comunicarse, por sectarismo y temor, hay comunidades donde no existe libertad de expresión, inestabilidad política, desánimo, falta de recursos económicos, el monolingüismo, falta de oportunidades, tiempo y orientación, por exceso de trabajo y por falta de confianza.

2.6 Uso de los medios de comunicación en la comunidad

De los medios de difusión masiva (radio, prensa y televisión), 12 grupos de trabajo consideraron que la radio cuenta con las mejores condiciones para comunicarse entre las comunidades, 7 asumen que lo ideal sería que los tres medios combinadamente lo hicieran y 1 grupo tomó en cuenta a la televisión. Al preguntar por qué la elección de la radio como principal medio, respondieron que la radio por ser un medio efectivo, barato que se puede utilizar en pueblos donde no hay energía eléctrica. A demás por permitir realizar transmisiones bilingües.

Al plantear los medios alternativos para comunicarse en y entre las comunidades, se valoraron los medios siguientes: Verbalmente, reuniones, circulares, pregones, caracol, campanas, silbidos, trompetas, alto parlantes, a través de mensajeros, por los auxiliares, y por medio de la organización comunitaria. Las razones son porque la comunicación verbal es un medio tradicional que se sigue utilizando, por ser efectivo e inmediato. Los otros son considerados como medios rápidos, fáciles, seguros y accesibles, que permiten a los mensajes llegar a su destino con seguridad.

2.7 Hábitos y audiencia del medio radiofónico en las comunidades

Es el medio más utilizado por las personas de habla K'iche'; más del 90% de las familias tienen un receptor, por ser un medio barato, no necesitar de energía eléctrica y por llegar con facilidad y agilidad a todos los lugares.

Es preferentemente escuchado en un horario vespertino de 14:00 a 18:00 horas. Por la mañana los radio-escuchas disminuyen y por la noche la audiencia está en su nivel más bajo, mientras que la televisión aumenta. Los líderes consultados coincidieron en afirmar que las frecuencias a elegir dependen del tipo de programación, por ejemplo: el FM se escucha para la música, por su calidad de sonido; y el AM para las noticias, los mensajes religiosos y por las informaciones de comunidades cercanas. La onda corta no fue mencionada por ningún líder comunitario.

La variedad de emisoras conocidas en la región es bastante grande, el listado de las mismas es el siguiente: Radio 6.20, Galaxia, Stereo Alegre, Landivar, Amabilidad, Stereo 100, Radio Momostenango, Emisoras Unidas, Radio Nacional de Totonicapán, Radio Nahualá, T.G.Q., Indiana, Victoria, T.G.N. Cultural, Globo, Azulutlan, Quiché, Utatlan.

El hábito de escuchar radio por las madrugadas se ha modificado significativamente en los departamentos del Quiché y en menor medida en Sololá y Chichitapéquez, se mantiene la audiencia en las primeras horas del día.

3. LA SITUACION DE LA RADIO EN EL AREA K'ICHE' DESDE EL PUNTO DE VISTA DE LOS GRUPOS FAMILIARES

3.1 formas propias de comunicación usadas en las comunidades

En la región K'iche' la oralidad sigue siendo una de las formas predominantes en las encuestas familiares, cuando fueron interrogados sobre la utilización de medios propios de comunicación dentro de la comunidad, las respuestas fueron la verbal en un 17%, la bocina en un 21%, la utilización de los alguaciles para notificar convocar e informar en un 17.5, el pregón en un 12.3%. Por otra parte las formas escritas no tienen las mismas tendencias, apenas un 9% hace uso de ellas (Cua. fam).

Cuadro # 1 MEDIOS DE COMUNICACION PROPIOS DE LA COMUNIDAD.

| DEPTO | MEDIOS DE COMUNICACION PROPIOS DE LA COMUNIDAD | | | | | | | | | |
|-----------|--|----|----|----|----|---|-----|----|------|------|
| | A | B | C | D | E | F | G | H | Abs. | Toti |
| Toto. | 28 | 18 | 13 | 9 | 0 | 0 | 14 | 0 | 0 | 100 |
| Quet. | 12 | 23 | 25 | 5 | 26 | 0 | 0 | 2 | 7 | 100 |
| Solo. | 21 | 22 | 19 | 0 | 0 | 0 | 8 | 12 | 18 | 100 |
| Qui. | 0 | 22 | 0 | 29 | 47 | 0 | 0 | 1 | 1 | 100 |
| Such. | 0 | 25 | 25 | 0 | 5 | 0 | 0 | 0 | 45 | 100 |
| Total (X) | 12 | 22 | 17 | 9 | 18 | 0 | 1.5 | 6 | 14 | 100 |

Fuente: Idem.

A.= Pregón
B.= Bocina
C.= Alguaciles
D.= Escrito

E.= Verbal
F.= Silbidos
G.= Comités
H.= Otros

Cuando se verificó estas informaciones bajo la pregunta de los medios de comunicación existentes en la comunidad y agregando más opciones de respuesta los resultados fueron: el pregón 19.8%, las bocinas un 20.6%, los alguaciles u

4.6%, verbal 17.6%, silbidos un 4.6%, comités 8.4%, los medios técnicos un 8.8% y los medios escritos un 5.6% (Cua. 2 fam). La mayoría de variables mantuvieron sus tendencias, las únicas que sufrieron modificaciones fueron: los alguaciles que disminuyeron su porcentaje en tres puntos y los medios escritos que pasaron de tener un porcentaje del 9 al 5.6%.

Sobre las situaciones que motivan el uso de los medios de comunicación propios, están determinadas para atender necesidades (43%), resolver problemas (9%) y situaciones de emergencia (16%); dichas cifras son indicativas de la situación de subsistencia social que se viven en las comunidades rurales de la región K'iche'. En el paso, la utilización de las formas propias de comunicación estaban determinadas como un factor dinamizador de las costumbres y vitalizador de la cultura en general. Actualmente las mismas formas están al servicio de atender el inmediatismo de las necesidades.

Las informaciones que son transmitidas por los medios propios tienen las mismas características, por ser un resultado de las necesidades que las generan, las necesidades de la comunidad motivan un 31% de las informaciones transmitidas, la información propiamente tiene un 30%, las reuniones comunitarias y las emergencias tienen un porcentaje del 16% y 9% respectivamente.

Las prioridades que le da la comunidad, al uso de los medios, confirma las mismas tendencias, informar a la población y resolver problemas son mayoritarias con un 30%.

3.2 Hábitos de uso en los medios de difusión en la comunidad

Respecto a los gustos por los medios, como facilitadores de la comunicación en la comunidad y fuera de ella las preferencias son para la radio en un 77%, el periódico en un 6%, la televisión en un 11% y otros medios con 5%. La inclinación por estos medios es porque la gente los prefiere en un 38%, por ser el medio más gustado con un 21% y por creerlo adecuado a su comunidad en un 32% (Cua. 3 fam). Las características específicas por cada medio se presentan de la siguiente manera.

Cuadro # 3 GUSTOS POR LOS MEDIOS QUE FACILITEN LA COMUNICACION DENTRO Y FUERA DE LA COMUNIDAD.

| DEPTOS | MEDIOS IDEALES PARA LA COMUNICACION | | | | | | | | | | |
|-----------|-------------------------------------|----|----|----|-----|-----|---------------------|----|----|-----|-----|
| | Medio que le gustaría | | | | | | Por qué lo prefiere | | | | |
| | A | B | C | D | Abs | Tot | E | F | G | Abs | Tot |
| Toto: | 80 | 8 | 8 | 4 | 0 | 100 | 58 | 5 | 26 | 11 | 100 |
| Quet. | 72 | 5 | 18 | 1 | 4 | 100 | 31 | 23 | 31 | 15 | 100 |
| Sololá | 73 | 10 | 15 | 2 | 0 | 100 | 14 | 11 | 65 | 10 | 100 |
| Quiché | 93 | 3 | 4 | 0 | 0 | 100 | 50 | 26 | 20 | 4 | 100 |
| Suchi. | 67 | 5 | 8 | 20 | 0 | 100 | 40 | 38 | 16 | 6 | 100 |
| Total (X) | 77 | 6 | 11 | 5 | 1 | 100 | 38 | 21 | 32 | 9 | 100 |

Fuente: Idem.

A.= Radio
 B.= Periódico
 C.= Televisión
 D.= Otro

E.= Es lo que la gente prefiere
 F.= Es el medio que a Ud. le gusta
 G.= Lo cree adecuado a su comunidad
 Pref.= Preferencias

3.3 La preferencia por el medio radiofónico y el tipo de mensajes

Las cifras en cuanto al gusto por la radio, son indicativas de su nivel de popularidad y accesibilidad en la región K'iche', un 88% de las familias consultadas manifestaron gusto por el medio, mientras que un 7% dijo que no la ven como un medio alternativo. Cuando fueron consultados por el tipo de mensajes, que prefieren escuchar por la radio, los mensajes educativos son los preferidos por un 47% de las familias, un 25% prefieren escuchar informaciones, un 12% mensajes religiosos y solamente un 11% manifestó tener interés por la entretención. Estos datos son reveladores del interés que se mantiene en las comunidades rurales por su formación y por hacer uso de los medios de comunicación para fines constructivos. Esto no implica perder de vista que el tiempo dedicado para el descanso, la entretención y el ocio es un derecho a ser considerado por los medios de comunicación.

Cuando se buscó determinar entre el K'iche' y el español como idioma preferido para escuchar radio, la inclinación fue de un 58.6% para el K'iche' y un 41.4% para el español.

Sobre los hogares que cuentan con un aparato receptor de radio es un 80% y un 11.9% (Cua. 4 fam).

Gráfico # 4 HOGARES QUE CUENTAN CON UN APARATO RECEPTOR DE RADIO.

| Propiedad Deptos. | TENENCIA DE RADIO EN EL HOGAR | | | |
|----------------------|-------------------------------|------|------------|-------|
| | Si | No | Abstención | Total |
| Pattonicacán | 79 | 8 | 13 | 100 |
| Pattonicaitenango | 88 | 5 | 7 | 100 |
| Pattonicá | 83 | 12 | 5 | 100 |
| Pattonicá | 81.5 | 10.5 | 8 | 100 |
| Pattonicapequez | 71 | 24 | 5 | 100 |
| Total (X) | 80.5 | 11.9 | 1.6 | 100 |

fuente: Idem.

De 26 radios escuchadas en la región K'iche', las cuatro radios más importantes en su orden, son: Radio Quiché, Galaxia, Fabulosa y Radio 6.20, aunque ninguna de estas supera el 10% de las familias encuestadas; (Cua. 5 fam).

Cuadro # 5 EMISORAS MAS ESCUCHADAS EN LA REGION K'ICHE'.

| EMISORAS | NIVEL DE PREFERENCIAS POR DEPARTAMENTO | | | | | |
|----------------|--|-------|--------|--------|--------|--------|
| | DEPARTAMENTOS | | | | | |
| | Toto. | Quet. | Sololá | Quiché | Suchi. | Tot(X) |
| Utatlán | 0 | 0 | 0 | 23 | 0 | 4.6 |
| Radio Quiché | 5 | 0 | 0 | 39 | 3 | 9.4 |
| Galaxia | 5 | 20 | 11 | 7 | 0 | 8.6 |
| Emisoras Uni. | 6 | 0 | 0 | 5 | 2 | 2.6 |
| Radio 6.20 | 14 | 10 | 4 | 4 | 0 | 6.4 |
| TGW | 0 | 0 | 0 | 4 | 0 | 0.8 |
| Fabulosa | 2 | 6 | 18 | 4 | 3 | 6.6 |
| Fiesta | 5 | 0 | 0 | 4 | 0 | 1.8 |
| TGN | 4 | 0 | 12 | 0 | 0 | 3.2 |
| Voz Nahualá | 0 | 0 | 21 | 0 | 5 | 5.2 |
| Fratemidad | 10 | 12 | 2 | 0 | 0 | 4.8 |
| Nuevo Mundo | 5 | 4 | 5 | 0 | 0 | 2.8 |
| Indiana | 0 | 0 | 2 | 0 | 42 | 8.8 |
| Stereo Alegre | 6 | 19 | 3 | 0 | 0 | 5.6 |
| Victoria | 0 | 0 | 5 | 0 | 22 | 5.4 |
| Mundial | 0 | 2 | 1 | 0 | 0 | 0.6 |
| Exitos | 0 | 0 | 3 | 0 | 0 | 0.6 |
| Voz los Altos | 5 | 6 | 3 | 0 | 0 | 2.8 |
| Globo | 0 | 0 | 3 | 0 | 0 | 0.6 |
| Stereo Mam | 1 | 0 | 0 | 0 | 3 | 0.8 |
| Stereo 100 | 6 | 7 | 0 | 0 | 0 | 2.6 |
| TGD | 1 | 3 | 0 | 0 | 0 | 0.8 |
| Stereoo Vida | 7 | 8 | 0 | 0 | 0 | 3 |
| Radio Xelajú | 6 | 0 | 0 | 0 | 5 | 2.2 |
| Radio Landivar | 0 | 3 | 0 | 0 | 0 | 0.6 |
| Otras | 12 | 0 | 7 | 10 | 15 | 8.8 |
| Total | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

Fuente: Idem.

Los programas más gustados de la actual programación, son los informativos en un 32%, los musicales en un 16%, los recreativos en un 14%, los educativos y los religiosos en un 11% cada uno; (Cua. 6 fam). Estos programas son gustados por las noticias en un 36%, porque entretienen con un 26%, por ser educativos y culturales en un 17%, por la música en un 3% y los mensajes religiosos en un 1% (Cua. 7 am). Notese que los programas musicales tienen una preferencia del 16%, pero al preguntar por el gusto de los mismos es de un 3%; al igual que los religiosos su preferencia es del 11%, pero el gusto por esos programas es del 1%.

Cuadro # 6 EL TIPO DE PROGRAMAS PREFERIDOS POR LA RADIO.

| Fre. Deptos. | PROGRAMAS MAS GUSTADOS | | | | | | | |
|-----------------|------------------------|----|----|----|----|----|------|-------|
| | A | B | C | D | E | F | Abs. | Total |
| Toto. | 24 | 21 | 7 | 5 | 8 | 0 | 35 | 100 |
| Quet. | 20 | 26 | 11 | 18 | 10 | 3 | 12 | 100 |
| Sololá | 20 | 35 | 15 | 10 | 14 | 0 | 6 | 100 |
| Quiché | 7 | 31 | 12 | 13 | 37 | 0 | 0 | 100 |
| Suchi. | 11 | 45 | 10 | 10 | 0 | 10 | 14 | 100 |
| Total (X) | 16 | 32 | 11 | 11 | 14 | 3 | 13 | 100 |

Fuente: Idem. A.= Musicales B.= Informativos C.= Educativos D.= Religiosos
E.= Recreativos F.= Otros Abs.= Abstención Fre.= Frecuencia

Cuadro # 7 GUSTO POR LOS PROGRAMAS DE RADIO.

| Fre. Deptos. | EL POR QUE DE LAS PREFERENCIAS | | | | | | | |
|-----------------|--------------------------------|----|----|---|---|----|------|-------|
| | A | B | C | D | E | F | Abs. | Total |
| Toto. | 32 | 21 | 29 | 0 | 0 | 0 | 18 | 100 |
| Quet. | 24 | 12 | 37 | 7 | 0 | 0 | 20 | 100 |
| Sololá | 32 | 27 | 22 | 0 | 6 | 0 | 13 | 100 |
| Quiché | 27 | 23 | 42 | 0 | 0 | 0 | 8 | 100 |
| Suchi. | 65 | 0 | 0 | 0 | 8 | 10 | 17 | 100 |
| Total (X) | 36 | 17 | 26 | 1 | 3 | 2 | 15 | 100 |

Fuente: Idem. A.= Por las noticias y deportes B.= Es educativo y cultural C.= Entretenimiento
D.= Por mensajes religiosos E.= Por la música F.= Otros
Abs.= Abstención Fre.= Frecuencia

La utilidad que tienen los mensajes transmitidos por la radio, son informativo en un 39%, educativos 23.7%, de entretenimiento 18.2% y para dar opinión 1.6% (Cua. 8 fam). Los mensajes educativos son considerados útiles, pero la oferta de los mismos tiene un 11%, en lo que respecta a las necesidades comunicacionales es el tema educativo quien tiene una mayor demanda entre hombre mujeres y niños sobrepasando una demanda del 40%.

Cuadro # 8 UTILIDAD QUE DEJAN LOS MENSAJES TRANSMITIDOS POR LA RADIO.

| Utilidad Deptos. | BENEFICIOS QUE DEJAN LOS MENSAJES | | | | | |
|---------------------|-----------------------------------|--------------------|------------------|---------------------|------------|-------|
| | Para informar | Para entretener | Para Educamos | Para dar opinión | Abstención | Total |
| Totonicapán | 37 | 16 | 19 | 0 | 28 | 100 |
| Quet. | 35 | 17 | 23 | 0 | 25 | 100 |
| Sololá | 37.2 | 14.1 | 27.3 | 8.1 | 13.3 | 100 |
| Quiché | 31 | 33 | 27 | 0 | 9 | 100 |
| Suchi. | 54 | 11 | 23 | 0 | 12 | 100 |
| Total (X) | 39 | 18.2 | 23.7 | 1.6 | 17.5 | 100 |

Fuente: Idem.

Los horarios de mayor audiencia es de 9 a 13 horas en un 36% de radio escuchas en un 23.7% está la audiencia de 14 a 18 horas, del 24.8% es de 4 a 8 horas y el 15.3% de audiencia es en el horario de 19 a 23 horas (Cua. 9 fam). En cuanto a la cantidad de horas dedicadas a escuchar radio diariamente, el 39.5% lo hace de una a tres horas, el 25.1% de cuatro a seis horas, el 8.6% de 7 a 9 horas, de 10 a 12 horas el 9.2% y el 5% de 12 o más horas (Cua. 10 fam).

Cuadro # 9 HORARIO DE PREFERENCIA PARA ESCUCHAR RADIO.

| Horario Deptos. | HORARIOS DE MAYOR AUDIENCIA | | | | |
|--------------------|-----------------------------|-----------|------------|------------|-------|
| | De 4 a 8 | De 9 a 13 | De 14 a 18 | De 19 a 23 | Total |
| Totonicapán | 24 | 44 | 18 | 14 | 100 |
| Quet. | 17 | 34 | 31 | 18 | 100 |
| Sololá | 22 | 30.6 | 24.7 | 22.7 | 100 |
| Quiché | 22 | 29 | 32 | 17 | 100 |
| Suchi. | 39 | 43 | 13 | 5 | 100 |
| Total (X) | 24.8 | 36.2 | 23.7 | 15.3 | 100 |

Fuente: Idem.

Cuadro # 10 HORAS DEDICADAS A ESCUCHAR RADIO DIARIAMENTE.

| Fre. Deptos. | CANTIDAD DE HORAS DEDICADAS A ESCUCHAR RADIO | | | | | | |
|-----------------|--|-------------|-------------|---------------|----------|-------|-------|
| | 1 a 3 horas | 4 a 6 horas | 7 a 9 horas | 10 a 12 horas | 12 y más | Abst. | Total |
| Totonicapán | 25 | 21 | 5 | 13 | 6 | 30 | 100 |
| Quet. | 34 | 22 | 12 | 15 | 11 | 6 | 100 |
| Sololá | 36.5 | 24.1 | 10 | 9.4 | 7.8 | 12.2 | 100 |
| Quiché | 38 | 37.5 | 16 | 8.5 | 0 | 0 | 100 |
| Suchi. | 64 | 21 | 0 | 0 | 0 | 15 | 100 |
| Total (X) | 39.5 | 25.1 | 8.6 | 9.2 | 5 | 12.6 | 100 |

Fuente: Idem.
Fre.= Frecuencia

El idioma escuchado en los mensajes por la radio, para la región K'iche', es el español en un 78.6% y el K'iche' sólo tiene una cobertura del 8.4%; cuando se preguntó el idioma que prefieren para oír radio, el 38.8% tiene predilección por el K'iche', un 35.2% por el español y el 17.4% por otro idioma (Cua. 11 fam).

PROPIEDAD DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Biblioteca Central

Cuadro # 11 EN QUE IDIOMA SE ESCUCHA Y EN QUE IDIOMAS SE PREFIERE OIR LA RADIO.

| Idioma Deptos. | IDIOMAS ESCUCHADOS EN LA RADIO | | | | | | | | | |
|-------------------|--------------------------------|-------|------|-------|-------|------------------------|-------|------|-------|-----|
| | Idiomas utilizados | | | | | Idioma que se prefiere | | | | |
| | K'ich | Espa. | Otro | Abst. | Total | K'ich | Espa. | Otro | Abst. | Tot |
| Tonicapán | 7 | 86 | 7 | 0 | 100 | 31 | 24 | 36 | 9 | 100 |
| Quet. | 6 | 82 | 5 | 7 | 100 | 33 | 32 | 27 | 8 | 100 |
| Sololá | 6 | 63 | 13 | 18 | 100 | 44 | 45 | 0 | 11 | 100 |
| Quiché | 13 | 78 | 5 | 4 | 100 | 60 | 11 | 24 | 5 | 100 |
| Suchi. | 10 | 84 | 0 | 6 | 100 | 26 | 64 | 0 | 10 | 100 |
| Total (X) | 9 | 78 | 6 | 7 | 100 | 39 | 35 | 17 | 9 | 100 |

Fuente: Idem.

En lo que respecta a los hábitos de información a través de los medios de comunicación, el 62% la obtiene por la radio, un 12% por la prensa y un 13% por la televisión. Los motivos por los cuales se informan en ese medio, es por su agilidad un 29%, por ser más fácil y adecuado 25%, porque entretiene un 8% y por no existir otro medio un 26% (Cua. 12 fam).

Cuadro # 12 HABITOS DE INFORMACION A TRAVES DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION EN EL HOGAR.

| Hábitos Deptos. | HABITOS DE INFORMACION | | | | | | | | | | |
|--------------------|-----------------------------------|----|-----|----|-----|--|----|----|----|-----|-----|
| | Formas de información en el hogar | | | | | Motivos por el cual se informan en ese medio | | | | | |
| | XRd | XP | XTV | Ab | Tot | A | B | C | D | Abs | Tot |
| Toto. | 65 | 13 | 16 | 6 | 100 | 53 | 20 | 14 | 3 | 10 | 100 |
| Quet. | 55 | 17 | 19 | 9 | 100 | 52 | 17 | 3 | 3 | 22 | 100 |
| Sololá | 68 | 13 | 15 | 4 | 100 | 30 | 2 | 5 | 55 | 8 | 100 |
| Quiché | 77 | 10 | 4 | 9 | 100 | 10 | 78 | 7 | 5 | 0 | 100 |
| Suchi. | 44 | 9 | 10 | 37 | 100 | 0 | 10 | 10 | 60 | 20 | 100 |
| Tot (X) | 62 | 12 | 13 | 13 | 100 | 29 | 25 | 8 | 26 | 12 | 100 |

Fuente: Idem.

XRd.= Por radio

XTV.= Por televisión

A.= Más rápida la información

B.= Es más fácil adecuado y sencillo

C.= Porque entretiene

D.= No hay otro medio

XP.= Periódico

Ab.= Abstención

4 Necesidades comunicacionales que presentan los grupos familiares

En este apartado se principió por detectar las necesidades comunicacionales de los niños y niñas de la región, los resultados son: Derechos del niño un 5.6%, en salud un 7.6%, en educación un 60.8%, recreación un 6.6% y en desarrollo un 13.4% (Cua. 13 fam). Las necesidades comunicacionales en todas las variables y en particular en los derechos del niño, son muy bajas; aunque podría existir la posición de que con la educación se satisfacen las demás necesidades.

Cuadro # 13 NECESIDADES COMUNICACIONALES DE LOS NIÑOS.

| Necesidades Deptos. | INFORMACION QUE NECESITAN LOS NIÑOS | | | | | | |
|------------------------|-------------------------------------|-----|------|-----|------|------|-------|
| | A | B | C | D | E | Abs. | Total |
| Toto. | 3 | 11 | 64 | 8 | 10 | 4 | 100 |
| Quet. | 2 | 7 | 60 | 10 | 10 | 11 | 100 |
| Sololá | 6 | 6 | 57 | 7 | 22 | 2 | 100 |
| Quiché | 9 | 7 | 61 | 4 | 16 | 3 | 100 |
| Suchi. | 8 | 7 | 62 | 4 | 9 | 10 | 100 |
| Total (X) | 5.6 | 7.6 | 60.8 | 6.6 | 13.4 | 6 | 100 |

Fuente: Idem.

A.= Derechos del niño

B.= Salud

C.= Educación

D.= Recreación

E.= Desarrollo

Abs.= Abstención

Sobre las necesidades comunicacionales de las mujeres, las informaciones que más necesitan son: derechos de la mujer 5.4%, formación en salud 6.8%, educación 46%, capacitación en el hogar 25.8% y técnicas de administración 7%. En lo que respecta a los hombres, las informaciones que más necesitan son: los derechos humanos con un 9.2%, capacitación agrícola con 25%, en educación con 39.2%, en comercialización con 7% y en cultura general con 15.4% (Cua. 14 fam).

Cuadro # 14 NECESIDADES COMUNICACIONALES DE LOS HOMBRES.

| Información Deptos. | INFORMACION QUE NECESITAN LOS HOMBRES | | | | | | |
|------------------------|---------------------------------------|----|------|----|------|-----|-------|
| | A | B | C | D | E | Abs | Total |
| Toto. | 3 | 23 | 47 | 2 | 16 | 9 | 100 |
| Quet. | 12 | 21 | 39 | 9 | 19 | 0 | 100 |
| Sololá | 9 | 32 | 29 | 8 | 16 | 6 | 100 |
| Quiché | 7 | 19 | 51 | 4 | 14 | 5 | 100 |
| Suchi. | 15 | 30 | 30 | 12 | 12 | 1 | 100 |
| Total (X) | 9.2 | 25 | 39.2 | 7 | 15.4 | 4.2 | 100 |

Fuente: Idem.

A.= Derechos Humanos

B.= Capacitación agrícola

C.= Educación

D.= Comercialización

E.= Cultura General

Abs.= Abstención

Las principales dificultades comunicacionales de niños, son: la ausencia de medios 19%, sin calificación 37.5%, miedo a expresarse 4.4%, sin respaldo 5.1%, dificultad de expresión 3.8%, sin condiciones 13.7%. Las mujeres en base a las mismas variables, no cuentan con medios en un 11.6%, no tienen calificación en un 23% tienen miedo a expresarse en un 9%, dificultad para expresarse en un 21.7% y sin condiciones en un 14%. Los hombres están sin medios en un 14.3%, sin calificación en un 30.1%, con miedo a expresarse en un 3.6%, sin respaldo en un 2%, con dificultades de expresión en un 5% y sin condiciones en un 25.2% (Cua. 15 fam).

Cuadro # 15 PROBLEMAS COMUNICACIONALES QUE TIENEN LAS PERSONAS DE LA REGION K'ICHE'.

| Deptos. Dificultades | | DIFICULTADES COMUNICACIONALES EN LA REGION K'ICHE' | | | | | |
|-------------------------|-------------------------|--|-------|-------|-------|-------|------|
| | | Departamentos | | | | | |
| | | Toto | Quet. | Solol | Quic. | Suchi | Tot. |
| NIÑOS | Sin medios | 12.7 | 6.4 | 36.8 | 9 | 30 | 19 |
| | Sin calificación | 56.3 | 43.5 | 27.7 | 34 | 26 | 37.5 |
| | Miedo a expresarse | 0 | 6.4 | 10.5 | 0 | 5 | 4.4 |
| | Sin respaldo | 0 | 17.6 | 0 | 0 | 8 | 5.1 |
| | Dificultad de expresión | 1.8 | 0 | 0 | 17 | 0 | 3.8 |

| | | | | | | | |
|----------------|-------------------------|------|------|------|------|-----|------|
| | Sin condiciones | 29.2 | 6.4 | 0 | 33 | 0 | 13.7 |
| | Abstención | 0 | 19.6 | 25 | 7 | 31 | 16.5 |
| | Total | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| MUJERES | Sin medios | 30 | 9.7 | 0 | 0 | 18 | 11.6 |
| | Sin calificación | 24 | 2.8 | 32.5 | 36.7 | 19 | 23 |
| | Miedo a expresarse | 0 | 11.1 | 24 | 10.1 | 0 | 9 |
| | Sin respaldo | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | Dificultad de expresión | 46 | 34.7 | 0 | 10 | 18 | 21.7 |
| | Sin condiciones | 0 | 16.7 | 24 | 25.2 | 4 | 14 |
| | Abstención | 0 | 25 | 19.5 | 18 | 41 | 20.7 |
| | Total | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| HOMBRES | Sin medios | 15 | 2.7 | 8 | 17.7 | 28 | 14.3 |
| | Sin calificación | 42.5 | 5.4 | 40 | 43.4 | 19 | 30.1 |
| | Miedo a expresarse | 5 | 2.7 | 0 | 10.4 | 0 | 3.6 |
| | Sin respaldo | 0 | 0 | 0 | 0 | 10 | 2 |
| | Dificultad de expresión | 0 | 25.2 | 0 | 0 | 0 | 5 |
| | Sin condiciones | 37.5 | 16.3 | 52 | 20.2 | 0 | 25.2 |
| | Abstención | 0 | 47.7 | 0 | 8.3 | 43 | 19.8 |
| | Total | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

Fuente: Idem.

Al considerar el interés de participación en un medio de comunicación un 69% tendría interés y un 22% no; quienes respondieron afirmativamente un 59% les gustaría vincularse a la radio, un 19% a la televisión y un 12% a la prensa (Cua. 16 fam). Ahora quienes tienen interés en capacitarse es un 75% y quienes no un 11%; la capacitación sería como comunicadores un 16%, en locución un 32%, como operadores un 19%, como guionistas un 5% y otras especializaciones en un 8% (Cua. 17 fam).

Cuadro # 16 INTERESES Y PARTICIPACION EN UN MEDIO DE COMUNICACION.

| Interes Deptos. | INTERES Y PREFERENCIA DE PARTICIPACION | | | | | | | | | |
|--------------------|--|----|-----|-----|--------------|-----|-----|-----|------|--|
| | Gustaría participar | | | | En qué medio | | | | | |
| | Si | NO | Abs | Tot | Rd. | TV. | Pr. | Abs | Tot. | |
| Toto. | 74 | 12 | 4 | 100 | 46 | 30 | 11 | 13 | 100 | |
| Quet. | 80 | 7 | 13 | 100 | 53 | 22 | 11 | 14 | 100 | |
| Sololá | 79 | 13 | 8 | 100 | 64 | 11 | 15 | 10 | 100 | |
| Quiché | 70 | 26 | 4 | 100 | 57 | 16 | 12 | 15 | 100 | |
| Suchi. | 40 | 50 | 10 | 100 | 73 | 17 | 10 | 0 | 100 | |
| Total (X) | 69 | 22 | 9 | 100 | 59 | 19 | 12 | 10 | 100 | |

Fuente: Idem.

Rd.= Radio

Abs.= Abstención

TV.= Televisión

Pr.= Prensa

Cuando se interrogó sobre el uso y aplicación de lo aprendido un 19.2% respondió como superación personal, un 12.6 para el trabajo, un 26.6% para ayudar a la comunidad y un 20.6 para mejorar la comunicación). La disponibilidad de tiempo para participar en un medio de comunicación es de menos de una hora un 21%, una hora 34% y más de una hora el 28%.

Cuadro # 17 INTERES DE CAPACITARSE EN EL USO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION.

| Pref. Deptos. | PREFERENCIAS DE CAPACITACION EN COMUNICACION | | | | | | | | | | | |
|------------------|--|----|-----|-----|--------------------------|----|----|----|----|----|-----|--|
| | Gustaría Capacitarse | | | | Qué le gustaría aprender | | | | | | | |
| | Si | No | Abs | Tot | A | B | C | D | E | Ab | Tot | |
| Toto. | 67 | 16 | 17 | 100 | 19 | 20 | 23 | 6 | 2 | 30 | 100 | |
| Quet. | 75 | 4 | 21 | 100 | 15 | 25 | 18 | 0 | 21 | 21 | 100 | |
| Sololá | 74 | 9 | 17 | 100 | 18 | 33 | 16 | 15 | 6 | 12 | 100 | |
| Quiché | 65 | 20 | 15 | 100 | 7 | 34 | 17 | 3 | 9 | 30 | 100 | |
| Suchi. | 92 | 8 | 0 | 100 | 20 | 48 | 21 | 0 | 2 | 9 | 100 | |
| Total (X) | 75 | 11 | 14 | 100 | 16 | 32 | 19 | 5 | 8 | 20 | 100 | |

Fuente: Idem.

A.= Comunicación

B.= Locución

C.= Operador

D.= Guionista

E.= Otros

Abs.= Abstención

Pref.= Preferencias

LA SITUACION DE LA RADIO EN LA REGION K'ICHÉ DESDE EL PUNTO DE VISTA INDIVIDUAL DE LAS ENCUESTAS AL AZAR

4.1 Necesidades comunicacionales de los entrevistados en el area kiché

Dentro de las necesidades reconocidas en la región kiche' está la de los mensajes educativos para que se desarrollen temas sobre agricultura, formación de los hijos, crianza de animales y cultura kiche'. Otro tema que buscan satisfacer es sobre los acontecimientos de la comunidad en que viven y comunidades cercanas.

La mayor parte de información recibida tiene origen en la ciudad capital, lo cual hace que no tenga referencia contextual. La información que menos necesitan es la internacional, según los entrevistados, ésta solo les puede dar elementos para saber lo que pasa muy lejos de su casa. (ver cuadro 18).

Los entrevistados consideran que para el intercambio fluido de mensajes entre las comunidades primero deben satisfacer necesidades como:

- Mayor oportunidad de participar en los medios masivos
- Capacitación técnica en medios de difusión.
- Quitarse el temor de decir lo que quiere, siente y necesita.
- Ganar espacios del poder local para tener mayor oportunidad de expresión.
- Tener un mayor respaldo de la comunidad y de instituciones.

Cuadro # 18: IMPORTANCIA DADA POR LOS ENTREVISTADOS AL TIPO DE MENSAJES QUE NECESITAN RECIBIR. CALIFICADOS DE 1 A 5 PUNTOS SEGUN PRIORIDAD

| PRIORIZACION DE NECESIDADES DE INFORMACION | | | | | |
|--|-----|-----|------|------|-----|
| Tipo men Depto | EDU | NOT | COMU | PAIS | INT |
| Toto | 5 | 4 | 5 | 5 | 1 |
| Quetz. | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 |
| Sololá | 5 | 4 | 4 | 3 | 2 |
| Quiché | 4 | 3 | 3 | 3 | 1 |
| Total (X) | 4 | 4 | 3 | 3 | 1 |

Fuente: idem

Tipo men= Tipo de mensaje Edu= educativo Not= noticia Comu= de la comunidad
 Pais= del pais Int= internacional

El medio que creen necesario para poder agilizar la comunicación en las comunidades kiche's es la radio. Del total de encuestados el 77% utilizaría el medio radiofónico, el 7% el medio impreso y el 12% la televisión. En todos los departamentos la radio es la de mayor preferencia, porque la creen la más adecuada a las condiciones socioeconómicas y geográficas de las comunidades y porque a la gente le gusta este medio. (ver cuadros 19 y 20).

Cuadro # 19: MEDIO QUE UTILIZAN LOS ENTREVISTADOS PARA COMUNICARSE O DAR INFORMACION A SU COMUNIDAD.

| Medio Depto | Radio | Prensa | T.V. | no responde | Total |
|----------------|-------|--------|------|-------------|-------|
| Toto | 80 | 9 | 11 | 0 | 100 |
| Quetz | 61 | 7 | 15 | 17 | 100 |
| Sololá | 79 | 8 | 13 | 0 | 100 |
| Quiché | 88 | 5 | 7 | 0 | 100 |
| Total (X) | 77 | 7.2 | 11.5 | 4.25 | 100 |

Fuente: idem.

**Gráfico # 20: RAZON DEL ENTREVISTADO DE UTILIZAR EL MEDIO MASIVO PARA COMUNICAR
DAR INFORMACION A LA COMUNIDAD**

| Razón | A la gente le gusta | Me gusta | Adecuado a la comunidad | no responde | total |
|----------------|---------------------|----------|-------------------------|-------------|-------|
| Departamento | | | | | |
| Totonicapán | 29 | 27 | 44 | 0 | 100 |
| Quetzaltenango | 38 | 26 | 32 | 4 | 100 |
| Sololá | 36 | 20.5 | 44 | 0 | 100 |
| Quiché | 33 | 31 | 36 | 0 | 100 |
| Total (X) | 34 | 26 | 39 | 0 | 100 |

Fuente: ídem.

4.2 Hábitos de uso que hace el entrevistado de los medios de difusión

Como se vió anteriormente, la población kiche' tiene muy poco acceso a participar en los medios de difusión masiva de la región. Esto no significa que no hagan uso de ellos para satisfacer, en parte, necesidades de información, educación y entretenimiento.

En el primer aspecto mencionado, el 70% del total de los entrevistados prefieren la radio para informarse. En el departamento de Totonicapán hay una variante significativa en la preferencia, el 47% se informa por la radio, el 19% por la televisión y el 16% por la prensa. Mientras que en el resto de departamentos casi se duplica el porcentaje de usuarios de la radio como medio de información y se divide entre dos los que utilizan la televisión y la prensa. Lo cual nos indica que en Totonicapán, los hábitos de uso de los medios impreso y televisivo a crecido. (ver cuadro 21).

Cuadro # 21: MEDIO MASIVO PREFERIDO POR LOS ENTREVISTADOS PARA RECIBIR INFORMACION.

| Medio | Radio | Prensa | T.V. | No responde | Total |
|-----------|-------|--------|------|-------------|-------|
| Depto | | | | | |
| Toto | 47 | 16 | 19 | 18 | 100 |
| Quetz | 70 | 14 | 11 | 5 | 100 |
| Sololá | 84 | 8 | 8 | 0 | 100 |
| Quiché | 76 | 10 | 14 | 0 | 100 |
| Total (X) | 69 | 12 | 13 | 6 | 100 |

Fuente: idem.

El porque de la preferencia de los medios como fuente de información es siguiente:

- Es lo que tienen a mano.
- Les da la información que necesitan.
- Creen más en ese medio.

En este sentido se denota un acomodamiento del uso de los medios. La razón es la de más fácil acceso, portátil, barata, la televisión en cambio consume energía no se sintoniza con facilidad y el medio impreso no cuenta con una distribución que considere a las poblaciones kiche's por el alto índice de analfabetismo. El grado de credibilidad no es un factor que contribuya a la selectividad del medio. (ver cuadro 22)

Cuadro # 22: RAZONES POR LAS QUE EL ENTREVISTADO PREFIERE UN MEDIO DE DIFUSION ESPECIFICO.

| MOTIVOS DE PREFERENCIA DE MEDIOS MASIVOS | | | | | |
|--|----|----|----|------|-------|
| Depto | A | B | C | n.r. | total |
| Toto | 69 | 24 | 17 | 0 | 100 |
| Quetz | 66 | 24 | 10 | 0 | 100 |
| Sololá | 66 | 12 | 13 | 0 | 100 |
| Quiché | 70 | 18 | 12 | 0 | 100 |
| Total (X) | 68 | 20 | 12 | 0 | 100 |

Fuente= idem

A= Es lo que tiene a mano
n.r.= no responde

B= Da información que necesita
C= Cree en el medio

En el área kiche' el 88% de los entrevistados tiene un aparato receptor de radio y el 39% de televisión. Siendo el departamento de Sololá donde menos poseen receptores de radio y t.v. (ver cuadro 23).

Cuadro # 23: PORCENTAJE DE ENTREVISTADOS QUE POSEEN APARATOS RECEPTOR DE RADIO, TV Y QUE LEEN MEDIOS IMPRESOS

| Medios Departamentos | Radio | Tele | Periódico |
|----------------------|-------|------|-----------|
| Totonicapán | 93 | 48 | 46 |
| Quetzaltenango | 94 | 54 | 58 |
| Sololá | 72 | 46 | 51 |
| Quiché | 91 | 49 | 54 |
| Total (X) | 87.5 | 49 | |

Fuente: idem.

3.3 Preferencia por el medio radiofónico de los entrevistados al azar

Según los entrevistados el 40% utiliza actualmente la radio para entretenerse, esto era de esperarse, ya que la mayoría de emisoras de la región contienen programaciones en un 100% de entretención. En el género informativo la radio es utilizada únicamente por el 38% de los entrevistados y el género en el que menos se usa es el educativo con el 27% de los entrevistados. (ver cuadro 24).

Cuadro # 24: TIPO DE USO DE LOS MEDIOS MASIVOS POR PARTE DE LOS ENTREVISTADOS

| MEDIOS DEPTO | RADIO | | | | PRENSA | | | | TELE | | | |
|--------------|-------|-----|-----|---------|--------|-----|-----|---------|------|-----|-----|---------|
| | INF | ENT | EDU | No Resp | INF | ENT | EDU | No Resp | INF | ENT | EDU | No Resp |
| T | 42 | 40 | 28 | 0 | 32 | 14 | 17 | 0 | 4 | 24 | 9 | 0 |
| QU | 29 | 41 | 24 | 6 | 32 | 9 | 13 | 47 | 17 | 28 | 13 | 42 |
| S | 34 | 30 | 32 | 4 | 43 | 5 | 13 | 0 | 15 | 23 | 11 | 0 |
| Q | 50 | 50 | 25 | 0 | 42 | 13 | 14 | 0 | 24 | 28 | 7 | 0 |
| (X) | 38 | 40 | 27 | 2 | 37 | 10 | 14 | 8 | 15 | 26 | 10 | 10 |

Fuente: idem.

Medi= medio

D.= departamento

T= Totonicapán

QU= Quetzaltenango

S= Sololá

Inf= informarse

Ent= entretenerse

Edu= educarse

No re.= No responde

Q= Quiché

(X)= Total promedio

Los datos anteriores (cuadro 21 y cuadro 24) nos dan una idea de desequilibrio existente entre la preferencia de un medio y lo que regularmente este ofrece. Ejemplificando, el 70% preferiría recibir información por radio, pero únicamente el 38% satisface esta necesidad en ese medio.

Entre semana, de nueve de la mañana a una de la tarde, es cuando hay más radioaudiencia, ya que el 42% están en sintonía con alguna emisora, este porcentaje va descendiendo conforme transcurre el día llegando a un 14% por la noche. En la madrugada el porcentaje de audiencia es del 16%, lo cual contradice que la radi tiene mayor población oyente en los horarios de 4 a 8 de la mañana planteado por algunos publicistas. Versión basada en elementos estereotipados atribuidos a gente del área rural.

Durante el fin de semana siempre de 9 a 13 horas es cuando más se escuch radio, pero en estos días de descanso hay un aumento de audiencia por la tarde con un 28% mientras que entre semana es del 26%. (ver cuadro 25)

Un 45% de los entrevistados dijo escuchar radio por no más de 4 horas diarias entre semana. Este porcentaje aumenta a un 49% con el mismo número de horas en fines de semana. (ver cuadro 25).

Cuadro # 25: HORARIOS PREFERIDOS Y TIEMPO DEDICADO A ESCUCHAR RADIO

| Depto | Horario entre semana | | | | # de horas entre semana | | | |
|-------|-----------------------|------|-------|-------|-----------------------------|-----|-----|-----|
| | 4-8 | 9-13 | 14-18 | 19-24 | < 1 | 2-4 | 6-8 | > 8 |
| | 14 | 36 | 23 | 25 | 15 | 46 | 24 | 4 |
| Qu | 20 | 43 | 26 | 10 | 9 | 40 | 41 | 5 |
| | 20 | 31 | 36 | 10 | 15 | 50 | 15 | 3 |
| | 12 | 57 | 17 | 12 | 29 | 43 | 14 | 0 |
| (X) | 16 | 42 | 26 | 14 | 17 | 45 | 23 | 3 |
| Depto | Horario fin de semana | | | | # de horas en fin de semana | | | |
| | 4-8 | 9-13 | 14-18 | 19-24 | < 1 | 2-4 | 6-8 | > 8 |
| | 14 | 48 | 24 | 20 | 16 | 56 | 18 | 9 |
| Qu | 13 | 44 | 30 | 7 | 80 | 40 | 42 | 3 |
| | 18 | 37 | 32 | 49 | 10 | 48 | 27 | 6 |
| | 15 | 48 | 28 | 9 | 27 | 53 | 14 | 0 |
| (X) | 15 | 44 | 28 | 21 | 33 | 49 | 25 | 5 |

Fuente: idem.

Horas= horas dedicado

Totoncapán

Sololá

Depto= departamento

Qu= Quetzaltenango

Q= Quiché

(X) = total promedio

En el departamento del Quiché es donde más escuchan radio sin ser propio radioreceptor. Ahora, dentro del total de la población consultada, se evidenció que existe un 25% que se relaciona con el medio radiofónico con receptor ajeno. Lo cual sucede durante el trabajo y con el aparato del vecino especialmente. (cuadro 26).

Cuadro # 26: PORCENTAJES DE LA RELACION CON LOS MEDIOS DE DIFUSION MASIVA SI SER PROPIO EL APARATO RECEPTOR.

| Medio Depto | Radio | | | Television | | | Total |
|----------------|-------|----|-----|------------|----|------|-------|
| | Sí | No | n/r | Sí | No | n.r. | |
| Totonicapán | 22 | 74 | 4 | 23 | 76 | 1 | 100 |
| Quetz | 27 | 51 | 22 | 21 | 79 | 0 | 100 |
| Sololá | 16 | 68 | 16 | 11 | 89 | 0 | 100 |
| Quiché | 35 | 64 | 1 | 30 | 70 | 0 | 100 |
| Total (X) | 25 | 64 | 11 | 21 | 79 | 0 | 100 |

Fuente: idem

Depto= departamento

n.r.= no responde

Quetz.= Quetzaltenango

Las radio-emisoras más escuchadas en toda la región Kiche' son: Galaxia Emisoras Unidas, Radio 6-20 de Totonicapán y Estereo Alegre de Totonicapán. La de mayor selección por los entrevistados son de la capital, una eminentemente musical y la otra con programación mixta informativo-musical. Las emisoras restantes son de corte musical con informaciones escuetas.

4.4 Formas de organización para el apoyo de medios de difusión; s contenido y el idioma en que darían los mensajes

Partiendo de las respuestas dadas por los entrevistados se puede afirmar que para desarrollar una organización de base para el apoyo de un proyecto comunicacional en el Área Kiche' el comité y las comisiones son los núcleos principales para la participación de la población. Las asociaciones también fueron mencionadas para la confluencia de ideas y formas para la comunicación.

Al formarse estas organizaciones estarían dispuestos a apoyar al medio radiofónico un 90% de los entrevistados. El tipo de mensaje al que darían énfasis sería el educativo, con el uso de los idiomas Kiche' y español.

El medio radiofónico es el más solicitado y priorizado por los consultados, ya que es el más ágil y podría en cierto momento fortalecer la organización de base y el gestor de una red de intercambio de información entre las comunidades en el ámbito del área kiche'.

Gráfico # 27: IDIOMA EN QUE REGULARMENTE RECIBEN LOS MENSAJES E IDIOMA EN QUE DESEAN RECIBIRLO.

| Medio | | Radio | | | | | | | |
|-------------|--|------------|----|----|-------------|-------|----|----|--------------|
| | | Reciben | | | | Desea | | | |
| Depto | | E | K | B | No responde | E | K | B | No responde. |
| Totonicapán | | 80 | 13 | 29 | 0 | 19 | 28 | 53 | 0 |
| Quetz. | | 82 | 7 | 6 | 5 | 30 | 30 | 40 | 0 |
| Sotolá | | 47 | 15 | 12 | 0 | 18 | 44 | 21 | 0 |
| Quiché | | 86 | 7 | 1 | 0 | 40 | 48 | 18 | 2 |
| Medio | | Periódico | | | | | | | |
| | | Reciben | | | | Desea | | | |
| Depto | | E | K | B | No responde | E | K | B | No responde. |
| Totonicapán | | 45 | 0 | 1 | 0 | 20 | 14 | 26 | 0 |
| Quetz. | | 51 | 2 | 0 | 47 | 30 | 17 | 15 | 38 |
| Sotolá | | 57 | 2 | 0 | 0 | 23 | 6 | 24 | 0 |
| Quiché | | 54 | 0 | 0 | 0 | 29 | 22 | 21 | 0 |
| Medio | | Televisión | | | | | | | |
| | | Reciben | | | | Desea | | | |
| Depto | | E | K | B | No responde | E | K | B | No responde. |
| Totonicapán | | 46 | 0 | 0 | 0 | 18 | 14 | 21 | 0 |
| Quetz. | | 60 | 0 | 0 | 40 | 24 | 14 | 23 | 39 |
| Sotolá | | 61 | 6 | 0 | 0 | 23 | 18 | 6 | 0 |
| Quiché | | 49 | 0 | 0 | 0 | 34 | 16 | 20 | 0 |

*Fuente: idem.

E= español

K= k'iche'

B= Bilingüe

Cuadro # 28: GUSTO DE TENER UN MEDIO RADIOFONICO PROPIO, TIPO DE MENSAJE QU DARIA Y EL IDIOMA EN QUE LO DIFUNDIRIA EL ENTREVISTADO

| PREFERENCIA DEL MEDIO RADIO, TIPO DE MENSAJE E IDIOMA | | | | | | | | | | | | |
|---|-------------|----|----|------------------|-----|-----|----|----|--------|----|----|----|
| D E P T O | TENER RADIO | | | TIPO DE MENSAJES | | | | | IDIOMA | | | |
| | SI | NO | nr | INF | REC | EDU | TO | nr | Es | KI | Bi | nr |
| T | 87 | 13 | 0 | 27 | 8 | 35 | 65 | 0 | 18 | 35 | 45 | 0 |
| Q | 87 | 8 | 15 | 16 | 7 | 26 | 38 | 13 | 22 | 39 | 25 | 14 |
| S | 93 | 7 | 0 | 14 | 9 | 36 | 40 | 0 | 15 | 24 | 51 | 0 |
| Q | 93 | 7 | 0 | 65 | 17 | 32 | 52 | 0 | 39 | 45 | 43 | 0 |
| X | 90 | 9 | 1 | 24 | 10 | 43 | 41 | 3 | 24 | 36 | 41 | 3 |

Fuente: idem

T= Totonicapán

Q.=Quetzaltenango

S= Sololá

Q= Quiché

Inf= informativos

Rec= recreativo

Edu= educativo

To= todos

Es= español

Ki= k'iche'

Bi= bilingue

nr= no responde

X= Total promedio

SINTESIS Y HALLAZGOS

Derivado al planteamiento del problema, la presente síntesis, contiene las referentes respuestas a las preguntas consignadas en el capítulo II, sobre los aspectos metodológicos, así como también los hallazgos más importantes de esta investigación, respecto al medio radiofónico y su audiencia en la región ayahablante k'iché. En su orden las respuestas de la síntesis serían las siguientes:

1 ¿Cuáles son los canales propios utilizados por las comunidades para la transmisión de sus mensajes?

Aparte de la verbal, que es una de las formas de mayor tradición, por medio de la cual se traslada de generación a generación la costumbre, visión del mundo y las leyendas. Es latente encontrar aún con la incorporación de medios electrónicos, formas propias de comunicación entre las comunidades. Entre estos se encuentran: el pregón, las campanas y desde luego recursos técnicos como lo son las bocinas de circuito cerrado que por cierto son las formas de uso del idioma que garantiza mayor fluidez de los mensajes y desde luego la radio que aunque no usa frecuentemente el idioma es el más utilizado por las comunidades.

2 ¿Cuáles son los obstáculos para comunicarse con la comunidad?

Los obstáculos descubiertos son del orden de falta de valorización de la cultura idiomática de las comunidades. Los propietarios de radioemisoras, no toman en cuenta el papel fundamental del idioma maya, como forma propia y tradicional de las comunidades. Aunque se destinan espacios en el mismo, estos, no son ni del orden de 1 por ciento de la programación, lo que demuestra una falta de identidad de dichos medios para con la cultura de los pueblos k'ichés.

5.3 ¿Cuáles son las razones para utilizar un medio masivo para comunicarse con la comunidad?

La efectividad del mensaje, la rapidez, la penetración y el hecho de que el escuchado mensaje, son entre otras las razones por las cuales la comunidad prefiere un medio masivo para comunicarse hoy en día. Esto significa, que la población kiché sabe perfectamente que no es ajena a la modernidad de su entorno comunicacional y busca utilizarlo como forma de trasladar su mensaje a los demás. Ya sea simplemente a través de un saludo, o bien utilizando la radio en este caso para transmitir mensajes para el intercambio comercial, avisos diversos o bien para la transmisión de mensajes políticos.

5.4 ¿Qué medio masivo utiliza la población para comunicarse o dar información?

La radio es considerado el medio más idóneo para comunicarse o bien para recibir o dar información. Tanto en las encuestas a líderes de las comunidades, grupos familiares, niñez y personas al azar, la radio apareció en un 88 al 90 por ciento como el medio predilecto y que en mayoría de las ocasiones es utilizado por la población para dichos menesteres.

5.5 ¿Qué nivel de preferencia real tiene la población kiché acerca del medio radiofónico?

Aparte del margen porcentual, la preferencia hacia el medio radiofónico se manifiesta por el gusto en la programación de los programas, la variedad, la música, la entretención y las noticias. Sumado a ello, la población sabe que la radio requiere de una inversión mucho mayor que el radioreceptor y las baterías que son accesibles. También sobresale el factor derivado de la religión, puesto que hoy en día los mensajes han crecido enormemente en las emisoras que transmiten para

esta región, así como también la oleada de música extranjera que ha permeado mucho a las comunidades, en especial a los jóvenes de ambos sexos.

5.6 ¿Cuál es la situación de la audiencia de radio, frente a los demás medios de comunicación en la región?

La gran mayoría de los habitantes de las ciudades y comunidades tiene una audiencia preferencial por la radio. Los resultados fueron la muestra de ello, pues un 77% mantiene audiencia por radio, un 11% la mantiene hacia la televisión, los medios impresos tienen un 6% y otros medios representan un 5%. Esto significa que la radio tiene mayor interés y se mantiene a la cabeza de la audiencia. Ello deduce por lo tanto el crecimiento porcentual de radioemisoras, frente a los demás medios.

5.7 ¿Qué tipos de mensajes prefiere la población a través de la radio?

La muestra en sus tres variantes marco la preferencia de la población Kiché por mensajes educativos, seguidos de los programas informativos, religiosos y de entretenimiento. En el caso de los niños fue evidente que la preferencia es sobre los mensajes cuyos contenidos sean en el orden de la educación integral, medio ambiente, deportes, noviazgo y otros. Sin embargo, esto es el contexto en que desearían que fuera una radio para sus comunidades, ya que en la actual programación las preferencias son en su orden por los siguientes programas: informativos en un 32 %, musicales en un 16%, recreativos en un 14%, educativos y religiosos en un 11% y un 27% que no contestó. Esto significa que las noticias son de gran demanda, seguidas de los programas culturales y los musicales.

5.8 ¿ En qué tipo de idioma prefieren los habitantes recibir el mensaje?

Aunque actualmente las comunidades reciben los mensajes en español en un 78%. Al preguntárseles por la predilección de un idioma en especial en el futuro, mencionaron que sería el k'iché en un 38%, mientras que 35.2% se decidieron por el español, así como un 17.4% por otros idiomas.

5.9 ¿ Cuáles son las radioemisoras más escuchadas por la población k'iché?

Al unir la preferencia de los tres grupos estudiados las radioemisoras que más audiencia presentan son entre otras las siguientes: Galaxia, Radio 6.20, Emisoras Unidas, Radio Quiché, y Radio Utatlán.

5.10 ¿ Qué frecuencia tiene más audiencia en esta región?

La audiencia en cuanto a la sintonía de frecuencias, se determinó que es variable. Mientras que un grupo planteó que su preferencia era por la Frecuencia Modulada FM por la fidelidad de los programas musicales, y la Amplitud Modulada AM para las noticias, mensajes religiosos y de la comunidad, otros consideraron que ambas frecuencias tienen su público en determinadas horas del día.

Podría decirse entonces que ambas frecuencias son utilizadas por la población de acuerdo a sus intereses y necesidades de información y entretenimiento.

5.11 ¿ Qué grado de escolaridad tienen los oyentes de la radio en esta región?

Del universo entrevistado se detectó que un 55% alcanzó estudiar el nivel primario, un 15% estudios de la escuela secundaria, 13% estudios diversificados, un 2% estudios universitarios y un 15% no recibió educación alguna. Otro hallazgo importante es que del

100% de los entrevistados un 66.5 por ciento leen y escriben el español, mientras que un 33.5 no lo hacen. Por aparte el dato es significativo en cuanto a que la lectura del k'iché aparece con un 33% sí y un 67% no. Asimismo en la pregunta de que si escribían K'iché respondieron un 26 % que sí en contraposición a un 74% que no.

1.12¿ Qué expectativas tiene la población respecto al uso de la radio para el desarrollo de sus comunidades?

Fundamentalmente se hace necesario comprender las necesidades que demandan las comunidades. Esto se desprende de las expectativas que estas muestran en materia de información sobre derechos humanos, derechos de la mujer y del niño, alfabetización y temas de educación integral que van desde temas de economía domestica, salud preventiva, reforestación y desarrollo comunitario en general. Esperan también que la radio sea el vehículo para valorizar el legado histórico de sus comunidades, no solo con música autóctona, sino con espacios de expresión que vayan contribuyendo a erradicar la cultura del miedo y temor a expresarse e informar a sus congéneres. Buscan que la Radio se transforme en un instrumento de movilización para reivindicar su cultura, frente a la discriminación y ser protagonistas en un ambiente que le es propio y familiar. Tanto hombres, mujeres y niños coinciden en que la Radio es un vehículo por el cual la comunicación se hace más efectiva y puede esa manera llegar a más número de personas. De esa manera la Radio es el medio que puede dar más a las comunidades, lo que significa que los habitantes demandan mejorar o rediseñar la programación y contenido de la emisoras, de acuerdo a un censo en los oyentes.

PROPIEDAD DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Biblioteca Central



UNIVERSIDAD

CONCLUSIONES GENERALES

- Aunque la mayoría de los niños escuchan radio durante todos los días de la semana por algunas horas, también mostraron interés y respondieron que la mayoría lee periódicos por uno o dos horas a la semana. Así mismo hay una mayoría que mira televisión, de ellos casi la mitad mira todos los días. Sin embargo de los tres medios, la radio se escucha más.

- La Radio representa un vehículo para la comunicación e intercambio con la población infantil, por ser accesible y por tener el hábito de escucharla. Este medio en consecuencia, puede propiciar una labor concientizadora con la infancia en las distintas regiones en donde tiene influencia. Los niños no conocen muchos programas. Solamente mencionaron las noticias por razón de escucharlas en sus comunidades.

-

- El manejo del idioma K'iche' a través de los medios, fue manifestado como una necesidad, sin perder de vista el español como idioma utilizado en el comercio y el intercambio. Los mensajes en idioma K'iche', no tienen contenidos culturales o educativos, solo es empleado con fines comerciales y religiosos.

- La radio es el único que transmite estos mensajes en K'iche'. Las casas comerciales distribuidoras de insumos agrícolas aprovechan la gran cobertura que tiene la radio, para patrocinar los pocos programas educativos transmitidos por la misma.

- Niños, mujeres y hombres manifiestan como su principal necesidad comunicacional la educación, donde se consideren temas vinculados a la vida campesina. La información recibida no tiene referencia contextual, porque los medios a los que se tiene acceso son de origen y enfoque ciudadano. El interés mayoritario es de

participación en un medio, que permita el intercambio constante de mensajes entre las comunidades y el conocimiento de otras realidades.

La oferta de mensajes, gira en torno a la música, noticieros, religión, deporte y entretenimiento; estos son transmitidos en español. El contenido de la programación condiciona la percepción del usuario; dándose la contradicción entre lo que ofrecen los medios y lo que la gente espera de ellos. Por encima de la programación actual basada en la entretenimiento, la población se inclina por los mensajes educativos e informativos. Actualmente estos últimos son descontextualizados y desactualizados.

La comunidad indígena Kiche' por diversas razones no ha tenido mayor acercamiento a los medios masivos. Regularmente los dueños de los medios son personas ajenas a esta cultura. Por esta sus objetivos de programación también son ajenos a los intereses comunitarios, por ejemplo, en el departamento del Quiché solamente el 1% ha tenido acceso a alguna forma de intercambio de mensajes a través de los medios masivos. En Quetzaltenango se tiene el mayor porcentaje de participación con un 10%. Esto evidencia la poca apertura que dan los propietarios de los medios a la población kiche' a la definición, elaboración o emisión de mensajes.

Las relaciones comunitarias generan una serie de necesidades comunicacionales que regularmente los medios de difusión masiva no buscan satisfacer y la mayor parte de las personas, de las mismas comunidades, pasan desapercibidas.

La oralidad es una de las formas de comunicación predominantes en la región Kiche', las necesidades motivan la utilización de dichas formas. El pregón, las reuniones, los alguaciles, los comités, transmiten mensajes inclinados a resolver problemas. Ubicando a los medios propios y sus mensajes en una función mediática con poco espacio para la reflexión.

- En el uso de las formas propias de comunicación, la comunidad tiene un papel pasivo desvirtuando de esa manera su esencia dialógica. La comunidad recibe mensajes de un líder o un grupo promotor con poca participación en la elaboración de los mismos.
- El medio más utilizado es la radio, en menor medida la prensa y la TV. La televisión es utilizada más para entretenimiento en cambio la radio puede dividirse en dos: la AM para informarse y recibir mensajes y la FM para entretenimiento.
- La radio continúa siendo el principal medio en el área rural y el vehículo ideal para la participación de los pueblos mayas en la vida nacional. Es un medio sensible para aceptar mensajes y ágil para transmitirlos, ya sean estos en ki'che' o español.
- La costumbre de escuchar radio por las madrugadas ha disminuido. Los medios de locomoción, la energía eléctrica y recientemente la televisión han modificado los patrones de vida mermando su audiencia en las primeras horas de la mañana.
- La audiencia baja a las 19:00 horas, horario que concuerda con los cultos religiosos y las reuniones de los comités de las comunidades. A la vez aumentan los televidentes, lo cual no es muy significativo actualmente. Cuando se extienda el servicio de energía eléctrica y existan más televisores va haber una variable a considerar. Por el momento la radio tiene un nivel constante de audiencia, siendo su mejor horario de 14:00 a 18:00 horas.
- Por encima de los elevados índices de analfabetismo de la región Ki'che' (que sobrepasa al 60%), las personas alfabetizadas tienen poco hábito de lectura, considerando que tradicionalmente es una población no vinculada a la escritura.

Los medios impresos no satisfacen las expectativas de información. El uso que se hace de los periódicos es para formarse una idea global de la situación nacional e internacional y no como una forma de estar al día de los acontecimientos.

La televisión es vista por un 18% de los hogares de la región K'iche'. El hábito de verla crece al igual que en las áreas urbanas y desplaza gradualmente a la radio. Las principales dificultades del medio son: la poca penetración de la señal y la falta de energía eléctrica.

El cable tiene poca presencia pero comparativamente con la televisión nacional su programación es preferida. En las comunidades donde existe el sistema de cable, se está dando el desplazamiento de los canales nacionales. Este fenómeno comunicacional está determinando nuevas conductas y valores.

Los mayores niveles de alfabetismo y escolaridad en la región K'iche', es en los niños y en especial en los varones. Estos han accedido a una educación tradicional sin relación con su lengua materna. En general, la población K'iche' tiene un bajo nivel de educación formal, con dos terceras partes de los miembros de la familia que no han tenido acceso a la escuela.

La actitud hacia la educación y capacitación es positiva, del total de personas que no tienen acceso a la educación la gran mayoría le gustaría hacerlo. Consideran a la comunicación con un papel protagónico, por lo cual estarían dispuestos a recibir capacitación, con disponibilidad de tiempo para su formación y, con interés de la mayoría de los adultos en dichas actividades.

El tenue acercamiento a los medios de comunicación, la orientación de su programación, y el vehículo lingüístico de sus mensajes, no son determinantes en el desinterés por la capacitación; por el contrario se demostró inquietud por conocer técnica y conceptualmente a los medios de comunicación.

RECOMENDACIONES

- La presente investigación refleja que la radio en la región estudiada, debe de tomarse en cuenta que si no bien todos, algunos de los mensajes deben realizarse en el idioma k'iche' como base para el fortalecimiento cultural, sin olvidar el español como forma de intercambio. Los contenidos deben ser educativos e informativos actualizados y contextualizados. Con el interés de formar un nuevo sujeto comunicacional protagónico en la reflexión y participación de los procesos generados en la región. Las comunidades han entrado en una nueva etapa en que la radio constituye un mediador educativo, instructivo y de vital importancia, para el aceleramiento del desarrollo local, en pos de un mejoramiento gradual de la calidad de vida de la población.

- Significa también aprovechar el potencial de audiencia en abrir espacios de comunicación con la participación de líderes de la comunidad, que relancen la idea de que la radio puede surgir desde adentro y no desde afuera de las comunidades. Para ello es importante tomar en cuenta que prefiere y que desea recibir la población y de que manera puede llegar la radio con mensajes positivos en todo momento.

- La comunicación radiofónica en el medio rural k'iche' debe respetar, analizar y potenciar las formas tradicionales de comunicación en función de:
 - a) Constituir un espacio de participación e integración en la comunidad,
 - b) Promover que la gente deje de jugar un papel pasivo y
 - c) Incentivar la satisfacción de las necesidades inmediatas de la población.

- Esta perspectiva debe considerar la oralidad como una forma tradicional de comunicación, por lo que se hace necesario que las radioemisoras de la región promuevan un registro de las historias narrativas de las comunidades, que contribuya a mantener los espacios de herencia cultural, como una herencia permanente para las presentes y futuras generaciones.

La radio reúne las condiciones necesarias: a) Es un medio accesible a toda la población; b) Técnicamente es compatible con un plan de fortalecimiento cultural, o representar la oralidad en los pueblos mayas, un medio de transmisión de las costumbres; c) Es el medio propicio para impulsar una labor educativa, con una población de todas las edades; d) Es el medio elegido por la población Ki'che', para tener acceso a las noticias; e) Los hábitos para escuchar radio, es en horarios definidos y estables; f) No requiere de un equipo sofisticado y la calificación técnica es accesible a cualquier persona con interés.

CITAS

1. Enciclopedia Interactiva Santillana, *La Tecnología*. España, 1995.
2. Enciclopedia Interactiva Santillana, *La Radiofusión*, El Santillana/Chinon, España, 1995.
3. UNESCO *Crecimiento e interpretación de la comunicación mediatizada*, Un sol Mundo, Voces Múltiples, París. Francia, 1980.
4. Mario Kaplun, *La radiotelevisión latinoamericana frente al desafío del desarrollo: un diagnóstico de situación*, CIESPAL, Ecuador, 1976.
5. David Grajeda, *La Radio en Guatemala*, Fondo de Naciones Unidas para la Infancia, UNICEF, Guatemala, 1990.
6. Gordon A. Straub *El uso de la radio en la educación básica rural de Guatemala*, preparado por la Academia para el Desarrollo Educativo, Washington, 1978.
7. Revista Crónica, *Guatemala en Números*, Guatemala, Julio 1997.
8. Revista Marca No. 0, Guatemala (septiembre 1997).
9. Arturo Arias, "*Cultura Popular, Culturas Indígenas, Genocidio y Etnocidio en Guatemala*", en la Cuestión Etnico-Nacional en América Latina, Instituto Panamericano de Geografía e Historia, México, 1984.
10. Universidad Rafael Landívar, *Tradición y Modernidad, lecturas sobre la cultura Maya actual*, Guatemala, 1993.
11. Demetrio Cojti, *La Penetración de la Radiofonía en las comunidades tradicionales mayances*, Guatemala, 1983.
12. Seminario La Comunicación y su Impacto en el Desarrollo, OEA – CIMPEC Mesa de trabajo: *Influencia de los medios de Comunicación en las comunidades marginadas*. Bogota, Colombia, 1988.
13. Consuelo Sánchez, *Las demandas Indígenas en América Latina y el Derecho Internacional*, Escuela Nacional de Antropología e Historia de México, 1992.

BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

1. ARÉVALO YANKOS, Fernando Arturo. *La Radiofonía para la Infancia en Guatemala. Situación de los Programas Infantiles en la Radiodifusión Guatemalteca*. Tesis. Ciencias de la Comunicación Universidad de San Carlos de Guatemala, 1992.
2. BAENA , Guillermina y MONTERO, Sergio. *Cómo Elaborar una tesis*. Editores Mexicanos Unidos. México, 1988
3. CERVO, Amado Luiz y BERVIAN, Pedro Alcino. *Metodología Científica*. McGRAW-HILL, México, 1987
4. JENSEN, Marianne y SJORLEV, Inger . *El Mundo Indígena*, Grupo Internacional de Trabajos Sobre Asuntos Indígenas IWGIA, Dinamarca, 1995.
5. KUNCZIK, Michael. *Desarrollo y Comunicación*, Fundación Friedrich Ebert, Alemania, 1992.
6. PASTORE, John. *Las comunicaciones en el desarrollo de un país*. Editorial El Roble. México, 1969.
7. PRADO, Emilio. *Estructura de la Información Radiofónica*. Editorial ATE. Barcelona, España, 1981.
8. SÁNCHEZ, Consuelo; ITURRALDE, Diego; y PÉREZ, Olga. *En torno a la Cuestión Etnico Nacional*. Instituto de Investigaciones Históricas, Antropológicas y Arqueológicas. Escuela de Historia, Universidad de San Carlos de Guatemala, 1989.
9. TAMAYO Y TAMAYO, Mario. *El proceso de la Investigación Científica*. Editorial Limusa, México, 1988.
10. UNESCO. *Un solo Mundo, Voces Múltiples, Comunicación e Información en nuestro tiempo*. Fondo de Cultura Económica, México, 1980.

ANEXOS

SEXO DE LOS ENTREVISTADOS EN EL AREA QUICHE.

| Sexo Depto | Masculino | Feminino | Total |
|---------------|-----------|----------|-------|
| Totonicapán | 63 | 37 | 100 |
| Quezaltenango | 58 | 42 | 100 |
| Solola | 58 | 42 | 100 |
| Quiché | 66 | 34 | 100 |
| Total (X) | 61 | 39 | 100 |

Fuente: Investigación de campo diagnóstico comunicacional Sodifag, 1994.

IDIOMAS QUE DOMINAN LOS ENTREVISTADOS

| Idioma Depto | Kiche' | Bilingue | Total |
|-----------------|--------|----------|-------|
| Totonicapán | 27 | 73 | 100 |
| Quezaltenango | 17 | 83 | 100 |
| Solola | 27 | 78 | 100 |
| Quiché | 20 | 80 | 100 |
| Total (X) | 23 | 77 | 100 |

Fuente: idem.

ALFABETISMO EN LOS ENTREVISTADOS EN LOS IDIOMAS KICHE' Y ESPAÑOL

| Alf. Depto | Lee Español | | Lee K'iché | | Esc. Español | | Esc. K'iché | |
|---------------|-------------|------|------------|----|--------------|------|-------------|----|
| | si | no | si | no | si | no | si | no |
| Toto | 86 | 14 | 34 | 66 | 86 | 14 | 29 | 71 |
| Quet | 76 | 24 | 30 | 70 | 76 | 24 | 17 | 83 |
| Solo | 84 | 16 | 48 | 52 | 84 | 16 | 42 | 58 |
| Qui | 20 | 80 | 20 | 80 | 20 | 80 | 16 | 84 |
| Total (X) | 66.5 | 33.5 | 33 | 67 | 66.5 | 33.5 | 26 | 74 |

Fuente: idem.

NIVEL DE ESCOLARIDAD FORMAL DE LOS ENTREVISTADOS

| Esc Depto | Primaria | Secund. | Diver. | Univer. | No recibio Enseñanza | Total |
|--------------|----------|---------|--------|---------|-------------------------|-------|
| Toto | 59 | 16 | 17 | 3 | 5 | 100 |
| Quetz. | 57 | 14 | 10 | 5 | 14 | 100 |
| Sololá | 37.3 | 18.2 | 22 | 1 | 22 | 100 |
| Quiché | 68 | 11 | 3 | 0.4 | 18 | 100 |
| Total (X) | 55 | 15 | 13 | 2 | 15 | 100 |

Fuente: idem.

Esc= escolaridad Prima.= primaria Secun.= segunda
 Diver.= diversificado Univer.= universidad alf= alfabetismo
 Lee Esp= lee español Lee K= lee K'iché Esc. Esp= escribe español Esc. K= escribe K'iché

IMPORTANCIA DADA AL USO DE LA COMUNICACION PARA EL DESARROLLO DE LA COMUNIDAD K'ICHE'

| Importancia Departamento | IMPORTA | NO IMPORTA | NO SABE | TOTAL |
|-----------------------------|---------|------------|---------|-------|
| Toto | 89 | 3 | 8 | 100 |
| Quetz | 90 | 1 | 9 | 100 |
| Sololá | 86 | 4 | 10 | 100 |
| Quiché | 89 | 2 | 9 | 100 |
| Total X | 88.5 | 2.5 | 9 | 100 |

Fuente: idem.

GUSTO DE LOS ENTREVISTADOS POR PARTICIPAR EN ALGUN MEDIO DE DIFUSION MASIVA.

| D. | Participación | | | T O T A L | Medio preferido | | | No Sabe |
|----|---------------|------|-------|-----------------------|-----------------|--------|------|------------|
| | sí | no | no se | | radio | prensa | tele | |
| T | 67 | 16 | 17 | 100 | 58 | 11 | 13 | 18 |
| QU | 64 | 15 | 21 | 100 | 58 | 11 | 17 | 14 |
| S | 70 | 15 | 15 | 100 | 67 | 8 | 14 | 11 |
| Q | 58 | 25 | 17 | 100 | 53 | 7 | 12 | 28 |
| TX | 64.7 | 17.7 | 17.5 | 100 | 59 | 9.25 | 14 | 18 |

Fuente: idem.

D.= Departamento T= Totonicapán
 Qu= Quetzaltenango S= Sololá
 Q= Quiché TX= total promedio

