

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



Guatemala, octubre de 1998

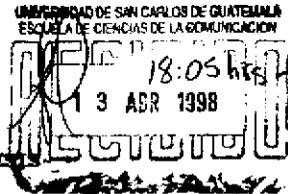




ESCUELA DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACION

Ciudad Universitaria, Zona 12
Guatemala, Centroamérica

16
T134
C.4



DICTAMEN INFORME FINAL DE TESIS

Guatemala, 13 de abril 1998

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

ANA ELISA GUDIEL JOVEL

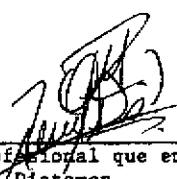
Carnet No. 8111673

cuyo tema es "MENSAJES INSTITUCIONALES EN RADIO: UN COMPONENTE
INDISPENSABLE PARA EL DESARROLLO RURAL"

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. René David Oliva Meza

cc/archivo
estudiante



ESCUELA DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACION

Guatemala, 22 de abril de 1.998
ECO 401-98

Señorita estudiante
Ana Elisa Gudiel Jovel
Ecc. Ciencias de la Comunicación

Estimada señorita estudiante:

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir lo acordado por Comisión Directiva Paritaria, en el inciso 2.6. del Punto SEGUNDO, del Acta No. 10-98 de sesión celebrada el 20 de abril de 1.998.

SEGUNDO:... 2.6... 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. René David Oliva (Presidente), Lic. Julio Moreno y Lic. Ismael Avendaño, para que integren el Comité de tesis que habrá de analizar el trabajo de tesis de la estudiante ANA ELISA GUDIEL JOVEL, Carnet No. 8111673, cuyo título es: MENSAJES INSTITUCIONALES EN RADIO: UN COMPONENTE INDISPENSABLE PARA EL DESARROLLO RURAL.

Atentamente,

"LE Y ENSEÑAR A TODOS"



Licda. Miriam Yacuté
Secretaría

MY/lm



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

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION
DICTAMEN DE TERNA REVISORA DE TESIS

18 AGO 1998

Guatemala, 12 de agosto

de 1998

Señores:
Comisión Directiva Paritaria
Edificio

Distinguidos señores:

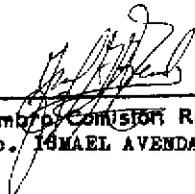
Atentamente informamos a ustedes que el (la) estudiante _____
ANA ELISA GUDIEL JOVEL

Carnet No. 61 11673, ha realizado las correcciones y
recomendaciones a su trabajo de tesis, cuyo título final es MENSAJES RADIOFONICOS
INSTITUCIONALES. UN COMPONENTE INDISPENSABLE EN EL DESARROLLO RURAL,
EVALUACION, VALIDACION Y PROPUESTA EN BASE AL ESTUDIO REALIZADO EN CINCO
COMUNIDADES DE PETEK.

En virtud de lo anterior se emite DICTAMEN FAVORABLE a efecto de que
pueda continuar con el trámite correspondiente.

Atentamente,

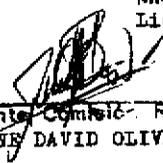
"FID Y ENSEÑAD A TODOS"



Miembro Comisión Revisora
Lic. ISMAEL AVENDAÑO AMAYA



Miembro Comisión Revisora
Lic. JULIO ESTUARDO MORENO CHILIN



Presidenta Comisión Revisora
Lic. RENE DAVID OLIVA MEZA

cc/estudiante
archive
correlativo



ESCUELA DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACION

Guatemala, 28 de agosto de 1,998
ECC 745-98

Señorita Estudiante
Ana Elisa Gudiel Jovel
Esc. Ciencias de la Comunicación

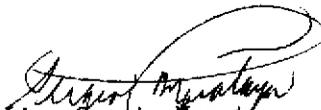
Estimada señorita estudiante:

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir lo acordado por Comisión Directiva Paritaria, en el Inciso 2.4, del Punto SEGUNDO, del Acta No. 20-98 de sesión celebrada el 20 de agosto de 1,998.

"SEGUNDO:... 2.4... Comisión Directiva Paritaria, ACUERDA: a) Recomendar a la estudiante ANA ELISA GUDIEL JOVEL, que modifique el título de la tesis, que deberá quedar así: MENSAJES RADIOFONICOS INSTITUCIONALES. UN COMPONENTE INDISPENSABLE EN EL DESARROLLO RURAL. EVALUACION, VALIDACION Y PROPUESTA CON BASE EN EL ESTUDIO REALIZADO EN CINCO COMUNIDADES DE PETEN. b) Aprobarlo en base al dictamen favorable del Comité de tesis nombrado para el efecto; c) Se autoriza la impresión de dicho trabajo de tesis; d) Se nombra a los profesionales: Lic. José María Torres y Dr. Wangner Díaz (titulares) y Lic. Oscar René Paniagua (suplente), para que con los miembros del Comité de tesis, Lic. René David Oliva Meza (Presidente), Lic. Ismael Avendaño y Lic. Julio Moreno Chilin, integren el Tribunal Examinador y e) Se autoriza a la Dirección de la Escuela para que fije la fecha del examen de graduación."

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


Lic. Sergio Morataya
Secretario

SM/lm
CC. Comisión de Tesis

DIRECTOR

M.S. Carlos Humberto Interiano

REPRESENTANTES DOCENTES

M.S. Carlos Humberto Interiano
Licenciado César Augusto Urizar Méndez
Licenciado Oscar René Paniagua

REPRESENTANTES ESTUDIANTILES

Estudiante Marco Tulio Díaz Hernández
Estudiante Walter Nájera Cal
Estudiante Víctor Hugo Lozano Pascual

SECRETARIO

Licenciado Sergio Vinicio Morataya García

TRIBUNAL EXAMINADOR

Licenciado René David Oliva Meza (Presidente)
Licenciado Ismael Avendaño Amaya
Licenciado Julio Estuardo Moreno Cháin
Doctor Wagner Díaz
Licenciado José María Torres
Licenciado Oscar René Paniagua (Suplente)

DEDICATORIA

Acto que dedico

A DIOS:

Mi fuente y mi destino.

A MI MADRE: ADOLFINA JOVEL APARICIO

Quien me dio la vida, sus cuidados y hoy, su invaluable apoyo.

A MI PADRE: ROSENDO GUDIEL MORALES

Quien me enseñó la vitalidad del estudio.

A MI HERMANO: ROLANDO ANTONIO GUDIEL JOVEL

Por su constante solidaridad y cariño.

A MI HIJA: ELISA MARIA GUDIEL JOVEL

Mi pequeño misterio de esperanza y amor.

A LAS Y LOS CAMPESINOS DE PETEN:

Por su colaboración fraterna y humana.

A LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS:

Por su principio universal de llevar enseñanza a todos.

A MIS MAESTROS Y CATEDRATICOS:

Luz y guía de mi camino

A MIS AMIGAS Y MIS AMIGOS:

Por su estímulo y apoyo en los momentos clave de mi vida.

AGRADECIMIENTOS

A ADOLFINA JOVEL APARICIO:

Por su paciencia y el tiempo que me da.

A ROLANDO ANTONIO GUDIEL JOVEL:

Por sus consejos y su tiempo invertido.

A RENE DAVID OLIVA MEZA:

Por su dedicación en la asesoría de esta tesis.

A ARACELLY MERIDA:

Por su cooperación generosa.

AL DOCTOR SERGIO RUANO:

Por creer en el trabajo de la comunicación rural.

A CENTRO MAYA:

Por el espacio y los recursos brindados.

A MARIA ESPERANZA TORALLA MORALES:

Por su interés constante.

A ANA DEL CARMEN MOLLINEDO PASTRANA:

Por su iniciativa y perseverancia.

A CAROLINA ROJAS:

Por su donación fraterna y pródiga.

A REBECA COLINDRES:

Por su apoyo incondicional.

A JULIO ESTUARDO MORENO CHILIN:

Por impulsar el desarrollo de esta investigación

**PARA EFECTOS LEGALES, ÚNICAMENTE EL
TESINADO ES RESPONSABLE DEL CONTENIDO
DE ESTE TRABAJO
(Norma Décima)**

INDICE

Introducción

Resumen

1. Realidad del Agricultor de Petén.....	1
1.1 Aspectos socioeconómicos.....	1
1.1.1 Tenencia de la tierra.....	2
1.1.2 Ingreso familiar y comercialización de sus productos.....	3
1.2 Relación del agricultor con los ecosistemas de Petén.....	4
1.3 Procedencia de la población.....	4
1.4 Situación comunicacional y relaciones de poder.....	5
2. Comunicación Alternativa y Popular.....	8
2.1 ¿Qué es lo alternativo y lo popular?.....	8
2.2 Aproximación a una definición de Comunicación Alternativa y popular.....	12
2.3 Características de la comunicación alternativa y popular.....	14
2.4 La Comunicación alternativa-popular y la Radio.....	15
3. Producción Radiofónica para comunidades agrícolas.....	18
3.1 Lenguaje radiofónico.....	18
3.2 Recomendaciones para el uso de los cuatro elementos del lenguaje radiofónico.....	19
3.3 La y el campesino como protagonista insustituible en un programa rural para radio.....	21
4. La Radio y los programas dirigidos a las y los campesinos.....	26
4.1 Historia de la Radio en Petén.....	26
4.2 Radio Educativa de Petén.....	31
4.3 Programas Agrícola-Forestales.....	33

4.4 El Programa de Radio "PLATICANDO CON EL AGRICULTOR" del Proyecto Centro Maya.....	34
4.4.1 Su Historia.....	34
4.4.2 Objetivos.....	35
4.4.3 Descripción.....	35
5. Evaluación de Programas de Radio con proyección Agrícola-Forestal.....	37
5.1 Evaluación como proceso de retroalimentación.....	37
5.2 Recopilación y análisis de datos de la evaluación del Programa de Radio "Platicando con el Agricultor Proyecto Centro Maya (Petén).....	38
5.2.1 Aspectos generales.....	39
5.2.2 Formato.....	40
5.2.3 Comprensión-claridad.....	42
5.2.4 Identificación cultural.....	43
5.2.5 Narrativa-belleza.....	44
5.2.6 Temas que les interesan a las y los campesinos para ser transmitidos en radio.....	44
5.3 Lineamientos para elaborar el Programa Piloto.....	45
6. Validación de programas de radio con proyección agrícola-forestal.....	48
6.1 Criterios de Validación.....	48
6.1.1 Criterio de Formato.....	48
6.1.2 Criterio de Claridad y comprensión.....	49
6.1.3 Criterio de reconocimiento e identificación cultural.....	49
6.1.4 Criterio de capacidad Narrativa-belleza.....	49
6.2 Recopilación y análisis de datos de la Validación del Programa Piloto de "Platicando con el Agricultor".....	49
6.3 Metodología utilizada para la validación del Programa de radio "Platicando con el Agricultor".....	51
Conclusiones.....	54
Recomendaciones.....	55
Bibliografía.....	56
Anexos.....	59

RESUMEN*

TITULO: MENSAJES RADIOFONICOS INSTITUCIONALES. UN COMPONENTE INDISPENSABLE EN EL DESARROLLO RURAL. EVALUACION, VALIDACION Y PROPUESTA EN BASE AL ESTUDIO REALIZADO EN CINCO CUMUNIDADES DE PETEN.

AUTORA: ANA ELISA GUDIEL JOVEL

UNIVERSIDAD: SAN CARLOS DE GUATEMALA

UNIDAD ACADEMICA: ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION

PROBLEMA INVESTIGADO: Determinar si la forma y el contenido de los programas dirigidos a los agricultores respetan los hábitos perceptuales de sus destinatarios.

INSTRUMENTOS UTILIZADOS:

Libros, fichas bibliográficas, entrevistas, cuestionarios, talleres, observación.

PROCEDIMIENTOS PARA OBTENER DATOS E INFORMACION:

Para elaborar el Marco Teórico se investigó en diferentes libros de la Biblioteca de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, libros de la tesis y los proporcionados por su asesor, así como los proporcionados por el Proyecto Centro Maya. Se hicieron entrevistas a locutores, dueños de radios, coordinadores de programas radiales en el campo agrícola-forestal y personal relacionado con los mismos.

Se analizó el archivo de los programas de radio existentes del Proyecto Centro Maya, el cual fue el eje principal de investigación de esta tesis. Se realizó un conocimiento del área geográfica donde trabajaba Centro Maya para conocer el contexto de las zonas rurales donde se realizaría el estudio de campo.

Se elaboraron pruebas piloto que ayudaron a conocer más a los pobladores de diferentes comunidades del área. Seguidamente se elaboró y validó la boleta que sirvió para evaluar el programa de Radio de Centro Maya: "Platicando con el Agricultor".

Se visitaron 5 comunidades de diferentes municipios donde trabajaba el Proyecto donde se pasaron las boletas de evaluación del programa de radio. Además se realizaron los Talleres que aportaron más elementos colectivos a la investigación.

Se tabularon los resultados de esta primera etapa. Se hizo el análisis correspondiente y dichos resultados fueron discutidos con el equipo de trabajo que estuvo encargado del programa de radio.

Se procedió a elaborar el Programa Piloto en base a las sugerencias de los agricultores el cual fue validado posteriormente a través de talleres participativos. De dichas validaciones realizadas en las mismas comunidades se hicieron las propuestas finales.

RESULTADOS OBTENIDOS Y CONCLUSIONES:

La población rural petenera está integrada por personas llegadas de otros departamentos de Guatemala por lo que los gustos y necesidades en un programa de radio dirigido a ellos varía según su realidad concreta.

Es indispensable que las instituciones que tienen programas de radio dirigido a personas campesinas, tengan personal calificado en la producción radial para el área rural.

A través de esta investigación se comprobó que no es necesario que las personas con quienes se realizan los talleres necesiten leer y escribir, ya que dicho obstáculo fue motivación para desarrollar una boleta que se basa en colores y dibujos la cual se muestra en los anexos.

(*) Modelo tomado de la tesis de Beltetón Carrillo de Gálvez, Internet como nuevo Modelo de Comunicación.

**MENSAJES RADIOFONICOS INSTITUCIONALES.
UN COMPONENTE INDISPENSABLE PARA EL DESARROLLO RURAL
EVALUACION, VALIDACION Y PRPUESTA EN BASE AL ESTUDIO
REALIZADO EN CINCO COMUNIDADES DE PETEN**

INTRODUCCION

De todos los departamentos de Guatemala, El Petén con 35,854 km² es el que cuenta con menor cantidad de servicios: infraestructura, salud, educación y vivienda. Ante estas limitantes tenemos que sumar las grandes extensiones que se deben recorrer para llegar de un punto a otro, así como la escasez de medios de comunicación propios de la región que respondan a dichas necesidades.

Petén cuenta con 9 emisoras: Radio Tikal (Estación estatal), Radio Petén (con una alta cobertura en el departamento), Estéreo Elena, FM Maya, Radio Ceiba, (las tres con una programación musical), Radio Mopán (que cubre el oriente del departamento), Radio Tayazal (dirigida por el ejército), Radio Sayaxché (en el municipio del mismo nombre) y Radio UT'AN KAJ en Poptún.

A pesar de contar con dicho número de emisoras, la radio en este departamento se encuentra subutilizada en el campo educativo y cultural, porque el 77% de dichas radios generalmente transmiten música comercial noticias y anuncios, y pocos programas educativos.

Aunque algunas radios como Radio Petén y Radio Mopán, que pertenecen a los mismos dueños, suelen emitir programas culturales basados en tradiciones peteneras, generalmente se olvidan de que Petén posee una población con orígenes distintos a los nativos peteneros, que le hacen tener una amalgama en expresiones culturales, las cuales son pasadas por alto en dichos medios.

En el campo de la difusión de temas agrícolas, el número de programas disminuye considerablemente. Pero es un hecho que Petén posee alrededor de unas 40 ONG's que trabajan en proyectos Agropecuarios y Forestales, desde que en 1990 se delimitó la Biosfera Maya al norte del departamento.

Hasta el momento sólo 3 instituciones han desarrollado programas de radio como trabajo de extensión: UICN (Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza), CARE (Comisión Americana de Remesas al Exterior) y CENTRO MAYA (Proyecto para el desarrollo sostenible de Petén), y PROSELVA/CONAP (Programa de Protección de la Selva/ Consejo Nacional de Areas Protegidas) que tiene el proyecto de iniciar uno en 1998.

La experiencia que se tiene de estos programas de radio manejados por equipos de extensión, es que se dedican a difundir información que le interesa a la misma institución, para dar a conocer los objetivos de su trabajo. En la mayoría de las situaciones casi no se toma en cuenta las expectativas, necesidades, cultura y percepción del contexto de las comunidades rurales.

Al escuchar los contenidos del Programa "Platicando con el Agricultor" de la ONG "Centro Maya", se pudo observar que éstos son básicamente agropecuarios y forestales. Sin embargo es necesario apuntar que los contenidos por sí mismos, no bastan para lograr que las y los agricultores los asuman y se identifiquen plenamente con los objetivos de un programa radiofónico de este tipo. Es necesario tomar en cuenta una forma específica que se adecue a la manera de ser de las y los campesinos de una determinada región; en este caso del departamento de Petén.

Por estas razones se plantea el siguiente problema:

¿LA FORMA Y EL CONTENIDO DE LOS PROGRAMAS DE "PLATICANDO CON EL AGRICULTOR" RESPETARÁ LOS HABITOS PERCEPTUALES DEL DESTINATARIO?

Este problema nos lleva a proponer la siguiente hipótesis:

LA BAJA IDENTIFICACION QUE TIENE EL OYENTE AGRICULTOR ANTE LOS OBJETIVOS DEL PROGRAMA "PLATICANDO CON EL AGRICULTOR", SE DEBE AL POCO RESPETO DE LOS HABITOS PERCEPTUALES DEL DESTINATARIO.

Es necesario aclarar que el Programa "Platicando con el Agricultor" es un ejemplo de lo generalmente son los programas de radio dirigidos a la población rural en nuestro medio. La importancia de la identificación radica en lo cercano que se siente un programa a la realidad de las y los campesinos. Dicha identificación solamente se logra si las personas que producen los programas profundizan en el conocimiento y aplicación de los hábitos (conductas y prácticas) que tiene la gente de campo para percibir su entorno cotidiano, el cual debe ser audible de una manera fiel en la radio.

Ante este problema y su correspondiente hipótesis se hizo necesario un estudio que permitiera evaluar el actual programa para investigar su aceptación en las comunidades donde trabaja Centro Maya, así como la validación de una propuesta que se hizo en base a dicha evaluación.

Por las anteriores situaciones, los objetivos de la presente investigación pretenden dar a conocer al lector, los mecanismos que deben emplearse para hacer una relación más consciente y planificada entre la percepción que las y los agricultores tienen de su realidad y de cómo un programa de radio puede proporcionarles y facilitarles una lectura más eficiente de dicha realidad. Todo ello, para que influya en cambios positivos en las poblaciones rurales. Además se pretende dar a conocer la forma de cómo estructurar un programa de radio basado en las expectativas de las mujeres y los hombres del campo.

Esta investigación se llevó a cabo en las comunidades de agricultores, que al inicio de este proyecto de tesis, ya estaba trabajando Centro Maya. Se hizo en el 12% de un total de 45 comunidades. Esto en los municipios de: Dolores, San Benito, San Andrés, San José y San Francisco.

Fue necesario tomar en cuenta algunas limitaciones que se observaron en la transmisión de mensajes institucionales de radio. La primera es la actitud de algunos productores en radio, que sin ser intencional, caen en la típica posición autoritaria del maestro que sabe y esperan que las y los campesinos sean los alumnos que no saben; por lo tanto deben aprender la "forma" del maestro. La segunda es la actitud de los agrónomos, zootecnicos y otros profesionales universitarios que tienen el concepto de que un programa de radio ocupa un lugar secundario dentro de la institución.

La tercera limitante es que generalmente los equipos de Extensión carecen de una capacitación en el área de comunicación popular y alternativa. La cuarta consiste en que los equipos de trabajo de las instituciones con proyección agrícola se integran muy poco al proceso de producción de los programas de radio. Esto limita el enriquecimiento de los mismos.

La última limitante es que en algunas comunidades ya están cansados de los ofrecimientos de las instituciones públicas y no gubernamentales por lo que desconfían de las encuestas, cuestionarios, entrevistas y afines; ya que no les deja un beneficio concreto. Por esto fue necesario que el trabajo se combinara con talleres participativos donde la comunidad y la institución obtuvieran un provecho específico en el campo comunicacional.

Se espera a través de este estudio, que otros estudiantes de Ciencias de la Comunicación se interesen por temas que ayuden a mejorar los aspectos comunicacionales de las poblaciones rurales. Que se tenga la firme convicción que la gente de campo puede darnos otra perspectiva de ver el mundo en el cual vivimos. Y que, como profesionales tenemos la responsabilidad de sacar adelante a nuestro país por medio de acciones solidarias y fraternas que se proyecten en el ámbito rural.

CAPITULO I:

REALIDAD DEL AGRICULTOR DE PETEN.

1.1. ASPECTOS SOCIOECONOMICOS.

En Guatemala, la situación de la y el campesino es precaria. En algunos lugares se marca con más fuerza el debilitamiento de este sector, a pesar de los intentos políticos que hacen los gobiernos por dar una imagen del apoyo que se les pretende proporcionar.

Las malas condiciones en relación a la tenencia de la tierra, adquisición de insumos, apoyo gubernamental, acceso a una educación propia de su contexto, la comercialización de sus productos etc., hacen que la y el campesino guatemalteco no obtengan un mejor nivel de vida. A este respecto González Davison (1987: p 107) hace una síntesis:

"El arinconamiento de la economía campesina, con visos comunitarios cada vez menos sólidos, se traduce en la depauperización de sus miembros".

Vista así la panorámica campesina, se deduce que la realidad del agricultor petenero mantiene esta constante, y en muchos casos dicha depauperización se acelera con el paso de los años.

En las áreas rurales de Petén hay una deficiencia -por no decir ausencia- de los servicios básicos. En salud, los pocos puestos que hay no poseen medicinas ni la presencia de médicos. En educación son pocos los maestros para la población escolar y para los adultos analfabetas. La asistencia técnica es poca e inconstante; las instituciones como La Dirección General de Servicios Agrícolas (DIGESA) y La Dirección General de Servicios Pecuarios (DIGESEPE) tienen poco personal y recursos para atender en buena forma a todas las comunidades agrícolas.

Prácticamente las aldeas rurales peteneras sobreviven aún sin el mínimo de servicios, gracias a las incipientes organizaciones que hay en su interior, como los comités de vecinos y otras organizaciones asociadas a los sindicatos y agrupaciones que trabajan a nivel nacional.

Otra perspectiva que debe ser tomada en cuenta dentro de la realidad de la y del agricultor petenero, es la represión sistemática que sufrieron en las décadas de los setentas y los ochentas. Esta situación provocó el desplazamiento interno y externo de campesinas y campesinos.

Muchas cooperativas situadas a orillas del Usumacinta tuvieron que desplazarse a México y otras poblaciones conformaron las CPR (Comunidades de Población en Resistencia), que aparecieron públicamente el 31 de octubre de 1991, según Cecilia Gelpi y demás autores.

Ya en la década de los noventa, muchos pobladores regresaron a sus tierras y cientos de familias conformaron Las Comunidades de Retornados. En Petén son cuatro de estas comunidades que se establecieron hasta 1997, según los establece Gelpi (1997: anexo # 6):

GUIA DE LAS COMUNIDADES DE RETORNADOS

COMUNIDAD	FINCA	COOPERATIVA	MUNICIPIO	FECHA DE ASENTAMIENTO	FAMILIAS
La Quetzal	El Quetzal	Unión Maya Itzá	La Libertad	abril 1995	180
La Esmeralda	La Esmeralda	Nueva Esperanza	Dolores	julio 1995	200
El Tumbo	El Tumbo	Nueva Guatemala	Sayaxché	mayo 1996	65
Entre Ríos	Entre Ríos	Unión S. Jn Ixcán	Sayaxché	mayo 1996	70

1.1.1. Tenencia de la tierra.

En el área rural de Petén son relativamente pocas las personas que poseen los títulos de propiedad de sus tierras. Generalmente se observa que las y los campesinos pagan un impuesto anual a las municipalidades de la región para tener derecho a utilizar un pedazo de tierra al que ellos llaman "agarrada", que les permita cultivarlo. Por esta causa se mantienen en una inseguridad por el futuro que les pueda esperar. Esto provoca que ellos no se arriesguen a invertir en mejoras que quizá más adelante se perderían y no alcanzarían un beneficio. Es común escuchar expresiones como: "Para qué voy a mejorar un terreno que lo puede aprovechar otro? Y si mi familia y yo nos quedamos sin nada, de qué vale tanto esfuerzo?"

Las anteriores expresiones provocan que muchos jefes de hogar se desplacen a otros puntos del departamento norteño en busca de terrenos que puedan adquirir como propios. A pesar de estos esfuerzos, la mayoría encuentra que las tierras ya están ocupadas o no sirven para cultivar. Esto provoca que el campesino petenero baje su nivel de vida. A esto se suma los conflictos en la compra de fincas y el reasentamiento de las familias de retornados en tierras que ya tienen dueño.

El Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación, MAGA (1994: p 3-6) a través de la "Agenda para el desarrollo de la Agricultura sostenible y de los Recursos Naturales de Petén" expone:

"La titulación de tierras va muy a la zaga de su ocupación, con consecuencias para el futuro difíciles de prever, pero con tendencias presentes muy claras: una agricultura inestable y depredatriz, desestímulo a las inversiones privadas, invasiones, etc. Solamente el 5% de las tierras del departamento están registradas conforme a derecho; el 25% está en proceso de registro y el 70% está virtualmente en el aire".

En el Acuerdo para el reasentamiento de las poblaciones desarraigadas por el enfrentamiento armado en el punto II, numeral 8, se hace ver la problemática existente en relación a la legalidad de la tenencia de la tierra y la necesidad de que exista la seguridad jurídica de la misma. Relacionado con este aspecto, en el mismo Acuerdo, pero en el punto III, numerales 2,3 y 6, el gobierno se compromete: a la revisión y actualización de los registros catastrales y de la propiedad inmueble, a identificar las tierras con opción de compra y a regularizar la titulación de tierras.

Desde otra perspectiva complementaria, el Acuerdo sobre identidad y derechos de los pueblos indígenas en el Punto IV, literal F se establece una serie de medidas para respetar el estilo de tenencia individual y colectiva de la tierra que obedece a la cosmovisión maya, propia de los pueblos indígenas.

En el Acuerdo sobre aspectos socioeconómicos y situación agraria en el Punto III, literal B se establece la promoción al acceso de las y los campesinos a la propiedad de la tierra a través del Fondo de Tierras. Merece especial atención el inciso c-ii que expresa:

"Tierras nacionales integradas en forma irregular en zonas de colonización, especialmente en el Petén y la Franja Transversal del Norte, que el gobierno se compromete a recuperar mediante acciones legales."

Si se trabaja en el cumplimiento de los Acuerdos de Paz, la población campesina tendrá mejores perspectivas para mejorar su situación.

1.1.2. Ingreso Familiar y Comercialización de sus productos.

Las familias peteneras del área rural poseen un ingreso de subsistencia gracias al maíz que cultivan en sus terrenos. Algunas familias poseen unas cuantas cabezas de ganado que les proporcionan otro pequeño ingreso. Además de esto, en algunos grupos poblacionales aledaños a la montaña (lugares selváticos), se dedican al corte de shate y pimienta y a la extracción de chicle del chicozapote. Estos productos tienen un mercado nacional y principalmente internacional importante. Otros pocos se dedican a la caza de animales silvestres que sirven para alimento o para traficarlos ilegalmente.

En base a la información proporcionada por el Instituto de Estadística, el nivel de ingresos de las familias rurales, es bastante bajo en relación a los índices de inflación que se padece en el país. Haciendo una estimación entre dichos ingresos y el número de hogares del área rural de Petén, tenemos que el 79% de dicha población tenía un nivel de ingresos de Q 2,400 o menos para el año de 1981.

Con el deterioro de los recursos naturales y el aumento de la población, se deduce que dichos ingresos son insuficientes: si consideramos que el promedio de personas en cada hogar petenero es de cinco, según el censo de 1994. (ver cuadro # 3).

Algunas entidades no gubernamentales están promoviendo lo que en los últimos años se ha denominado "ECOTURISMO", para que las comunidades rurales pasen de ser agrícolas a promover el turismo local, y así mejorar sus ingresos sin devastar el medio ambiente. Sin embargo, en la actualidad la dependencia del cultivo del maíz es grande. Y aunque éste cultivo proporciona excedente, no hay mercado inmediato que lo absorba; ya que las carreteras -si las hay- se encuentran generalmente en tan mal estado, que los costos del transporte suben bastante.

Por las razones anteriores, los intermediarios compran barato al agricultor y dicho ingreso no le genera ganancias a éste último. Se estima que los intermediarios compran hasta un 50 % menos del valor que les dan en las ciudades.

1.2. RELACION DEL AGRICULTOR CON LOS ECOSISTEMAS DE PETEN.

La mayor parte del territorio petenero tiene pocos metros sobre el nivel del mar. La cabecera, Flores, está a solo 250 m, según lo indica Soza (1970: p 72). Se define así como un clima cálido. Su suelo es básicamente calcáreo y de pocos centímetros de profundidad, ya que debajo de él hay roca caliza. Reflejo de ello son las construcciones mayas de la región. Además abundan las planicies y su orografía es escasa y de poca altura en relación a la que presenta el altiplano del país. Esto provoca que en la época lluviosa se formen lagunas y fango.

Dichos factores abióticos determinan el tipo de flora y fauna que predomina en el área. De aquí que su bosque sea tropical y que exista una biodiversidad tan rica que no se encuentra en otros ecosistemas.

Estas características han sido vistas por funcionarios de gobiernos del pasado y por los agricultores, como un lugar promisorio. Pero por los estudios ecológicos recientes, es sabido que el suelo petenero, por ser de pocos centímetros de profundidad, no proporciona los nutrientes necesarios para el monocultivismo, tan común en nuestro país.

Los cultivos agotan el suelo, por lo que la y el agricultor se ve en la necesidad de botar más bosque para tener tierra "fértil" y obtener sus alimentos. Así, junto al contrabando de madera, son miles de hectáreas de bosque tropical petenero las que se pierden al año, con fatales consecuencias en el cambio climático del planeta.

Además de éste caótico problema, las y los agricultores de Petén enfrentan una serie de relaciones simbióticas propias de éstos ecosistemas: plagas de hongos, insectos, malezas, así como depredadores que llegan a poner en peligro la misma vida del campesino.

Y aunque ésta es la realidad ecológica del departamento, los agricultores peteneros generalmente manejan los cultivos tradicionales de la región de la que proceden, con mecanismos y técnicas también tradicionales. Estos cultivos son, en primer lugar, el maíz, seguido del frijol. Otros cultivos no tradicionales son escasos y son pocas las personas que se dedican a su cuidado.

Sumado a lo anterior, las mujeres y los hombres de campo poseen técnicas muy sencillas de cultivo, en especial con el maíz: queman el lugar de siembra, luego con una vara abren agujeros para meter la semilla. Esto lo hacen antes de las lluvias y la naturaleza se encarga de lo demás. A su debido tiempo fumigan y calzan cada planta. A los tres meses aproximadamente, tapizan y guardan en su casa las mazorcas.

Se refleja entonces, la práctica de monocultivismo y aunque se hacen intentos de diversificación, está el agravante del tipo de ecosistema de la región, aunado a la falta de técnicas necesarias para el óptimo manejo de cultivos que requieren mayor cuidado.

1.3. PROCEDENCIA DE LA POBLACION.

El territorio petenero fue habitado desde antes de la Era Cristiana por una de las civilizaciones precolombinas más florecientes de América. Los Mayas poblaron esta región y lograron hacer un imperio y una zona de comercio muy productiva.

A la venida de los españoles la tierra petenera se encontraba completamente cubierta de bosque. Pocos eran los habitantes: los Itzaes, los Lacandones y pequeños grupos mayas. Según Soza (1970: p 45), a finales del siglo pasado, en el año 1880, la población de Petén era de 14,000 habitantes. Dicha población estaba aislada y tenía problemas serios para conseguir sus abastos, por lo que era más fácil la comunicación y la migración a Belice y México. A la vez, por la existencia del tráfico terrestre, se dió la inmigración de mexicanos al territorio de Petén, principalmente de Yucatán y Quintana Roo. Aún se escuchan relatos de algunos adultos que recuerdan su ascendencia mexicana.

Por muchas décadas el departamento tuvo poca población. En la década de los 50's tenía 15,908 habitantes según lo investigado por Soza (1970: p 48). Pero a partir de esta misma década, con el incremento de la aviación en nuestro país, se realizan traslados de campesinos y gente interesada en colonizar aquel departamento.

Una campesina, habitante de una aldea a 60 km. al sur de la cabecera departamental, recuerda como ella y su esposo, viajaron en avión hasta la pista de aterrizaje de Sta. Elena y luego a caballo hasta el lugar que les asignaron; ellos procedían de Santa Rosa, al sur del país. Así comenzó a incrementarse la población petenera. Cuando abrieron la carretera desde Flores, Poptún y luego a Modesto Méndez, la demografía del departamento se multiplicó rápidamente, y se espera que al asfaltarla aumente más. El MAGA (1994: p 3) a través de su Agenda expresa:

"La población de Petén se duplica cada siete años, como producto de un flujo migratorio sin precedentes en la historia del país. Esto genera presiones sobre el territorio y los recursos naturales, debido a la ausencia de un plan que regule la ocupación territorial y a la falta de procedimientos institucionales ciertos y eficaces que lo respalden."

Pero la inmigración acelerada a Petén que se está dando en los últimos años se debe a la escasez de tierras en el resto del país, a su agotamiento, a la sobrepoblación y a la presencia de latifundios en las zonas sur, oriental y occidental del país. Figueroa Ibarra (1980: p 116) lo ilustra así:

"...la situación agraria guatemalteca mantiene en su seno una explosiva situación social. La angustia del campesino guatemalteco por falta de tierra es un elemento cotidiano de su vida".

La población rural actual de Petén es un mosaico social, regional y cultural, ya que núcleos poblacionales tienen distintos orígenes; los hay de oriente, del sur y de occidente de la República. A las orillas del Usumacinta, por citar algunos ejemplos, encontramos oriundos de Suchitepéquez, Quetzaltenango, Alta Verapaz y otros. En el río La Pasión, poblaciones de origen mam. En el municipio de San Andrés, Flores y San José, grupos cakchiqueles, entre otros. En los municipios de Poptún y San Luis, de origen Kek'chi'. En Melchor de Mencos, de Jutiapa y Escuintla.

En las comunidades donde se elaboró el trabajo de campo de esta tesis, hay pobladores de diferentes puntos del país. No se encontró una procedencia mayoritaria (ver gráfica # 1). Esto ejemplifica visiblemente la amalgama poblacional y cultural que posee el área rural petenera.

1.4. SITUACION COMUNICACIONAL Y RELACIONES DE PODER.

Relacionando todos los aspectos anteriormente mencionados es fácil constatar que la situación comunicacional de las y los campesinos peteneros es muy compleja. Pese a ello hay un factor común: la interdependencia que ellos mantienen con la tierra, de donde obtienen los elementos básicos para su supervivencia.



Tomando en cuenta la globalidad de la realidad campesina en Petén, es necesario enmarcarla en la totalidad de la realidad guatemalteca y aún en la latinoamericana, ya que muchos rasgos son comunes. El comportamiento social general admite el prejuicio de creer que la y el campesino es de una categoría inferior a la gente de las ciudades, a los profesionales y a los grandes hacendados.

A la y el campesino se le critica su modo de vestir, sus expresiones lingüísticas de gran riqueza regional, sus hábitos alimenticios, etc. En fin, se ve en su persona a un ser indigno de compartir los bienes de la llamada "sociedad de consumo".

Todas estas etiquetas impiden observar y valorar todo el conocimiento empírico pero válido, que poseen de la naturaleza así como de sus experiencias vitales. No podemos negar que carecen de algunos elementos que la civilización considera como necesarios y hasta fundamentales. Pero esta carencia es consecuencia de múltiples factores socioeconómicos y políticos que ya fueron mencionados.

Es así como esta situación configura prácticas de comunicación en las cuales se considera al campesino como un ignorante, donde otros, los más poderosos, son los propietarios del saber y por lo tanto de los medios, entre ellos los de comunicación.

Dentro de estas prácticas se observa una dinámica propia en la que las y los campesinos intercambian mensajes en reuniones de la comunidad, servicios religiosos, donde se piden espacios para dar información que involucran a la comunidad o instituciones que quieren trabajar en ella. Las ferias son otro punto de reunión que es aprovechado para el intercambio de mensajes a un nivel más personal.

Para comunicarse con otras poblaciones, generalmente mandan avisos orales o escritos por medio de los choferes, ayudantes o viajeros conocidos en los buses, quienes hacen como favor o reciben pago por ello. La comunicación de las poblaciones rurales tiene sus propias formas y recursos, a pesar de que los medios masivos estén en pocas manos y dichas poblaciones tengan un acceso limitado a éstos.

Vista así esta realidad, el sistema de dominación de unos pocos, trata de mantenerse invariable, sin la posibilidad de cambios sustanciales en su estructura.

Por eso los mensajes que emanan de la mayoría de los medios de comunicación son el reflejo de la discriminación hacia el campesino. En el caso particular de la radio, que es el medio masivo de más penetración en Petén, se transmiten programas musicales elegidos por los dueños de los medios y la moda de la capital. Aunque también se transmiten avisos de la comunidades y ocasionalmente programas o información agropecuaria. Además los funcionarios públicos y los religiosos hacen uso de dicho medio.

Así pues esta discriminación a veces se hace de una forma tan sutil, que no hay un ataque directo, pero sí una ausencia total de la vida campesina en su forma integral y dialéctica a través de dichos medios.

Es así como en un sistema de producción como el de Guatemala en general, y el de Petén en particular, se dan relaciones de dominación, algunas explícitas y otras muchas implícitas pero igual de sólidas.

Con estos antecedentes, la y el agricultor es explotado por la categoría que se le ha asignado y reforzado a través de los medios de comunicación y de otras formas. Esta explotación se da de diferentes modos: desde una mala atención médica hasta la falta de acceso a los mass-media donde se le minimiza y se le confiere un lugar de ciudadano de segunda o tercera categoría.

De esta manera, a la y el campesino se le cierran las oportunidades de expresarse tal como es, de apropiarse de la realidad que lo circunda, de criticarla, de aportar cambios a la misma y por lo tanto de transformar su propia realidad.

Las y los campesinos entran así en una confrontación ante el latifundista, a quien tienen más cerca y con quien establece la relación explotador-explotado. Al respecto Freire (1991: p 52) argumenta:

"el latifundio implica una jerarquía social donde los estratos más "bajos" se consideran por regla general, naturalmente inferiores. Para que éstos se consideren así, es preciso que haya otros que los consideren de esta forma, y que se consideren así mismos superiores. La estructura latifundista de carácter colonial, proporciona al poseedor de la tierra, por la fuerza y el prestigio que tiene, la posesión también de los hombres."

En los medios de comunicación masiva o institucional, a veces se toma muy a la ligera los temas que las y los campesinos priorizan y que necesitan más información al respecto. Entre los más comunes se encuentran: mejoramiento de cultivos, atención al ganado y animales de granja. A las mujeres campesinas les interesan temas familiares (infidelidad, planificación familiar, organización de recursos, etc.) los cuales a veces son tomados como prohibidos o no importantes en algunos medios.

En base a esos temas, la radio como medio masivo de comunicación, puede coadyuvar en una educación alternativa, adaptada al medio rural petenero. Entre estos temas pueden incorporarse: monocultivo y diversificación, depredación de los recursos naturales, comercialización de productos, abonos orgánicos; y en el campo familiar: relaciones familiares, solución de conflictos, espaciamientos de los hijos y otros.

La realidad de la población rural petenera es precaria desde varios puntos de vista: el clima, el tipo de ecosistema, los riesgos propios de la agricultura, las relaciones de poder con otros sectores de la sociedad, la falta de acceso a los medios de comunicación, etc.

A pesar de ello y de los problemas que se dan en el seno de las propias comunidades agrícolas, la alegría y la donación de muchas y muchos campesinos, es el signo más evidente de la igualdad de todos los seres humanos en esta nuestra única casa que es el planeta Tierra.

CAPITULO II:

COMUNICACION ALTERNATIVA Y POPULAR.

La comunicación alternativa y popular ha constituido en cada época, una necesidad y una vivencia constantes e innatas de las grandes poblaciones humanas.

En la actualidad las grandes mayorías están cada vez más desprovistas de la capacidad para adquirir ciertos bienes materiales. Ello como resultado del único rostro que se pretende configurar a través de la globalización, que nace, se desarrolla y se solidifica para lograr los fines de las élites financieras dominantes. A pesar de esto, existen algunas facetas claves de las culturas populares que permiten una reflexión en lo relacionado a la esencia universal de la humanidad. Estas facetas son a través de sus costumbres, tradiciones particulares y proyectos sociales que constituyen una riqueza inagotable.

Aunque en el seno de los sectores populares hay problemas, reproducción de conductas alienantes de la clase dominante y otros aspectos considerados negativos, también hay una sincera búsqueda de identidad, un deseo profundo de compartir ante el mundo circundante sus características propias, las cuales se han ido conformando a partir de su propia creatividad.

Resalta en los grupos populares una gran inquietud de hacer ver a los demás, que los seres humanos somos más que las cosas que tenemos. Es la naturaleza y la esencia humana lo que importa y no las posesiones materiales, artísticas, científicas o tecnológicas que cada persona, de manera individual, pueda acumular en forma egolsta y sin una proyección social. Así, la comunicación juega un papel primordial en el proceso de coadyuvar en el desarrollo de la cultura de los sectores populares, en la cual se inserta. Y sobre todo, de lograr, a base de alternativas, que ese desarrollo sea integral para que promueva la liberación real de las bases.

Comencemos entonces con algunos intentos que se realizan por definir lo *alternativo* y lo *popular*.

2.1. ¿QUE ES LO ALTERNATIVO Y LO POPULAR?

Aunque no todo lo alternativo es popular y viceversa, existe un punto en el cual ambas caracterizaciones confluyen para generar una visión global de la realidad que viven los sectores populares dentro de una sociedad determinada.

Al querer encontrar un concepto de Comunicación Alternativa y Popular, saltan a la mente las interrogantes: ¿Qué es lo alternativo? ¿Qué es lo popular?

Para tratar de entender qué es lo alternativo debemos partir de la misma condición antropológica que el hombre posee: la capacidad de *ESCOGER*.

Esta capacidad está presente en todos, la desarrollemos al máximo o la mantengamos potencialmente. Por lo tanto, el ser humano tendrá siempre una serie de opciones y alternativas a lo largo de su vida. Esto nos permite visualizar que lo alternativo se presenta en el modo de pensar y de actuar de los individuos que practican su libertad. Si dicha modalidad la desarrollamos en la suma de individuos, es decir en la sociedad, observaremos básicamente las mismas condiciones o su complementariedad.

Pero debemos tomar en cuenta que una sociedad como tal, no posee una estructura estándar. Se conforma de grupos menores que difieren unos de otros a causa de varios factores: ubicación geográfica, clase o capa social, acceso a la educación formal, herencia cultural, tenencia de bienes materiales, cosmovisión, etc.

En base a éstos factores, los mensajes que expresa cada uno de los grupos inmersos en la sociedad, serán diferentes por que los mismos atienden a diferentes intereses.

Tomando el pensamiento de Prieto Castillo (1981: p 52) al respecto nos comenta: "Los mensajes alternativos existen siempre porque la sociedad no es un bloque homogéneo".

Si la sociedad no es uniforme, entonces sus mensajes y sus medios de expresión no pueden ser uniformes.

Pero a pesar de éstas diferencias, cada sociedad impone un estilo de vida "oficial" que es propio de la colectividad que domina en cada época. Y así, dicha colectividad utiliza todos los medios a su alcance para hacer sentir a los demás sectores sociales que sus prácticas son las únicas válidas y las que se deben imitar. Pero la libertad de cada individuo lleva a aceptar u objetar las propuestas persuasivas y hasta manipuladoras de los sectores dominantes. Se crean entonces respuestas que intentan ser opuestas al sistema oficial de una sociedad determinada.

Es necesario recordar que reproducimos los patrones que aprendemos en el seno de la familia y en las demás relaciones humanas. Por esta razón, aunque un grupo intente oponerse al sistema, se enfrenta con modelos interiorizados del ambiente social que se respira. La comunicación, como una característica inherente del quehacer humano, refleja dichos modelos. Si se pretende establecer una comunicación contrapuesta a la oficial, siempre se tendrán huellas del patrón comunicacional que maneja el sector dominante.

En El Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (1987: p 219) se argumenta:

"Las prácticas comunicativas alternativas reflejan la confrontación con el modelo hegemónico vigente, pero también el punto hasta el cual dicho modelo ha penetrado la conciencia y la práctica de los sectores populares".

No podemos dejar fuera todo el bagaje que la actual sociedad --como resultado de un proceso histórico--, con sus directrices económicas, culturales y políticas bien definidas, ha logrado influenciar, en distintos grados, en la gente que desarrolla una comunicación alternativa y en las mismas bases. Basta observar como la comunicación masiva, a través de una tecnología avanzadísima en relación a décadas pasadas, impone el modelo de la cultura dominante (en nuestro caso la de Estados Unidos), logrando condicionar algunas conductas de los individuos en todos los niveles y sectores sociales.

Por esto podemos deducir que la comunicación se origina y se desenvuelve en la ambigüedad y en la contradicción, y es quizá lo que le da vitalidad para la búsqueda de opciones, de alternativas. Lo alternativo es algo inacabado, inconcluso, es cambiante, evolutivo, busca la transformación de lo establecido.

En base a esas cualidades, no se puede hablar de una definición estable de lo alternativo en comunicación, pues depende de las circunstancias concretas de cada vivencia comunicacional. Por ello

Fontcuberta y Gómez Mompert (1983: p 26) expresan que en lugar de "...hablar de comunicación alternativa hay que referirse a elementos alternativos en comunicación".

Además, no se cuentan con teorías específicas de lo que es alternativo en comunicación, hay pocos estudios a cerca del tema y son muy amplias las conductas, actividades y posturas que implican dicho término. a pesar de ello Fontcuberta y Gómez Mompert (1983: p 10) proponen que "...una comunicación será más o menos alternativa en la medida en que subvierta un orden moral, político, social, económico, tecnológico, cultural, simbólico e ideológico".

Después de hacer un intento por delimitar lo alternativo o por lo menos lograr un acercamiento en lo comunicacional, debemos pensar en lo popular.

Dicha palabra tiene varios usos de acuerdo a la finalidad y funcionalidad que cada grupo le asigne. A veces se utiliza la expresión "ser popular" para decir que una persona es conocida por muchas más. O bien se habla que un producto es popular porque llega a mucha gente gracias a los *mass-media*. Desde el punto de vista histórico, la palabra "popular" ha ido evolucionando junto con la humanidad. García Canclini (1991: p 160) expresa:

"Cuando solo era utilizada por los folkloristas parecía fácil entender a qué se referían: las costumbres eran populares por su tradicionalidad, la literatura porque era oral, las artesanías porque se hacían manualmente...lo popular era el otro nombre de lo primitivo".

Pero la misma evolución histórica ha ido conformando sociedades con una estructura muy compleja y la significación del término "popular" también ha sufrido cambios esenciales. García Canclini (1991: p 161) amplía:

"Cuando lo popular todavía no era popular —se lo llamaba cultura indígena o folklore—...en Europa el estudio de lo popular no era, hasta el siglo XVIII, un interés de las personas "educadas"... En el siglo XIX, la formación de estados nacionales, suscitó interés por conocer a los sectores subalternos para ver cómo se los podía integrar...Solo a fines del siglo XIX, lo popular entra en el horizonte de la investigación...América Latina repite esta historia".

Hoy en día hablar de lo popular es tan polivalente como las mismas relaciones que se dan en el seno de la sociedad. Porque las poblaciones que no poseen los grandes medios de producción, se reúnen en grupos con características diferentes según sus intereses pero con una identidad de clase. Se habla de obreros de fábrica, campesinos, maestros, vecinos de barrio, etc. Por esto tratar de encontrar una definición exacta de popular es, además de dificultoso, inoperante, ya que los sectores populares y la cultura que van conformando, se elabora en el trabajo diario, en la cotidianidad.

Así, ésta cultura es tan dinámica y plasmada de vivencias políticas, familiares, artísticas y laborales, que en su conjunto refleja una gran heterogeneidad. Por tal razón no podemos prescindir de la relaciones de producción que se dan en una época industrial y tecnológica, donde el consumo y el manejo de la información son base determinante.

Actualmente lo masivo y lo popular van de la mano porque las relaciones sociales se han masificado. Lo popular es la manera en que se desenvuelven los sectores populares en una sociedad de masas. En base a esta realidad, lo popular es lo que se logra realizar en oposición al sistema

hegemónico, y cómo lo popular actúa en el campo de lo masivo. García Canclini (1991: p 186) concluye: "...es hoy un espacio fértil para repensar la estructura compleja de los procesos culturales".

Hablar de popular es caracterizar a las clases subalternas. De la misma manera su cultura es marginada por los grupos dominantes y únicamente la utilizan para comercializarla como un producto más de consumo.

Ante esta marginación, los sectores populares se ven obligados a moverse dentro del sistema oficial vigente y por lo tanto, no se encuentran exentos de contenidos alienantes. Estos contenidos son reproducidos porque dicho sistema condiciona las conductas que deben imitarse. Sin embargo, a la par de las reproducciones, se dan procesos de apropiación y transformación de dichos contenidos en función de sus propias necesidades.

Estos procesos dan lugar a expresiones simbólicas que reflejan la capacidad de sobrevivencia de lo popular ante las élites. López Rivera (1996: p 26) nos propone:

"Esta cultura se configura a través de un proceso de apropiación desigual para los sectores subalternos de la sociedad, de los productos culturales y económicos. Estos sectores desprovistos buscan a partir de su condición subalterna, una manera de comprender, reproducir y transformar, real y simbólicamente, sus condiciones de subsistencia."

Otro elemento que ha de tomarse en cuenta es la organización social de las bases, porque es ella la manifestación organizada de los procesos culturales que interactúan en los pueblos; como lo afirma El Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (1987: p 244):

"Son la expresión organizada de la dinámica cultural del pueblo, y en su seno evolucionan y toman fuerza instancias de verdadera organización de base, defensa de intereses populares y afirmación cultural".

Es el pueblo, entonces, la plataforma para que evolucionen y se fortifiquen dichas organizaciones y son definitivamente los intereses de clase, los que tienen la máxima prioridad para la consolidación de la cultura popular.

La configuración de las organizaciones de base nacen precisamente para la reivindicación de los sectores populares, para resolver sus problemas y satisfacer sus necesidades, intereses y expectativas. De aquí que existan variadas organizaciones de base: obreros, campesinos ledinos, campesinos indígenas, etc.

En la actualidad hablar de organizaciones de base es muy relativo, porque la transformación mundial sufrida en los últimos años --donde la manipulación de la información ha sido determinante-- pareciera provocar un clima de individualismo. Sin embargo, existen núcleos donde la conciencia comunitaria es firme y hay presencia de un trabajo de redefinición en cuanto a lo que se configura como organización de base que responda a los retos de hoy y desafíe los cambios acelerados de la sociedad.

Sin embargo es importante no confundir las organizaciones de base con las dirigencias o los partidos políticos que las representan, ya que como se ha observado en la práctica, muchas veces cada uno posee sus propios objetivos que en ocasiones son divergentes. Esto crea confusión y apatía en los sectores organizados y más aún en los que no lo están. Ante esta situación Cheva (1991: p 56) propone:

"Superar el vanguardismo, el sectarismo y la brecha entre las dirigencias y las bases, esto es, desarrollar nuevas formas de hacer política y de organizarnos".

También merece especial importancia los procesos educativos que se enmarcan en el desarrollo de los sectores populares. En nuestro medio muchas veces se simplifican las relaciones que se dan entre los grupos sociales dominantes y los grupos sociales subalternos.

Generalmente las clases dominantes se apoyan en la capacitación laboral y en la enseñanza de los modales y gustos hacia los sectores populares al estilo de la vida oficial. Para lograr este objetivo, ponen en marcha los recursos educativos necesarios que ayuden a dictaminar lo que es correcto.

Hablar de una educación popular amerita una especial atención, ya que no la podemos confundir, como lo explica Aldana Mendoza (1991: p 63-67) con lo que es instrucción pública, educación no formal o educación de adultos. Estas modalidades generalmente tienden a conservar y consolidar el sistema dominante vigente.

Al ser de vital importancia la educación popular, Aldana Mendoza (1991: p 70-81) afirma que se deben tomar en cuenta los aspectos que la integran como tal:

1. *Su historicidad*: formación social y momento histórico determinados.
2. *Su naturaleza política*: teoría, praxis y transformación de la realidad.
3. *Su sentido de clase*: a favor de la clase subalterna.
4. *Su carácter complementario*: por sí misma no logra la transformación social.
5. *Su naturaleza organizativa*: apoya la organización popular y a la vez es un medio para propiciarla y fortalecerla.
6. *Sus procesos propiamente pedagógicos*: instrucción, formación y capacitación.

Con estos elementos se puede delimitar una definición de educación popular. Aldana Mendoza (1991: p 82) propone la siguiente:

"...las acciones y procesos de instrucción, formación y capacitación que partiendo de las condiciones propias del contexto específico y total, y articulados -directa o indirectamente- a los movimientos u organizaciones populares, buscan la satisfacción de necesidades colectivas, así como el develamiento crítico y la transformación de la realidad, de acuerdo a los intereses de las clases populares."

Después de haber tomado en cuenta las anteriores consideraciones de lo alternativo y lo popular, es necesario que quienes se dedican al trabajo comunicacional con los sectores populares, tomen en cuenta la influencia del modelo hegemónico y su presencia en los medios, así como las características propias de los sectores populares.

Es indispensable aprovechar los elementos clave de la comunicación masiva y de la cultura popular, porque ambos constituyen instrumentos básicos para el desarrollo de una alternativa comunicacional que pueda propiciar la organización popular y así consolidar un desarrollo armónico de las bases.

2.2 APROXIMACION A UNA DEFINICION DE COMUNICACION ALTERNATIVA Y POPULAR.

Según los análisis anteriores, no existen definiciones estáticas y delimitadas en el campo de lo alternativo y lo popular. Por tal razón debemos considerar los elementos alternativos que se dan en los

sectores populares. Para ello citamos a Fontcuberta y Gómez Mompert (1983: p 114) quienes indican los siguientes elementos:

1. Un lenguaje que huye de la redundancia y el estereotipo. Intento de ruptura del discurso tradicional.
2. Una forma de producción comunicativa diferente que, en terminología manísta, presupone un intento de "no división social del trabajo".
3. Puesta en cuestión de la comunicación oficial y "establecida".
4. Contrainformación.

Como se observa es un intento por realizar una práctica comunicacional distinta a la que día a día vivimos. Por ello es necesario recordar que la comunicación es un conjunto de aspectos integrados e interrelacionados en una totalidad. Lo alternativo y lo popular estarán enmarcados en dicha totalidad.

En el estudio que nos compete, se delimitará lo alternativo y lo popular en la otra comunicación que intentan realizar los sectores populares en una sociedad determinada.

Para intentar un acercamiento de lo que puede ser la Comunicación Alternativa y Popular tomaremos como elementos básicos las palabras explicadas en el inciso anterior: alternativo y popular. Sandoval García (1988: p 17) nos explica:

"La comunicación popular se define por su carácter democrático y significa toda aquella comunicación que desarrolla el pueblo". Pero al tomarla como alternativa... "La función de la comunicación popular como resistencia defensiva o como afirmación de identidad, va a depender del desarrollo de la organización en la cual se produce la comunicación popular".

Es importante observar que lo democrático, es uno de los pilares que define la comunicación popular. Desde hace más de dos milenios se habla del poder del pueblo, pero es éste el más ignorado, a veces hasta por él mismo. Además, lo democrático implica la participación, en nuestro caso, de los sectores populares.

Esta participación debe ser real como un proceso de concientización de lo que cada persona, que en lo individual y como grupo, puede aportar eficazmente al desarrollo auténtico de la sociedad. Entonces la comunicación que desarrolla el pueblo será realmente democrática si su participación determina cambios significativos en todos los campos de acción social.

Pero una comunicación popular es alternativa dependiendo del grado de organización de los sectores populares. A más organización más resistencia defensiva y afirmación de identidad. Si la organización de las bases se solidifica es más factible el desarrollo de alternativas comunicacionales que configuren dicha resistencia e identidad.

Con el proceso de paz guatemalteco aumentan las probabilidades de mejorar las organizaciones populares y por ende su comunicación. Así tenemos por ejemplo, en el punto III, literal D del Acuerdo sobre aspectos socioeconómicos y situación agraria, que determina la importancia de la organización de la población rural para que sus habitantes sean los protagonistas de su propio desarrollo.

En base a éstas ideas Sandoval García (1988: p 17) define así la comunicación alternativa y popular:

"Es la práctica de los sectores populares en el camino de construir una nueva comunicación y la que sólo es posible en tanto forma parte de las luchas sociales por otra sociedad. Solo desde la práctica social de las clases populares es posible construir una alternativa en comunicación".

Esta concepción implica cambios, romper con los paradigmas establecidos, implica riesgos e incluso aparentes fracasos, los cuales sirven para construir las alternativas tan necesarias en los procesos de comunicación.

En el intento por establecer caracterizaciones de este tipo de comunicación, se hace interesante el planteamiento de Interiano (1991: p 2) cuando nos dice:

"...al mencionar el término comunicación alternativa nos referimos a dos modalidades que surgen como contrapartida de la comunicación monopólico-dominante: la comunicación emergente y la participativa. La primera constituye una respuesta, una antítesis a la tesis dominante de flujos de mensajes que emanan de los centros de poder, y la segunda, que vendría a constituir la síntesis de esta problemática... en la cual deben tomar parte activa todos los sectores de la sociedad".

Es la característica de participativa lo que le da fundamento a la comunicación popular y alternativa, ya que las actividades realizadas por el pueblo son capaces de hacer actuar a todos los sectores que conforman una sociedad. No hay acción sin reacción. Así ésta participación termina por involucrar a todos y solidifica la valoración de las propuestas populares que generalmente tiene fundamentos que buscan la igualdad de oportunidades entre los seres humanos.

En Guatemala, por el terror sembrado en la población de una manera sistemática a lo largo de su historia, el trabajo de una comunicación alternativa se ha dado a través de las relaciones personales y comunitarias más estrechas. Han sido limitadas las instancias públicas que han propuesto y dado marcha a alternativas en comunicación.

Se concluye entonces --aunque no se tenga un parámetro único-- que la comunicación alternativa y popular, es una forma específica de elaborar los mensajes desde una condición de clase --la popular-- que lleva inmerso todo el contenido histórico, cultural y socioeconómico de la misma. Es una manera concreta de transmitirlos en una sociedad determinada, la cual diferirá de otras. Y es una modalidad que refleja los fines de dicha clase en la construcción de una nueva sociedad donde los derechos universales del ser humano se hagan consistentes y cotidianos.

2.3 CARACTERISTICAS DE LA COMUNICACION ALTERNATIVA Y POPULAR.

Tomando como idea fundamental que la comunicación es una práctica en sí misma y en interacción con otras disciplinas humanas, y después de haber analizado algunos elementos de la comunicación alternativa y popular, la tesis considera factible describir algunas características básicas:

a) Es profundamente participativa.

La comunicación alternativa y popular logra que los individuos que conforman el bloque popular se organicen para que ellos sean protagonistas y creadores de una identidad social que promueva desarrollo integral.

b) Está enraizada en un contexto determinado.

En este aspecto, la vida cotidiana tiene un valor fundamental, ya que es desde donde habla la gente, el cómo lo hace, el para qué, que define las particularidades del grupo humano que establece este tipo de comunicación.

c) Propicia y vincula a las organizaciones de base.

La Comunicación alternativa y popular es la catapulta que fomenta dicha organización. Genera la necesidad de repartir y compartir responsabilidades para desarrollar procesos sociales que reivindiquen el trabajo de las mayorías.

d) Vincula los hechos históricos con los cambios sociales.

Rescata los valores y la cultura que pasa de una generación a otra para que sean una fuente de experiencias que ayuden a evitar viejos errores y a repetir los aciertos.

e) Respeta la heterogeneidad que se vive al interior de los sectores populares.

La comunicación alternativa y popular reconoce las diferencias que se dan en el seno de lo popular. Sería contradictorio que lo alternativo no aceptara "lo otro", lo distinto. La heterogeneidad es el cultivo preciso para preparar las opciones. Lo desigual es la semilla para hacer nacer y crecer nuevas expectativas.

f) Provoca un nuevo uso de las tecnologías.

Este uso es con el fin de romper con el esquema mercantilista, privatizante, egoísta y de aislamiento que les impone el sistema.

2.4 LA COMUNICACION ALTERNATIVA-POPULAR Y LA RADIO.

La comunicación como proceso totalizador de las experiencias humanas, necesita de medios para su completa realización. Pero es necesario establecer algún tipo de clasificación de los mismos que ayude a situar a la Radio en el campo que nos interesa: La Comunicación Alternativa y Popular.

Por ejemplo, se habla de medios artesanales, los cuales son elaborados generalmente con inversión de pocos recursos, de forma manual y poseen un alcance relativamente limitado. Estos medios son utilizados al interior de los grupos y propician una mejor calidad en el flujo de mensajes que se dan en dichos grupos. Como ilustración podemos pensar en los siguientes medios artesanales: carteles, volantes, cartas, serigrafía en prendas de vestir, periódicos murales, tatuajes, teatro etc.

Se conocen también los medios barriales, en los que generalmente existe una mezcla de medios artesanales y tecnológicos (además de los artesanales ya citados, están: circuito cerrado en TV y radio, grabadoras, altoparlantes, revistas, periódicos, fotografías, diapositivas, etc.) El número de personas a quienes van dirigidos este tipo de medios aumenta, pero son grupos con objetivos y metas comunes: mejorar calles, ornato, seguridad, etc.

Y no podemos dejar de lado los medios masivos, que poseen una cobertura bastante amplia, pero a la vez llega a públicos muy heterogéneos. Entre los medios masivos tenemos los ya conocidos: radio, prensa, cine, televisión, cable etc.

En la actualidad se habla de *micromedios*, donde la tecnología avanzada y las industrias mercantilistas propician un uso cada vez más individual y privativo de dichos medios. Entre ellos tenemos: video, radios locales, internet, televisión digital, etc.

Para este estudio nos interesa el carácter masivo de la radio. Por ello es preciso recalcar su condición de ser un medio de comunicación (unilateral, indirecta y pública como se describe en el libro *Introducción a los medios de comunicación* (1990:288), pero a la vez su carácter de ser más íntimo y de venir a nosotros en forma de una voz amiga como lo plantea Cardona Chirchilla (1996: p 5).

De aquí que la Radio presente ciertas características básicas:

- Deja libre la imaginación del oyente por utilizar sólo sonidos.
- Es más barata que otros medios masivos.
- Llega a un número de personas bastante grande.
- Es capaz de llegar a zonas geográficas donde no lo hacen otros medios.
- Lleva los acontecimientos mundiales al seno del hogar, etc.

¿Pero cómo puede ser una radio que maneje la Comunicación Alternativa y Popular? Existen suficientes evidencias que el factor común de las radios en la actualidad, son transmisoras de mensajes donde lo único que le queda al público es recibirlos pasivamente; son "generadores de alienación y automatización de los individuos así como generadores de mensajes que favorecen actitudes evasivas del oyente que promueve el individualismo y la desorganización" como bien lo explica Cuz Cuckling (1995: p 67).

Como es fácil observar los medios están sirviendo a intereses privativos, de unos pocos que los monopolizan y dominan a través de ellos. Lopez Vigil (1997: p 520) nos ilustra: "Los colonizadores de antes y los de ahora nos han querido sugestionar de inferioridad y así reducimos a mudos receptores de sus discursos".

Una radio alternativa y popular es entonces aquella que se levante como un servicio público, que acompañe y haga participar a los sectores populares, que sea capaz de conectar a las distintas organizaciones de base, que promueva la solidaridad, donde se reconozca a los integrantes de dichos sectores como sujetos vivos y reales, con su propia voz y su propia forma de actuar.

Una radio alternativa y popular es aquella que sirve de mediadora en los procesos sociales que se desarrollan en sus contextos y los acompaña en su dinámica de transformación. Propicia nuevos caminos comunicacionales y modelos de socialización que se extienden en los sectores más desposeídos de la sociedad.

Por ende una radio popular y alternativa promueve un proyecto político e ideológico decisivo. Y como lo plantea López Vigil (1997: p 521): "Este es el primer desafío de una emisora con responsabilidad social: amplificar la voz del pueblo y, de esta manera legitimarla socialmente".

En América Latina existen vastas experiencias en Radio de comunicación alternativa y popular. Dichas radios consideradas también comunitarias tienen más de 50 años de existencia en nuestros pueblos (ver López Vigil 1997). Quizá una de las experiencias más conocidas es la de Radio Enriquillo, localizada en la zona rural de República Dominicana. El Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (1987: p 223-224) se da a conocer la importancia de la vida cotidiana de los campesinos; el hablar tal como se vive, de expresarse con toda su cultura a través de la emisora. Donde los campesinos se fortalecen al escucharse unos a otros; porque su palabra es valorada y promueve la acción. Esta experiencia nos refleja claramente la importancia de una radio comunitaria donde se

rompan los modelos dominantes de transmisión de mensajes verticales, donde el campesino debe aprender lo que los otros -los de fuera- saben.

En Guatemala también existen experiencias de este tipo: FGER (Federación Guatemalteca de Escuelas Radiofónicas), IGER (Instituto Guatemalteco de Educación Radiofónica), Proyecto de Emisoras Educativo-Culturales dirigidas por la Iglesia Católica y otras, así como algunos espacios en emisoras estatales y comerciales que se esfuerzan por crear alternativas en radio.

Las posibilidades en radio para crear alternativas son múltiples en el contexto guatemalteco. Con los cambiantes procesos, los comunicadores están llamados a dar nuevas propuestas en la dignificación de las mayorías que están al margen de una verdadera integración social y cultural tan necesaria en nuestro país.

CAPITULO III.

PRODUCCION RADIOFONICA PARA COMUNIDADES AGRICOLAS.

Como ya se hizo mención en el capítulo anterior, la radio es un medio con múltiples posibilidades y sus correspondientes limitaciones. Es un medio auditivo por excelencia. Por ende, en la radio, es el sonido el que se maneja en toda su variedad. Es ella la que desarrolla con más facilidad la imaginación y la fantasía del oyente. A través de ella se describen personas, lugares, animales, cosas... hasta los pensamientos más improbables que habitan la mente humana, los cuales pueden ser más difíciles de plasmar en otros medios, donde lo visual y lo táctil son percepciones necesarias para captar el mensaje.

Sin embargo, por lo fugaz del sonido, puede que la fijación de ideas se dificulte, ya que como dice el dicho "Las palabras se las lleva el viento". Cosa que no sucede con muchos audiovisuales donde actúan dos sentidos. Por esta razón los mensajes emitidos en la radio pueden resultar efímeros, pasajeros. Quizá sea esta su principal limitación, la cual puede ser contrarrestada con una *PRODUCCION RADIOFONICA* eficaz y bien planificada. Además deja libre al oyente para escuchar sus mensajes, cambiar de estación o simplemente apagarla. Pero si retomamos sus bondades, es un medio masivo barato en relación a la prensa, la televisión, internet y otros medios afines.

La intención clara de este trabajo de investigación es rescatar las ventajas del medio radiofónico para coadyuvar en el mejoramiento de la vida campesina, donde los índices de analfabetismo son altos y la radio es una fuente inagotable de información. Dicho objetivo es compartido de forma limitada por la radiodifusión de nuestro país, como lo argumenta Cuz Kuckling (1995. p 52):

"El sector campesino es el más abandonado por la radio guatemalteca, estamos refiriéndonos tanto a los campesinos indígenas como a los campesinos ladinos".

El tipo de programas que en su mayoría poseen las radios tanto urbanas como rurales, no pasan de ser rockolas donde se trasmite básicamente música extranjera, se anula la real participación de los oyentes y la presencia de la cultura guatemalteca en ellos.

Si analizamos la programación dirigida a los campesinos, prácticamente no existen programas que ayuden a su desarrollo integral. Los pocos que se transmiten son elaborados desde una línea de extensión institucional, sin que tomen en cuenta las características esenciales de la radio. Por ello, en este capítulo se pretende dar algunas ideas que abran el camino, casi inexplorado, para desarrollar programas que satisfagan más las necesidades de la mujer y del hombre del campo, que las aspiraciones de las instituciones, las cuales, bondadosamente, quieren enseñar a las comunidades agrícolas las formas de entrar al "progreso".

3.1 LENGUAJE RADIOFONICO.

La realidad socioeconómica, cultural y comunicacional que vive la y el campesino guatemalteco debe hacer reflexionar a quienes trabajan en radio, que su función básica no es sólo la de transmitir una cantidad enorme de conocimientos y técnicas a través de este medio, para que sea recogida por las y los agricultores y ellos las apliquen en su trabajo cotidiano. Es común escuchar: ¡Cómo me esforcé investigando los contenidos del programa de radio!...y cuando llego a las comunidades, ni siquiera lo han escuchado".



Ante la realidad planteada en el párrafo anterior, surgen las preguntas: si los contenidos transmitidos son de primera calidad ¿Por qué no los escucha la gente del campo? Es bueno también reflexionar: ¿Se ha tomado en cuenta el tipo de medio utilizado para ésta tarea? ¿Se conoce a la radio desde dentro? ¿Se planifica en base a las ventajas y desventajas de la radio? Si nos comunicamos a través de la radio, es necesario utilizar sus códigos, su lenguaje. No basta la transmisión de conocimientos, es necesario manejar el lenguaje radiofónico.

En el documento Comunicación y niñez (1992: p 13) se define Lenguaje Radiofónico así:

"...los diferentes elementos que combinados adecuadamente entre sí, hacen posible la estructuración de un mensaje para ser transmitido por medio de la radio".

La intención de hacer buenos programas radiales la tienen todos, pero la efectividad está en ese equilibrio de los elementos que pueden usarse en radio, no basta hablar por radio: es necesario manejar las palabras precisas, los sonidos, la música y el silencio en el punto exacto y adecuado a la cultura campesina.

3.2 RECOMENDACIONES PARA EL USO DE LOS CUATRO ELEMENTOS DEL LENGUAJE RADIOFÓNICO.

El uso de los medios masivos en general, y el de la radio en particular, se ha restringido a una élite que es dueña y señora de los mismos. Por esto resulta aún más dificultoso elaborar programas para gente del campo. Sin embargo, existen instituciones dedicadas a la promoción campesina que utilizan todos los medios a su alcance para lograr su propósito, la radio no es la excepción.

Al manejar adecuadamente los cuatro elementos del lenguaje radiofónico, se abre un espacio definido para realizar un trabajo más efectivo que se traduce en cambios sustanciales en las comunidades agrícolas. Revisemos el contenido de cada uno de ellos.

a) La Palabra: sin lugar a dudas, es el elemento del que más se abusa en las producciones educativas dirigidas a campesinos. El hablar mucho por radio no da la garantía de que hubo entendimiento y mucho menos comunicación. El lenguaje oral, aunque es esencial, debe ser dosificado y estructurado de tal forma que la y el campesino lo comparta y lo internalice. en Comunicación y niñez (1992: p 14) se puntualiza su uso.

"No diga con palabras lo que pueda decir con otros recursos. También se debe escribir para hablar y no para leer."

El productor de radio necesita utilizar las palabras que manejan las y los agricultores. Es él quien debe adecuar su lenguaje al público rural; es él quien debe entrar en su cultura. Es importante hablar con palabras concretas. Es mejor decir *luvia* que *precipitación pluvial* o *tigre* en lugar de *felino*. Por esto es importante el lenguaje común, el familiar, el que se usa en las relaciones humanas propias del campo. Es necesario valorar el habla popular, tal y como habla la y el campesino. Relacionado con este aspecto López Vigil (1997: p 69) agrega: "¿Qué palabra es más culta? La más adecuada al contexto en la que la digo."

La vida del campo por estar en contacto con la naturaleza, es fuente inagotable de comparaciones, metáforas, imágenes. Se puede hablar de forma atrayente si se utilizan esos recursos que están en íntima resonancia con las mujeres y hombres campesinos. En radio no se habla por hablar; es necesario que sea algo importante, relevante para la y el agricultor, algo por lo que valga la pena invertir en la compra de un radio y después en la adquisición periódica de las pilas. Por esto el manejo de la palabra en radio se cultiva igual que la milpa en el terreno; lleva tiempo y esmero.

b) La Música: la música es un lenguaje en sí mismo. Es muy extenso y adopta la cultura del grupo humano que la elabora; por ello posee varias funciones dentro del lenguaje radiofónico. El productor de un programa de radio debe conocer cuáles son esas funciones para seleccionar la más adecuada al mundo rural. La música, según el documento Comunicación y Niñez (1992: p 18): "sirve para identificar un programa, para ambientar la escena que se está presentando, para situar al oyente en una región determinada, para recrear (descanso y esparcimiento) o bien de puntuación."

Los campesinos tienen gustos muy variados en cuanto a la música. Es el productor a través del contacto con las comunidades agrícolas a las que dirige el programa, quien debe investigar esos gustos e identificar si la música que utiliza cumple los objetivos deseados.

c) Efectos de sonido: como hemos mencionado con anterioridad, el campo está lleno de sonidos que emiten los fenómenos naturales, los animales y las plantas. Es imprescindible utilizarlos en una producción radiofónica. Además al incorporar sonidos de otros contextos, con su debida identificación y explicación, permiten que la y el campesino amplíen su mundo personal. Los efectos sonoros le dan forma a la realidad que se presenta en la radio. Tienen la ventaja, que en la mayoría de las veces, no necesitan explicación alguna, si se ha tomado en cuenta el ambiente en que vive el agricultor.

En Comunicación y Niñez (1992: p 21) se presentan algunas de sus funciones: "...ambientación o descripción, protagónico o expresivo, narrativo o complementario, ilustrativo y ornamental".

d) El Silencio: al hablar de silencio debemos aclarar que no es lo mismo que una laguna o bache. El silencio es intencional, la laguna o bache es por una falla en algún momento de la producción o transmisión del programa. Las pausas que el locutor hace, le ayudan a respirar, y ayudan al oyente a retomar la atención. El productor debe estar consciente del para qué está utilizando el silencio: si es para producir suspenso o expectación, si va a transmitir una emoción en particular (angustia, romance, asombro, etc.). Una producción para campesinos y campesinas debe incorporar los silencios de forma en que ellos lo utilizan en su vida cotidiana, para que tengan significado en la radio. Según López Vigil (1997: p 63) "...los distintos tipos de silencios vienen siendo como el sistema de puntuación en el lenguaje escrito... El silencio, en radio, no dice nada por sí mismo, refuerza otros decirs." Por ello el productor investigará en qué casos del habla campesina se utiliza el silencio para que dentro del programa, éste tenga sentido.

Uniendo estos cuatro elementos con la creatividad del productor de radio y respetando el contexto rural al cual se dirige, se puede empezar a mejorar un programa de radio dirigido a mujeres y hombres del campo.

3.3 LA Y EL CAMPESINO COMO PROTAGONISTA INSUSTITUIBLE EN UN PROGRAMA RADIOFONICO RURAL

Una de las principales labores de un programa de radio dirigido a las y los agricultores, es llegar a que ellos problematizen su realidad. Que se pregunten acerca de su situación concreta, que busquen alternativas por medio de la radio, y que éstas les ayuden a mejorar su nivel de vida tanto en salud, educación y vivienda, como en el desarrollo social y económico de sus zonas rurales en forma integral.

Todos estos aspectos deben ser trabajados en la radio, dentro de un marco de recreación donde dichos problemas y necesidades sean expresados con alegría y distracción. Esto para que se logre una mejor asimilación de los contenidos que van a transmitirse. Ante esta situación Gargurevich (1988: p 41) nos muestra un ejemplo:

"Un concurso de Ensayo Campesino los llevó también a la conclusión de que Tierra Fecunda (programa de radio) abría la posibilidad de permitir que los campesinos históricamente postergados y marginados expresaran sus problemas cotidianos con su propia voz."

Los campesinos y las campesinas son quienes deben expresarse en un programa de radio. El productor sólo facilita y promueve las condiciones para que esto se dé. Además debe existir un respeto profundo por la historia, la cultura y todo lo que esto implica. Cada pueblo por grande o pequeño que sea, tiene su propia forma de adaptarse al medio. Lo mismo hará el productor de radio. El no puede pasar por alto la percepción que la gente de campo tiene de su mundo interior y del mundo que le rodea, así como la suya propia. Prieto Castillo (1993: p 185) argumenta:

"La investigación sobre la vida cotidiana constituye un paso previo a toda acción cultural. Desde el punto de vista de la comunicación entra en juego aquí el concepto de marco de referencia. Entendemos por él las relaciones directas de la población, las concepciones, valorizaciones, estereotipos, expectativas y creencias que a diario comparten los distintos sectores de una comunidad."

Un programa de radio está inmerso en la cultura de un pueblo, y es capaz de sobresaltar los valores humanos universales y evaluar los antivales. Si el productor lo hace conjuntamente con la comunidad, estará logrando un crecimiento desde dentro. Cuando se valoran las formas lingüísticas regionales dentro de la radio ayuda a elevar la autoestima de las y los campesinos. Los giros y estilos propios de la aldea o el caserío. El idioma propio de la comunidad etc.

En el aspecto del idioma es necesario detenernos. En los últimos años, muchas instituciones ya le dan importancia a transmitir, por lo menos en pequeños espacios (en relación a la programación en castellano), programas en el idioma propio de la región. En los acuerdos de paz se insiste en el uso de los idiomas propios de nuestro país además del castellano.

En la literal H de los Derechos Culturales del Acuerdo sobre Identidad y Derechos de los Pueblos Indígenas (1997: p 51-52) se especifica la misión que tienen los medios de comunicación masiva en la difusión de las culturas indígenas, así como el acceso de comunidades e instituciones mayas y demás pueblos indígenas a dichos medios. Especial interés representa el inciso iii de la misma sección que manifiesta:

"(ii) Reglamentar y apoyar un sistema de programas informativos, científicos, artísticos y educativos de las culturas indígenas en sus idiomas, por medio de la radio, la televisión y los medios escritos nacionales".

Con 23 idiomas en un territorio de 108,000 km², es una tarea difícil pero a la vez prioritaria. Esto debemos tenerlo en cuenta si queremos integrarnos como nación y lograr un desarrollo más humano de las y los campesinos. Es necesario recordar que muchos de ellos hablan un idioma distinto al español. La radio, con producciones adaptadas a cada cultura, puede lograr, con buenos esfuerzos, estos objetivos.

Se debe tomar en cuenta que la comunicación que se entabla en la lengua materna hace más viables y comprensibles los mensajes que se transmiten por la radio. Gargurevich (1988: p 47) nos expone sus experiencias vividas en Perú en relación al tema:

"Sólo a través del uso de su propia lengua el habitante andino puede desarrollar plena expresión, la que se ve necesariamente mediatizada cuando se usa el castellano. Los programas bilingües son punto indispensable cuando las emisiones están destinadas a zonas andinas de fuerte concentración monolingüe o bilingüe."

En Guatemala, como en cualquier parte del mundo, el uso de la lengua materna es indispensable para una mejor comunicación. Por ello es necesario crear programas radiales destinados a las y los agricultores de una zona rural determinada, porque lo que sirve en oriente difícilmente ayude al occidente, norte o sur del país.

La forma que el equipo productor desarrolle su trabajo, tendrá que adecuarse a las percepciones que la comunidad tenga de su entorno. Se debe tomar en cuenta que se obtendrán mejores resultados si se propone una forma alternativa para comunicarse; una forma en la que la campesina y el campesino sean los protagonistas.

Esta propuesta alternativa incluirá aspectos que lleven al agricultor a prepararse para lo incierto, para la sorpresa. Por ello habrá que tomar los elementos de la vida cotidiana para poder ampliar el contexto de la gente de campo y profundizar acerca de su propia vida.

Prieto Castillo (1991: p 56-69) expone una serie de características que deben tomarse en cuenta para acercarse a la vida cotidiana de las personas y las comunidades a las que pertenecen. Estas características son: inmediatez, conocimiento práctico, inferencia analógica, experiencias decisivas, complejidad social e historia, rutinas y hábitos, orden y poder, espacio de la contradicción, egoísmo y relaciones solidarias.

Al realizar un análisis más profundo de la vida cotidiana de las comunidades agrícolas en las que el equipo productor se inserta podrá lograr esa preparación a lo incierto. Que la y el campesino sea consciente de la importancia que tiene la forma en que se goza la vida en las zonas rurales; que le dé significado a su trabajo cotidiano; que se exprese como es, sin censura de los medios; que disfrute de la convivencia en comunidad; y que todo esto lo lleve a apropiarse de la historia y la cultura tanto local, como universal. Ante éstas perspectivas Prieto Castillo (1993: p 30) también reflexiona:

"Lo alternativo representa siempre el intento de encontrar un sentido OTRO a relaciones y situaciones, a propuestas pedagógicas... Ya no se trata de distribuir 'sentidos' a diestra y siniestra (léase "objetivos terminales", "metas", y todo lo demás) y condicionar todo el proceso a esos sentidos impuestos al sujeto. Se trata de construir sentido en una relación en la que entran en juego la creatividad, la novedad, la incertidumbre, el entusiasmo y la entrega personal."

En esta gran tarea continua, de buscar opciones para elaborar programas de radio dirigidos a las y los agricultores, es necesario tener siempre presente la combinación equilibrada de los elementos que configuran toda producción radiofónica (palabra, música, efectos de sonido y silencios) recordando siempre que ese equilibrio será relativo y será condicionado por los factores que determinan la percepción de las campesinas y los campesinos de una zona rural en particular.

Es imprescindible que el equipo productor domine el uso de las distintas formas en que se puede presentar un programa. Dichas estructuras o formatos ayudan a mejorar la percepción de los contenidos si son utilizados oportunamente. Entre los formatos más utilizados están: charla narrada, charla dramatizada, radio-revista, dramatizaciones, vox-pop, etc. Estos formatos serán necesarios para que tomen vida los distintos géneros que pueden utilizarse. López Vigil (1997: p 126-128) clasifica los géneros desde tres perspectivas:

"el modo de producción de los mensajes (dramático, periodístico, musical), la intencionalidad del emisor (informativo, educativo, participativo, cultural, movilización social, etc.) y la segmentación de los destinatarios (infantil, femenino, campesino, sindical, etc.)"

Esta clasificación no es la única y no todo cabe en la misma. Sin embargo es una guía que el productor puede tomar en cuenta para apoyar la participación de la gente de campo en los programas.

Por estas razones el equipo encargado de producir programas para poblaciones rurales, debe capacitarse constantemente para tener opciones de elaborar mejores producciones. Ospina (1989: p 124) se refiere a esta situación:

"La capacitación tiene un eje común que involucra, no uno, sino varios métodos de trabajo, los cuales buscan un equilibrio entre la técnica y contenido, entre estética y géneros, entre lenguaje radiofónico, la audiencia y otros lenguajes. A medida que cada una de las etapas se integran al trabajo comunitario, es posible perfilar un marco teórico que capacite al comunicador popular, y a la vez, que logre los objetivos de comunicación."

Pero hay que observar que Ospina deja fuera al destinatario, que en nuestro caso es la y el campesino. A ellos también se aplica esta cita, si realmente queremos democratizar las acciones comunicacionales y lograr que éstas sean alternativas.

A esto cabe agregar la importancia que tienen los directivos que integran las instituciones de desarrollo rural. La mayoría de las veces -por no decir todas- subestiman a su equipo que produce los programas de radio. Dichos directivos piensan que este trabajo es sólo "cosa de ponerse ante el micrófono y hablar". Este pensamiento está bastante alejado de la realidad. Es por ello que dicha capacitación, además de ser dirigida a los productores y a las y los campesinos, es primordial que sea dirigida a quienes toman las grandes decisiones.

En Guatemala existen muchas producciones de radio con proyección hacia la gente de campo, que emanan de los Programas de Extensión de las instituciones. Al escucharlas, es fácil evidenciar que son precisamente producciones que **EXTIENDEN** conocimientos de la institución hacia los agricultores, para que éstos los reciban pasivamente. Al respecto Freire (1991: p 21) expresa:

"...el término extensión se encuentra en relación significativa con transmisión, entrega, donación, mesianismo, mecanicismo, invasión cultural, manipulación, etc. Y todos estos términos envuelven acciones, que transformando al hombre en una casi "cosa" lo niegan como un ser de transformación del mundo."

Es así, como se hace necesario que las instituciones de desarrollo rural entren en un diálogo real y democrático, donde ambas partes tengan tiempo suficiente para entenderse, para que no exista una imposición de criterios.

La y el agricultor tiene su propia experiencia, sus conocimientos, su cultura y su cosmovisión. Por ello es importante el diálogo de igual a igual. Gutiérrez (1978: p 77) apunta en relación a esta idea: "La primera dificultad con la que se tropiezan los investigadores sociales, los antropólogos, es el establecimiento de una buena relación, clara y de respeto, con la gente." Esta dificultad no sólo la experimentan los antropólogos, también los comunicadores, agrónomos, veterinarios y demás profesionales.

Si los profesionales están atentos a escuchar, sentirán las necesidades de las y los campesinos para transformar el contexto de las comunidades rurales, su necesidad de encontrar alternativas que incidan en un verdadero desarrollo de sus poblaciones. Un programa radial dirigido a ellos, acompañará estos objetivos desde su realidad y no desde la institución, la cual debe transformarse en facilitadora de los procesos.

Lo mejor será cuando los agricultores elaboren sus propios programas. Pero para llegar a esa meta es importante que ellos empiecen por sugerir cómo deben hacerlos los productores, porque es la gente de campo la destinataria y son ellos los que viven las situaciones que quieren comunicar. Kaplún (1978: p 120) amplía en este aspecto:

"Llega una momento en que los grupos ya no solo critican lo escuchado sino que están en condiciones de sugerir cómo debe continuar el programa. Se convierten así en co-creadores del programa."

En este proceso de integración entre las y los campesinos y las instituciones, la acción de comunicarse a través de la radio, implicará también que las poblaciones rurales trabajen de forma grupal o democrática. Porque es la única manera en que se da la Comunicación. Es a través de este complejo interactuar, que la comunicación está al servicio del trabajo, del aprendizaje, de la convivencia. Del bienestar de las poblaciones rurales depende el bienestar de las urbes, en fin del país completo, porque todos dependemos unos de otros, aunque nos cueste aceptarlo: los otros me hacen crecer y yo ayudo a que los demás crezcan.

Para finalizar este capítulo, las palabras de Prieto Castillo (1993: p 39) sintetizan el para qué esforzarnos tanto en una producción radiofónica que apoye el desarrollo integral de la mujer y del hombre del campo, como para que ellos mismos sean protagonistas de sus propios procesos de comunicación.

"Educar, entonces, para vivir con, porque estamos en el mundo para entreeayudarnos, no para entredestruimos... Resulta imposible el interaprendizaje si se parte de una descalificación de los otros. Es imposible aprender de alguien en quien no se cree."

CAPITULO IV

LA RADIO Y LOS PROGRAMAS DIRIGIDOS A LAS Y LOS CAMPESINOS

4.1 La Historia de la Radio en Petén.

Para entender el desarrollo de la radio en el departamento más grande de Guatemala y el más abandonado hasta hace muy pocos años, es necesario enmarcarlo dentro del nacimiento de la radio como tal y de los acontecimientos más relevantes que se dieron en torno a ésta, en el país y en Petén. A continuación se presentan tres cuadros que sintetizan los aspectos más sobresalientes relacionados con este tema.

AÑO	ANTECEDENTES DE LA RADIO	GUATEMALA	PETEN
1873	En Gran Bretaña, Maxwell completa su teoría sobre las ondas electromagnéticas que luego servirá como base para transmitir señales de radio y T.V. (Arévalo Y. 1992: p 5)	Asume la presidencia de la República el iniciador del Regimen Liberal, Justo Rufino Barrios. Introduce el telégrafo, expropia los bienes de la Iglesia y renueva la coerción laboral indígena. (González D 1987: p 115)	Se restablece el Municipio de San Benito, que es el más próximo a la cabecera departamental. (Soza 1970: p 159)
1887	En Alemania, Hertz demostró la existencia de las ondas electromagnéticas capaces de transmitir energía sin necesidad de cables. (López V. 1997:15)	El gobierno de Manuel Lizandro Barillas queda financieramente bajo el control de alemanes que tenían a su favor la deuda pública interna. (González D. 1987: p 115)	*

* No se registra ningún dato histórico en la bibliografía consultada.

AÑO	ANTECEDENTES DE LA RADIO EN AMERICA.	GUATEMALA	PETEN
1906	El canadiense Reginald Fesseden realizó la primera transmisión de sonido. (López V. 1997: p 16)	El movimiento de una nueva fracción liberal, apoyado por El Salvador y Nicaragua, toma las armas contra Estrada Cabrera, sin lograr éxito. (González D. 1987: p 115)	*
1920	El argentino Enrique Susini y sus amigos fueron los primeros latinoamericanos en usar un transmisor de sonido de 5 vatios. Aparece la primera emisora con servicio regular: la KDKA de Pitsburg, USA. (López V. 1997: p 17)	Artesanos y obreros bajo la dirección de conservadores y comerciantes, logran la renuncia de Estrada Cabrera en un combate de varios días. Toma la presidencia el finquero Carlos Herrera. (González D. 1987: p 116)	El licenciado y coronel Clodoveo Berges Penados, amigo y ex-condiscípulo de Estrada Cabrera, se retira para vivir en la Capital, después de 22 años de estar en el cargo de Jefe Político y Comandante de Armas Departamental. (Soza 1970: p 277)

* No se registra ningún dato histórico en la bibliografía consultada.

AÑO	LA RADIO EN GUATEMALA	GUATEMALA	PETEN
1930	El 16 de septiembre nace la radiofonía regular en Guatemala bajo la administración del Estado. La radio toma el nombre de TGW "La voz de Guatemala". (Grajeda 1990: p 7)	El General Lázaro Chacón deja la presidencia a causa de problemas graves de salud. (Cardoza y Aragón 1993: p 362)	Lleva un año funcionando el Radioteletipo de onda corta instalado en la administración del Jefe Político Departamental Ydigoras Fuentes (Soza 1970: p 153) El 18 de marzo se establece en Flores, una oficina de fardos postales.
1937	Surge la primera Radio Departamental dirigida por el Estado: Radio TGQ, "La Voz de Quetzaltenango". (Grajeda 1990: p 8)	El congreso otorga doscientos mil quetzales a Jorge Ubico por sus servicios a la patria, más una pensión vitalicia a partir de ese año. La Escuela Politécnica pasa a ser controlada por oficiales estado-unidenses. (González D. 1987: p 118)	Se funda la Revista "Petén Itzá", publicación anual para los días de la Feria Departamental. Dicha Feria comienza a celebrarse en enero del mismo año. (Morales Cetina 1996: p 16-17)
1956	La radio guatemalteca está en su apogeo. La programación estaba dominada por cuatro géneros: música, información y comedia. (Arévalo Y. 1992: p 21)	Se promulga el Estatuto Agrario que sustituye al Decreto 900. (Violencia y Contraviolencia 1980: p 64)	Se funda y sale al aire la Radiodifusora Tikal en el departamento de Petén (Soza 1970: 336). Se inicia la construcción de la carretera Flores-Poptún-Modesto Méndez. (Soza 1970: p 336)

En 1870 llevaba un siglo de haberse iniciado la Revolución Industrial en Europa. Las teorías y experimentos del electromagnetismo creaban muchas expectativas. Mientras tanto en Guatemala, aún se vivía un sistema feudal.

Con la Revolución de Miguel García Granados y Justo Rufino Barrios en 1871, se inicia el Liberalismo que benefició a una parte de la sociedad guatemalteca, dejando marginados y reprimidos a las y los campesinos y en especial a las y los indígenas. A la vez, en Petén, se perdían grandes extensiones de territorio (1882), que pasaron a manos mexicanas. Este departamento estaba aislado del resto del país y tenía más comunicación con Belice y México.

A inicios de este siglo, la dictadura de Manuel Estrada Cabrera limitaba el desarrollo del país y le daba puerta libre a la United Fruit Co. En el norte de nuestro continente, se experimentaba con las transmisiones radiales. En Petén ya se explotaban las maderas preciosas y el chiclé que tenían un fuerte mercado en Belice, México, Estados Unidos y otros países. Las calles de los pueblos del departamento se alumbraban con faroles de petróleo, ante la imposibilidad de tener una planta eléctrica.

En el régimen de Jorge Ubico, la radio guatemalteca comienza a expandirse gracias a las inversiones de personas con suficientes recursos económicos. En Petén, las vías de comunicación terrestre eran prácticamente inexistentes. Sólo había veredas para transitar a caballo o a pie. Aún en la Década Revolucionaria (1944-1954) no hubo un desarrollo visible en este departamento en relación al resto del país. Aunque la explotación de sus recursos se mantenía en ascenso.

Es hasta el año de 1956, durante el Gobierno de Castillo Armas, cuando se toma la firme decisión de construir la carretera desde la cabecera departamental hasta la zona limítrofe con Izabal. Esto con la finalidad de incorporar de una vez por todas a Petén con el resto de la república. Para ello, se hizo necesario recaudar fondos para llevar a cabo este gran proyecto. Es así como nace Radio Tikal. Soza (1970: p 336) lo relata:

"...se funda como medio novedoso de divulgación la Radiodifusora Tikal, a fin de levantar el patriotismo de los vecinos para contribuir a tan importante obra en la medida de sus posibilidades, lo que se hizo por medio de una radiodifusora de las autorizadas a la firma comercial maderera 'J. Rafael Gutiérrez Guzmán, S.A.' para sus particulares comunicaciones, la que fuera ofrecida al comité por sus propietarios."

Este comité formado por profesores, vecinos y militares del departamento, se hicieron cargo de la Radio, la cual salió al aire el 23 de abril de 1956 en onda corta. Radio Tikal transmitía tres días a la semana durante una hora en cada emisión (de 20:00 a 21:00).

Dos años y cinco meses después, el comité adquiere equipo nuevo y propio. Inician así la transmisión formal de Radio Tikal en Ciudad Flores. Entre los primeros locutores que tuvo la radio están los profesores Enrique Cetina Ozaeta y Asunción Morales Cetina, quienes viven en dicha Ciudad al momento de realizar esta investigación.

Según Francisco Marín Constanza, locutor oficial de Radio Tikal, ésta pasa a ser administrada por el Estado en el año de 1973. Sus programas se centraron en aspectos de carácter cultural, informativo e infantil. Además, transmitían mensajes de las instituciones estatales, así como servicios de índole social. Su programación habitual incluía música variada, marimba, música instrumental, popular y guatemalteca.

Con los problemas gubernamentales de la década de los ochentas e inicio de los noventas, Radio Nacional Tikal (TGFP) deja de funcionar a causa de un desperfecto en su transmisor. Por falta de presupuesto estatal, hasta 1996, no había sido reparado. A pesar de estar fuera del aire, prestó el servicio de "Estudio de Grabación", ya que el resto del equipo se encuentra en aceptables condiciones. Cuenta con más de 900 discos de larga duración y más de mil discos de 45 revoluciones (Entrevista con Francisco Marín Constanza, Locutor Oficial de Radio Tikal. 4-5-94).

Ya en 1997, con el apoyo del Gobernador Departamental y Presidente del Consejo de Desarrollo, Señor Efraín Oliva, se logra reparar el transmisor y comienzan a emitir la señal de prueba, ahora con una nueva antena. Se espera que aprueben el presupuesto para que en 1998 sea reinaugurada. Aunque la señal de la Radio ya se escucha en 860 AM y 107.5 FM, la cual ha sido reportada desde Sayaxché, San Luis, Dolores, y otros municipios del departamento de Petén. (Entrevista con Estela Marina Marroquin Zepeda. 3-12-97)

La segunda radio en lanzar su señal en el departamento fue "Radio Petén" en enero de 1968. Se inició con un tiempo de transmisión de dos horas (14:00 a 16:00). En ese horario tenían cuatro secciones: música popular, marimba, música en inglés y un programa infantil. En julio del mismo año, ampliaron la programación de 12:00 a 18:00 horas. Y un año más tarde, en 1969, desde las 5:00 a las 18:30 horas (que es con la que cuentan hasta 1998). Posee medio kilovatio de potencia y su programación es variada. Incluye programas educativos, musicales, religiosos, culturales y noticiosos.

Radio Petén es dirigida por la Familia Colmenares González y con su trabajo en dicho medio, pretenden abrir espacios para dar a conocer la cultura de Guatemala en general y de Petén en particular. Se preocupan porque más personas desarrollen sus capacidades en el campo de la comunicación social. Los medios más utilizados por esta radio para mantener la retroalimentación son, las cartas que mandan los oyentes y las llamadas telefónicas.

También existen otras radios locales como "Estero Elena" y "FM Maya". Esta última con una programación de música juvenil. El perímetro de acción de estas radios corresponde a las ciudades de Flores, Santa Elena, San Benito y lugares aledaños a la zona central. También transmite Radio Tayazal, que es una radio dirigida por los militares y Radio Ceiba.

En el municipio de Melchor de Mencos está "Radio Mopán" que pertenece a la Municipalidad pero la tiene arrendada la Familia Colmenares. (Entrevista con Evelyn Colmenares 4-12-97).

En el municipio de Poptún funcionaba una radio local "107". En la actualidad transmite la "Radio U'an Kaj", con una programación en kekchí y en español, la cual está a cargo de la Parroquia del municipio y pertenece a la red de emisoras Educativo-Culturales.

En el municipio de Sayaxché inició su transmisión el uno de mayo de 1997, "Radio Sayaxché", con un horario de 6:00 a 21:00. Emiten música gruper y marimba. En el horario de 18:00 a 20:00 pasan los programas de "El Maestro en Casa" del Instituto Guatemalteco de Educación Radiofónica, IGER. También transmiten otros programas educativos como Escuela para todos, Educación en Familia y Comunica. Este último es una radio-revista agrícola producida en Costa Rica por el IICA (Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura).

A grandes pinceladas hemos recorrido la evolución de la radio en el departamento de Petén, la cual como podemos observar, son pocas las emisoras que se desempeñan aquí, por lo que resulta ser un campo promisorio para desarrollar una política comunicacional que influya en el desarrollo de los habitantes de dicho departamento.

4.2 LA RADIO EDUCATIVA EN PETEN.

Ante las limitaciones que presenta el sistema escolar en nuestro país, muchas personas han buscado alternativas para cubrir y superar las deficiencias educativas de la población. Ante los altos índices de analfabetismo, la radio se ha presentado como una de las mejores opciones.

Pero hablar de radio educativa, no es un acto mecanicista de trasladar la escuela a este medio. Es enmarcarla y adaptarla a un destinatario determinado y concreto, que espera respuestas viables a sus problemas.

Así, configurar una radio educativa implica un acto también político, más aún si la dirigimos a campesinas y campesinos que son los menos tomados en cuenta por la educación formal o sistemática. Por ello debemos hablar además de una comunicación popular, de una educación popular, es decir, una educación que esté al servicio de las mayorías marginadas.

Azmitia O., Gudrón P. y Recancoj M. (1995: p 38) nos presentan algunas consideraciones de lo que es la Educación Popular:

"La educación popular se da dentro de una perspectiva política y con sentido de clase, desde el pueblo empobrecido, nace del pueblo, es para el pueblo. La participación popular debe darse en todos los momentos del proceso en orden a lograr construir una sociedad nueva."

Como se observa, es necesario que el comunicador, en su función de educador, tome una postura. No puede ser neutral, no puede callar, porque en su silencio está también su postura política.

En este trabajo de tesis se ha optado por la gente de campo. Por lo que, todos los esfuerzos están encaminados a desarrollar una radio educativa de carácter popular y alternativo. Se necesita entonces, preguntarse: ¿Cómo debe ser concebida una radio de esta índole? ¿Qué pretendemos? ¿Hacia dónde vamos?

Lo indispensable es partir de objetivos claros y precisos. Por lo tanto se hace imprescindible una planificación. En relación con estos aspectos, Peppino (1991: p 75) nos define la Radiodifusión Educativa así:

"Los programas que pertenecen propiamente a la radiodifusión educativa... tienen como objetivo inicial proporcionar educación, previa determinación de un núcleo específicamente escogido de conocimientos teóricos o prácticos, para ser transmitidos sistemáticamente según un plan previamente delimitado."

A esta caracterización es necesario agregar que al escoger los conocimientos y delimitar los planes, deben hacerse juntamente con las y los campesinos, quienes son el centro de nuestra acción. De lo contrario estaríamos anulando una propuesta alternativa como tal.

La programación radial guatemalteca lleva una tendencia comercial y por lo tanto vende lo que produce ganancias. Esta situación deja poco margen a realizar una comunicación popular y alternativa. Gálvez (1995: p 17) lo confirma:

"...prácticamente la totalidad de radiodifusoras son comerciales, transmiten en el idioma oficial y su programación básicamente comprende anuncios publicitarios, propagandísticos, noticiosos y programas musicales."

Por esta razón es difícil hablar de radio educativa, como tal en Guatemala; ya que además de la poca existencia de programas educativos en castellano para la población rural, se da el fenómeno de la casi nula presencia de programas en idiomas mayas, garífuna y xinca, que sean dirigidos a dichas poblaciones. Aunque no podemos negar los esfuerzos que hacen algunos sectores del país. Un ejemplo se tiene en las "Emisoras Educativo-Culturales" que están a cargo de las distintas diócesis. Estas emisoras trabajan gracias a la ayuda europea. La profesora Ana María Sandoval (Tesorera de la Fundación Tikal) nos expresó que "las labores de la Emisoras Educativo-Culturales se enmarcan en la realidad nacional, con sus elementos de analfabetismo, extrema pobreza, pluriculturalidad y multilingüismo". (diciembre de 1997)

Además, se encuentran instituciones como IGER (Instituto Guatemalteco de Educación Radiofónica) que transmiten programas de radio en los cuales la población adulta y principalmente del área rural, pueden continuar sus estudios hasta el tercero básico de la educación formal.

Algunas emisoras transmiten programas educativos pregrabados, muchos de ellos extranjeros, los cuales generalmente toman muy poco en cuenta el contexto y al destinatario rural guatemalteco.

Algunos consideran que todo lo que se pasa en radio es educativo, por lo que se podría argumentar que todo acto humano es educativo, en un sentido amplio. Sin embargo, para una institución o persona que tiene la intención de colaborar con la gente de campo, debe tomar en cuenta que, son las comunidades agrícolas quienes deben sistematizar gradualmente una educación basada en su realidad y en sus aspiraciones de cambio.

En el caso particular de Petén, es poca la cobertura que se da a los programas educativos. En radio Petén, por ejemplo, se transmiten programas grabados como "El Tío Juan", donde se reflexionan temas sociales que se dan en las ciudades. "El Padre Vicente", donde un padre de barrio se involucra en los problemas del vecindario y se espera la reflexión de los oyentes. "Escuela para todos" donde un locutor contesta las preguntas que escriben las personas -principalmente de campo- en relación a una variedad de temas, así como otras series a fines.

Al considerar el tiempo promedio que se le da a los programas educativos en Radio Petén, se puede definir en un 6% de la programación semanal de dicha radio. Esto basado en el total de programación que son 101.5 horas/semana y de ellas, el 6% corresponde a 6.12 horas/semana de programas educativos. A ellos se excluyen los que tenían una tendencia agrícola-ganadero-forestal que eran de Centro Maya y CARE, los cuales se transmitían una vez por semana durante una hora aproximadamente. Otras radios (a excepción de Radio Sayaxché) tienen aún menos espacios educativos en esta línea. (Estos datos lo estableció la investigadora al escuchar la programación de Radio Petén y hacer el análisis correspondiente. Ver cuadro # 4)

También hay programas que se dedican a transmitir la cultura de los peteneros nativos y ven con desconfianza el valor de las expresiones de los "fueranos", por considerarlos como los que han llevado algunas "malas" costumbres a estas tierras, aunque dichos fueranos son la población mayoritaria (gráfica 1).

Como se observa, la radio educativa dirigida a las poblaciones rurales es un desafío en nuestra sociedad. Es necesario buscar los medios que nos lleven a crear programas efectivos y atractivos para lograr un auténtico desarrollo integral de nuestros pueblos.

4.3 PROGRAMAS AGRICOLA-FORESTALES

El final de la década de los noventa se está caracterizando por una preocupación a nivel mundial de los problemas de contaminación y deterioro creciente e imparable del ambiente. Muchos países tienen la vista puesta en la única selva tropical del hemisferio norte en América: Petén y Belice.

Por la depredación acelerada que ésta sufre, se delimitó la Zona de la Biosfera Maya, que abarca, casi un tercio del territorio de Petén en el límite norte de nuestro país, y oeste con México y al este con Belice. Así, la Biosfera Maya es considerada patrimonio mundial. Por esta razón se encuentran más de cuarenta ONG's que trabajan en promover la conservación y regeneración de dicha zona. Pero de esas organizaciones sólo tres han contado con programas de radio y otra, Programa de Protección de la Selva/ Consejo Nacional de Áreas Protegidas (Proselva/Conap) que está planificando la transmisión de uno para el año de 1998.

Los primeros tres trataban problemas ambientales relacionados con la agricultura, la ganadería y la forestería. Estas instituciones fueron: UICN (Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza), CARE (Comisión Americana de Remesas al Exterior) y el Proyecto Centro Maya (Proyecto para el desarrollo sostenible de Petén).

La UICN transmitió su programa llamado "Avance" a través de Radio Tikal, Radio Petén y Radio Mopán. Avance duró siete meses en el aire, de marzo a octubre de 1991. Se difundía cuatro veces por semana a un costo de Q 950.00 por emisión. Este programa era dirigido y producido por el Licenciado en Comunicación, Vinicio Morales. El mantuvo contacto con las comunidades rurales donde trabajaba la institución. Con sus pobladores llevó a cabo trabajos participativos en producción radiofónica. En base a estos trabajos estructuró los guiones de radio, logrando así su objetivo: "Enlazar a la Institución con las comunidades donde UICN trabajaba en ese entonces".

El programa Avance tenía dos modalidades, uno de 30 minutos con el formato de radio-revista y microprogramas variados de cinco minutos (Entrevista al Licenciado Vinicio Morales 15-5-94).

Otra institución que mantuvo un programa dirigido a los agricultores fue CARE. El programa se llamaba "Platicando y Comentando". Este se inició en diciembre de 1992 y finalizó en octubre de 1997. La razón del cierre del programa dada por Teresa Arenales, fue que ésta ya había cumplido con las metas trazadas en el proyecto. Dichas metas se enfocaron básicamente a la transmisión de los objetivos y los logros del Proyecto.

"Platicando y Comentando" tuvo una duración inicial de treinta minutos, la cual se amplió a 45 minutos, en marzo de 1993. Se transmitía los lunes a las 14:00. Su objetivo básico era: "Dar a conocer a los agricultores, el trabajo que realiza CARE en las comunidades de Petén en el aspecto agro-forestal".

Este programa era una radio-revista que contenía varios segmentos como: "Hechos y no Palabras", donde se informaba de los avances de CARE en los trabajos de las comunidades. También se incluyeron canciones creadas y musicalizadas por el señor Faustino Blanco, guardián de la

institución, quien compuso cuatro canciones: Frijol Abono, Mi Cuando Tikal, Cercos Vivos y Los Fuegos. También se incluyeron entrevistas y comentarios realizados con personas de las comunidades.

En la entrevista del once de mayo de 1994 con el Ingeniero Agrónomo, Sergio Leonel Vaquiar Castillo, coordinador del programa "Platicando y Comentando", informó que la conducción del mismo, estaba a cargo de dos locutores y, aunque su experiencia en producción radiofónica la han logrado de manera autodidacta y con apoyo de CARE, han producido un programa cercano a sus destinatarios. Dichos conductores usaban un lenguaje coloquial y se llamaban el uno al otro "compadre".

Al escuchar algunos de sus programas, se observaba la necesidad de mejorar ciertos aspectos técnicos, que se pudieron haber adquirido con asesoría en el campo radiofónico. Además de este programa semanal, producían cuñas donde a través de dramas, daban a conocer otros asuntos siempre relacionados con la institución.

4.4 EL PROGRAMA DE RADIO "PLATICANDO CON EL AGRICULTOR" DEL PROYECTO CENTRO MAYA.

4.4.1 SU HISTORIA:

La radio educativa poco a poco va teniendo una presencia sistemática en Petén. Sin embargo, un programa de radio con función agropecuaria lo ha intentado desde hace más de diez años. Este programa ha sido "Platicando con el Agricultor", el cual se inició en el año de 1982 en la Radio Nacional Tikal a cargo de los señores Gonzalo Andrés Ochaeta Requena y José Antonio Pineda. En esta etapa dicho programa se dedicó a divulgar información de carácter agroquímico hasta el año de 1985.

A finales de 1987 "Platicando con el Agricultor" se reinició con los programas de "Erradicación del Gusano Barrenador" de DIGESEPE, "La Abeja Africanizada de Sanidad Animal". Esto con el patrocinio de PROCASNEA, MOSCAMED y TAPSA (Línea aérea). Esta etapa finalizó en el año de 1990 en Radio Petén, ya que finalizó dicho proyecto.

Desde el 11 de septiembre de 1993 hasta el 21 de diciembre de 1995, el programa "PLATICANDO CON EL AGRICULTOR" tuvo cabida en Centro Maya para la transmisión de contenidos agroforestales y ganaderos, enfocado desde la perspectiva de la sostenibilidad y el equilibrio ecológico. (Entrevista con el perito agrónomo José Antonio Pineda, fundador del programa Platicando con El Agricultor, 8-5-1994 y 5-3-1998).

La tesista que elaboró esta investigación, se incorporó al Programa de Extensión y específicamente al Equipo que trabajó con dicho programa radial, el uno de abril de 1994. Inició una etapa de conocimiento general del Proyecto Centro Maya, para luego centrarse en el análisis de los programas que se transmitían, así como los existentes en el archivo. El trabajo de campo de la tesista finalizó en 31 de marzo de 1995.

Aunque el proyecto sigue funcionando, el programa de radio ya no, por falta de presupuesto. Además se argumentó que por reestructuración de las zonas donde trabajaría Centro Maya a partir de 1996, no era necesario. Esto a causa de que Radio Petén no tiene un alcance hasta el Río Usumacinta, lugar prioritario del proyecto.

Como se observa el programa "Platicando con el Agricultor" ha tenido una existencia muy particular, dadas las circunstancias que vive la radio en este departamento y las estrategias de trabajo de las instituciones. Ahora surge la pregunta ¿Cuándo volverá al aire y con qué institución?

4.4.2 SUS OBJETIVOS

La ONG Centro Maya con el Programa de Radio buscaba:

1. Dar a conocer los resultados promisorios del proyecto, a través de la radio y de otros medios escritos, dirigido hacia los técnicos del SPADA (Sector Público Agropecuario y de Alimentación), ONG's y pobladores de Petén.
2. Fortalecer las actividades educativas de Extensión, impartiendo recomendaciones técnicas que contribuyan a la productividad del área.

Estos objetivos se parcializaron y hasta se contradijeron en relación a la filosofía primaria de la institución. La razón de dicho argumento es porque el Programa de Extensión también tiene una directriz que rige su forma de trabajo:

PROMOVER Y FACILITAR LA ORGANIZACION QUE CONDUZCA A LA FAMILIA CAMPESINA A LA AUTOGESTION A TRAVES DE UNA METODOLOGIA Y TECNICAS DE TRABAJO EMINENTEMENTE PARTICIPATIVAS DONDE TODO TIENE QUE SER CONSULTADO Y APROBADO POR CONSENSO DE LAS COMUNIDADES RURALES.

Es fácil observar que los objetivos del programa de radio apenas tomaban en cuenta los criterios o experiencias vividos por las poblaciones rurales de Petén y constituían una visión autoritaria. Prácticamente el programa se convirtió en un vocero de la institución, al querer dar a conocer lo que ella hace. Constituye así una contradicción en relación a la finalidad de la institución, planteada anteriormente, donde las poblaciones rurales son su razón de ser y quienes teóricamente establecen los lineamientos a seguir para el desempeño de Centro Maya y por lo tanto de los contenidos y formas que debería haber adoptado el programa "Platicando con el Agricultor".

4.3.3 DESCRIPCION

El programa Platicando con el Agricultor se difundía por Radio Petén los días sábados a las 13:30 horas con una duración de 45 minutos. Fue dirigido por más de un año, por el Profesor y Técnico Agropecuario, Ramón Zetina.

Se utilizó el formato de Radio-revista que incluyó entrevistas con agrónomos y campesinos; los cuales explicaban sus experiencias en torno a temas agrícolas y de cómo se podían mejorar los terrenos de cultivo; hubo lectura de recomendaciones en el cultivo de abonos verdes, mejoramiento y diversificación de cultivos; aprovechamiento racional de los bosques y otros temas a fines.

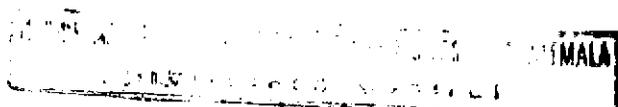
También se trabajó con la caracterización de Don Frijol Abono; éste platicaba con el conductor del programa y contaba la historia, el modo de siembra y de cosecha, así como los beneficios de este abono verde. Se presentaron dramas que escenificaban situaciones relacionadas con temas agroforestales; cuñas de identificación del programa y música popular (ranchera, norteña, marimba, etc.)

La región petenera se caracteriza también por la presencia de campesinos indígenas, en especial los que hablan el idioma kekchí, que después del castellano, es el que más se habla en el departamento; en Sayaxché, Poptún y San Luis hasta en un 90%. Sin embargo este programa carecía de una sección en dicho idioma. Y es preciso recordar que un mensaje se asimila mejor en el idioma materno.

En relación con el equipo que poseía la institución para realizar los programas de radio, podemos mencionar los siguientes: dos grabadoras tipo reportero con micrófono incorporado y cassettes. Radio Petén proporciona los discos y a veces equipo para pregrabaciones.

Por falta de presupuesto, aunado al desconocimiento de todo el proceso que implica la elaboración de una producción radiofónica, la institución no tomó en cuenta la adquisición de aparatos tales como: un doble deck, micrófonos para las grabadoras, una grabadora reproductora y más equipo que facilitara la elaboración de los programas radiales.

A pesar de estas limitantes, los integrantes del Programa de Extensión que tenía a su cargo el programa Platicando con el Agricultor, ponían todo su esfuerzo para sacar sábado tras sábado una emisión que cumpliera con los objetivos del mismo.



CAPITULO V

EVALUACION DE PROGRAMAS DE RADIO CON PROYECCION AGRICOLA-FORESTAL

Al hablar de evaluación se hace referencia a un proceso complejo que prácticamente se debe llevar a cabo en todas las actividades humanas para que exista un perfeccionamiento continuo de las mismas. En este capítulo se expondrá primero la evaluación, aunque el proceso ideal es realizar primero la validación. Esto a causa de las necesidades de la institución en la que se llevó a cabo el trabajo de campo, -Centro Maya-, ya que se requería medir la forma en la cual el Programa de Radio, "Platicando con el Agricultor", estaba llegando a las comunidades en el primer año de transmisión con dicha institución.

Así pues se comenzará por realizar un acercamiento a la definición de evaluación. Para poder dar argumentos en relación a dicho término se utilizará la Enciclopedia Salvat, la cual define de esta manera el término evaluar (1984:1340): "tr. Señalar el valor de una cosa. Estimar, apreciar, calcular el valor de una cosa." Este término aplicado a la evaluación del programa de radio abre el camino para buscar la forma y los medios adecuados para que las y los agricultores desde su subjetividad logren aportar datos relevantes en relación a la manera en que perciben y valoran el programa "Platicando con el Agricultor".

5.1 EVALUACION COMO PROCESO DE RETROALIMENTACION

Al ser la evaluación uno de los pilares de esta investigación, se debe preguntar: ¿Para qué se evalúa?

Es necesario clarificar que una evaluación dentro del marco popular y alternativo no puede llevarse a cabo para reafirmar o justificar que la institución está trabajando bien, tal y como lo viene haciendo. Ya sea que lo haga como simple requisito o como una imposición de los directivos para recibir más fondos. Cuando esto sucede, las encuestas, cuestionarios y demás instrumentos de evaluación tienden a estar encaminados a buscar las respuestas que se esperan. Prácticamente se hace la evaluación desde la oficina sin tomar en cuenta a los más interesados, que en nuestro caso son las mujeres y los hombres del campo.

La evaluación (en este caso de programas radiales dirigidos a las y los campesinos) sirve como un proceso de retroalimentación para el equipo productor y para la institución en general. Los datos obtenidos de las evaluaciones proporcionan elementos comparativos muy valiosos que sirven de fundamento para mantener los mismos lineamientos, mejorarlos en algunos aspectos o cambiarlos totalmente. Todo ello con la finalidad de beneficiar a las comunidades agrícolas quienes son el eje del quehacer institucional.

Las y los campesinos se sienten así, tomados en cuenta en relación a las decisiones que redundan en su propio beneficio; de la misma manera, la institución concretiza efectivamente sus objetivos trazados. Por estas razones los evaluadores son los mismos agricultores ya que son y deben ser ellos la razón de ser de esta clase de programas de radio. Para ampliarlo en este proceso, Prieto Castillo (1981: p 81) nos comenta:

"Hay que evaluar desde el mismo perceptor y no sólo por lo que es sino, fundamentalmente por lo que potencialmente puede ser. Y para esto es preciso que el programador se reconozca igual a aquellos a quienes enviará el mensaje. Es preciso confrontar permanentemente el contenido de una campaña con quienes la van a recibir, no mediante encuestas y sistemas cercanos a la mercadotecnia, sino en el diálogo concreto con los perceptores. Son éstos, y no el emisor, quienes pueden evaluar la calidad de los mensajes."

Por tanto, es necesario el diálogo entre iguales para lograr una evaluación efectiva; no basta con anotar respuestas, es necesario compartir las ideas, los sentimientos y las convicciones entre personas que se tienen aprecio y que trabajan en un fin común: el desarrollo rural.

5.2 RECOPIACION Y ANALISIS DE DATOS DE LA EVALUACION DEL PROGRAMA DE RADIO "PLATICANDO CON EL AGRICULTOR" DEL PROYECTO CENTRO MAYA (PETEN)

Esta evaluación se llevó a cabo en cinco comunidades de cinco diferentes municipios del departamento de Petén:

COMUNIDAD	MUNICIPIO	DISTANCIA DE LA CABECERA DEPARTAMENTAL
Ixhuacut	San Andrés	13 km
La Cobanerita	San Benito	10 km
San Francisco	San Francisco	17 km
Nuevo San José	San José	14 km
La Amistad	Dolores	70 km

Estas comunidades representan el 12.82% de las que tenía a su cargo Centro Maya en el tiempo en que se hizo el trabajo de campo.

La razón de tomar las comunidades en distintos municipios, fue para reunir distintas apreciaciones en relación a las diferencias étnicas, culturales, geográficas, socioeconómicas, lingüísticas y otras, que pudieran aportar datos significativos a esta investigación.

Para llevar a cabo la evaluación, se entrevistaron a siete agricultores de cada comunidad que sumaron un total de 35. Así mismo se realizó un taller por comunidad, en el cual se escuchó un programa grabado. Fueron cinco programas diferentes, los cuales se escogieron al azar del archivo que posee la institución. Los cinco talleres se realizaron con un promedio de 12 personas cada uno en los cuales se formaron dos grupos para llenar dos boletas con datos distintos. Además, la responsable de la investigación hizo su propia evaluación.

Se sacaron los porcentajes correspondientes para cada uno de los tres grupos y luego se promediaron para proporcionar los resultados que se analizan en este capítulo y que inciden en la propuesta de los lineamientos para realizar el programa piloto que se validó posteriormente.

Para realizar el análisis se comenzará con las generalidades para luego analizar el formato, la comprensión y la claridad, la identificación cultural, la narrativa y la belleza.

5.2.1. ASPECTOS GENERALES

Es necesario hacer ver que el proceso de realizar la evaluación en las comunidades requirió del apoyo de los representantes agrícolas que apoyaban al proyecto Centro Maya. En general sus opiniones fueron más positivas que negativas porque, ante la carencia de programas dirigidos a campesinos, ven con agradecimiento que una institución se preocupe por elaborar uno, aunque no sea tal y como ellos lo quisieran. Esto fue notorio en sus comentarios y muchas de las veces en sus expresiones faciales.

Se pudo sentir la hospitalidad de las familias al momento de realizar las entrevistas individuales, pues casi todas se llevaron a cabo en el interior de sus viviendas. Además, se observó un deseo de compartir con la investigadora sus experiencias en relación a los temas de la boleta.

Un dato que merece atención es el siguiente: Las entrevistas individuales se dirigieron a los varones, pues el público meta del programa era con los agricultores que asesoraba el proyecto. Sin embargo, cuando estaban presentes las mujeres, ellas siempre participaban, ya que muchas veces, oían más programas que los varones, pues se encuentran más tiempo en la casa y con el acceso a la radio dentro de la misma.

A continuación se analizan otros datos de interés

TECNICAS AGRICOLAS

En general se detectó que el agricultor petenero promedio carece de recursos económicos suficientes para tener herramientas de trabajo sofisticadas. Las que más utilizan son la colima, la lima y el chuso o cubo. Le siguen el hacha y otros tipos de machetes.

La forma de escoger la semilla de maíz para sembrar el 75% lo hace directo de las mazorcas de su troja, y un 20% lo hace desde la planta. El 57% utilizan más el mes de marzo para iniciar la preparación de la tierra para el cultivo del maíz. Le siguen el mes de febrero con el 20% y abril con el 13%. El 82% no utiliza ningún tipo de abono y el 18% comenzó la siembra del frijol abono hasta el año 94.

EDAD

De los entrevistados, la edad promedio es de 42 años y medio. La edad menor es de 22 años y la mayor es de 76. Las edades son muy dispersas por lo que representa una variable importante en la definición de los formatos a utilizarse en los programas, ya que en cada edad, los gustos difieren, así como las necesidades.

SEXO

El 80% de los entrevistados son hombres y el 20% mujeres. La razón, como se mencionó anteriormente se refiere a que el Proyecto se centró en la labor que llevan a cabo los varones en las comunidades en relación a la agricultura y el manejo forestal. Pero se debe hacer notar que existen lugares donde la mujer se está dedicando al cultivo de hortalizas.

PROCEDENCIA

La procedencia de los agricultores presenta una alta diversidad. Los porcentajes mayoritarios son: Petén, Jutiapa y Zacapa con el 14% cada uno. En segundo lugar Alta Verapaz y Chiquimula con el 11% cada uno. En tercer lugar Escuintla con el 9%. El Progreso y Suchitepéquez con el 6% cada uno. Y los departamentos de Guatemala, Izabal, Jalapa, Quiché, Santa Rosa y Baja Verapaz que juntos suman el 15%. (Ver gráfica # 1)

Esta es otra variable que debe hacer pensar al productor de radio que tiene un público heterogéneo aunque todos se dediquen a las mismas faenas y que por lo tanto debe prestar mucha atención a la historia de cada pueblo y por qué no, a la de cada individuo en lo posible.

TENENCIA DE LA TIERRA

El 60% de los participantes en esta evaluación tiene su tierra de cultivo en calidad de arrendamiento municipal. El 27% tiene título de propiedad y el 13% restante prestan, es agarrada o combinan la propia con la arrendada. Este factor también debe hacer pensar a las instituciones y a los productores de programas dirigidos a las y los campesinos, cómo pueden ser un coadyuvante en la solución al problema de la tenencia de la tierra en Guatemala y específicamente en Petén. (Ver gráfica # 2)

5.2.2 FORMATO

TIEMPO QUE DURA EL PROGRAMA Y HORARIO.

El programa "Platicando con el Agricultor" se transmitió en un horario de 13:30 a 14:15 horas, los días sábados. Los agricultores generalmente trabajan este día hasta las tres o cuatro de la tarde. Por esta razón un 28% lo escucha "a ratitos". A veces incompleto y otras no llegan a tiempo.

Es necesario recordar el tiempo que se considera como real y el que se considera como psicológico. Este último está en proporción inversa al agrado o desagrado que nos causa un acontecimiento. En este caso, si el campesino siente interés por el programa, dirá que es poco el tiempo que dura, si por el contrario lo siente aburrido dirá que es mucho tiempo. En síntesis: a mayor agrado menor tiempo; a menor agrado mayor tiempo.

En el caso de "platicando con el Agricultor", los entrevistados sintieron que en promedio duraba unos 38 minutos. Esto es siete minutos menos del tiempo real del programa. De esta manera se evidencia el interés que representa para los agricultores un programa dirigido específicamente a ellos.

En cuanto al tiempo que les hubiera gustado que tardara el programa, el promedio se encuentra en los 60 minutos (Ver gráfica # 3). La razón que dieron para ello, es que se podían desarrollar los temas con más profundidad y se podían recibir más consejos en relación al campo.

MANEJO DE LA PALABRA DENTRO DEL PROGRAMA

Bajo este título se dan a conocer una serie de aspectos relacionados con la adaptación del vocabulario por parte del locutor al contexto, su capacidad de conversación, la dosificación de los contenidos y otros.

El vocabulario que utilizó en el programa fue accesible para los entrevistados en un 80%; sin embargo sienten que cuando se utilizan términos desconocidos no hay suficiente explicación; así lo confirma el 58% que dio esa razón. Un 87% siente que hay un contacto personal por parte del conductor del programa con ellos. Además perciben que el conductor usa sustantivos relacionados con sus vivencias (74%). El grado en el que va ascendiendo la dificultad en la exposición de los temas, manifestaron que se da en un 68%.

En relación al uso de oraciones y párrafos cortos sintieron que había que tener un poco de cuidado, pues el 68% dijo que sí lo hace. Al respecto de la ayuda en la interpretación, reflexión y aplicación de los temas, un 68% está conforme con los que se trata en el programa.

En cuanto a la participación de otras voces en el programa un 63% opina que podría darse en un mayor grado, pues eso ayuda a captar mejor los mensajes. (Ver gráfica # 4)

Vale la pena hacer la observación, que a pesar de que en la Comunidad "La Cobanenta" el idioma materno de la mayoría de los habitantes es el kekchi, y el español es el segundo idioma, no presenta diferencias significativas en relación a las otras comunidades.

MANEJO DE LA MUSICA

En el mundo rural se encuentran los más variados gustos musicales; incluso hay algunas personas que prefieren no escuchar música de la que programan en las radios. A pesar de esto, se pudo comprobar que los entrevistados aceptaron los tipos de música que se utilizaron en el programa. Básicamente se pidió la opinión con respecto a la identificación del programa, las canciones, las cortinas y los fondos musicales.

Con la música que identificó el programa el 81% estuvo conforme porque ya era un tema familiar para ellos. En relación a este aspecto se percibió una relativa resignación, pues era algo ya decidido desde la institución, más que un gusto real por el tema; algo así como lo que sucede cuando en una emisora repiten hasta el cansancio una melodía: las personas se llegan a acostumbrar.

Las canciones que se usaron para distracción fueron aceptadas en un 83%; ya que en general se utilizaban temas rancheros, de marimba, baladas y otras. Era una distribución variada. Sin embargo ese 17% tuvo opiniones muy diversas, las cuales hacen pensar que el productor de radio debe investigar más a fondo los gustos musicales de su público meta. Las cortinas musicales gustaron en un 60%. Con respecto al fondo musical que acompaña las entrevistas y las narraciones del locutor se observa una aceptación del 64%. Es importante evaluar los puntos en los que se usa dicho fondo musical, ya que el 36% opina que es más una fuente de ruido que un apoyo a la narración. (Ver gráfica # 5)

LOS EFECTOS DE SONIDO

Muchas producciones de radio dirigidas a campesinas y campesinos poseen pocos o ningún efecto de sonido. En este estudio se pudo comprobar que un 99% de los agricultores argumenta que no hay presencia de efectos de sonido dentro del programa. A ellas y ellos les gusta que se identifiquen ambientes y que transmitan ideas que puedan ser expresadas por dichos sonidos. En general manifestaron que son muy importantes porque: "LE DAN VIDA AL PROGRAMA".

Las repetidas expresiones de darle vida al programa nos reafirma la necesidad de incorporarlos en las situaciones relacionadas con el campo principalmente, y también con otros ambientes. Los agricultores disfrutan escuchando los sonidos con los cuales conviven y aprenden de los que nunca han oído.

LOS SILENCIOS

Muchas veces es difícil determinar cuándo un silencio lleva una intención y cuándo es una falla en la producción o en la transmisión. Por esta razón se debe tener mucho cuidado en su empleo, ya que un 50% de los agricultores percibieron que los silencios que escucharon en el programa tenían una intención determinada; en especial la de hacerlos meditar en los temas que trataban. Sin embargo, el otro 50% consideró que fueron lagunas causadas por falta de manejo en el equipo de transmisión o distracción del locutor. El hecho de que la mitad de los entrevistados lo perciba así, debe hacer pensar al equipo productor, la importancia de llevar a cabo una producción y una transmisión lo más planificada y a la vez lo más natural posible.

NIVEL DE GRABACION Y SEÑAL DE RADIO

A todo radioescucha le agrada recibir la señal de radio lo más clara posible. Mejor si siente que es en su casa donde se trasmite el programa. Ante esta necesidad real se tuvo la ventaja que la señal de Radio Petén (Emisora que transmitió el programa) llegaba claramente hasta un radio de 80 Km en las planicies y menos kilómetros si habían partes montañosas. De aquí que un 88% de los agricultores coincide en que la señal de la radio es bastante buena. Pero hay que indicar que el 80% de las comunidades evaluadas están a un promedio de 30 kilómetros de la torre de transmisión, mientras que el 20% está a 70 kilómetros rodeada de montañas que aunque no son muy altas, sí limitaban la recepción de dicha señal.

Con respecto al nivel de grabación de los cassettes utilizados en los talleres, un 70% lo considera aceptable y el resto observa que debe mejorarse, ya que en algunas partes no logra captarse con nitidez lo que se dice y deben hacer mucho esfuerzo para escuchar, lo cual los lleva a cansar. Esto conduce a la pérdida de atención de los mismos.

5.2.3 COMPRENSION-CLARIDAD

ORGANIZACION DEL CONTENIDO

Casi tres cuartas partes de los oyentes, identifica los temas que van a tratarse en todo el programa, al inicio del mismo; lo cual permite al campesino interesarse más en su contenido y estar pendiente en toda su duración; pero también puede surtir el efecto contrario si dichos contenidos no le satisfacen, porque puede optar por otras faenas que le den más beneficio. El resto los va identificando en su transcurso. Esto hace pensar que la presentación inicial no está lo suficientemente explícita para percibirla.

La mayoría identifica claramente las ideas centrales de las secundarias. Dicha aseveración hace ver que los temas son reiterativos y permiten hacer un buen discernimiento por parte de los agricultores.

Casi las dos terceras partes siente que los contenidos se explican a través de ejemplos y experiencias acordes con la vida del campo. La tercera parte restante opina que debería haber más variedad en la presentación de éstos. Esto implica más conocimiento del destinatario y de su contexto por parte de los productores de radio.

El 73% aprecia que los contenidos son potencialmente aplicables a la comunidad pero influyen otros factores para que los mismos no se pongan en práctica. Como ejemplo se puede poner los problemas de tenencia de la tierra, que algunos de ellos se animaron a mencionar. Una cuarta parte siente que los temas no se aplican a sus comunidades. Por ello el productor debe estar en constante retroalimentación de lo que pasa en las comunidades rurales, para que los temas tengan actualidad dentro de la realidad del agro.

En relación al equilibrio de la información proporcionada en el programa, un poco menos de la mitad opina que está bien la cantidad que se presenta hasta el momento, pero la otra mitad argumenta que es poca la cantidad de información que se brinda, se debería ampliar más. Este comentario reviste vital importancia en un medio donde los programas dirigidos a los campesinos son tan pocos. Por eso, ellos sienten que necesitan más información para poder actuar mejor en las zonas rurales. (Ver gráfica # 6 y cuadro # 1)

5.2.4 IDENTIFICACION CULTURAL

CONTEXTO

El 43% opina que dentro del programa se reflexiona acerca de los problemas del campo que se dan en Petén. Considérese que por la escasa organización que tiene el campesino petenero y por el grado de violencia que se ha vivido en el país, los problemas que se animan a compartir comúnmente son puramente de orden fitológico, quedando generalmente al margen los de orden social y de la tenencia de la tierra. Pero un 57% siente que el programa podría tener aspectos que ayuden a esa reflexión.

Es necesario recordar que si se pretende elaborar un programa de radio dirigido a hombres y mujeres del campo, dentro de un marco alternativo y popular, no se puede dejar al margen el acompañamiento que debe hacerse a través de las reflexiones que pueden implicar cambios significativos en el seno de las comunidades.

Respecto a la identificación que el agricultor tiene con el programa, está en un 64%, porque sienten que la institución pone interés en tener un programa exclusivamente dedicado a ellos. Un 36% necesita que el programa tenga otros recursos para sentirlo realmente parte de su vida.

Un 68% hace la observación que las descripciones familiares de las comunidades carecen de una presencia sólida dentro del programa. (Ver gráfica # 7)

DIA Y HORA DE TRANSMISION.

Es importante recordar que los agricultores trabajan generalmente de lunes a sábado hasta las tres o cuatro de la tarde. Por esta razón, el día y la hora que se transmite el programa es imprescindible que esté acorde a dicho contexto. Así el día que prefieren que se transmita el programa es el **sábado** con una representatividad del 84%. Muchos agricultores piden que el programa se transmita a las 18:00 con un 42%. La media de dicha transmisión es de las 15:30. Haciendo un análisis de los que prefieren el sábado entre las 15:00 y las 17:00 horas hay un 72%. Esto evidencia la importancia de preguntar al destinatario sus gustos y necesidades para asegurar la sintonía. (Ver gráfica # 8 y # 8-A)

5.2.5. NARRATIVA-BELLEZA

Para los agricultores es necesario incluir más humor dentro del programa, ya que un 78% siente que no se le da la debida importancia al mismo. Muchas veces se piensa que un programa serio enseña más. Sin embargo el humor atrae más al agricultor ya que en su vida cotidiana se maneja mucho. Pero algunos hacen la salvedad que no esperan que se caiga en un exceso de comicidad o vulgaridad.

El 60% está conforme con la estructura programática (forma de comenzar, desarrollar y terminar el programa). Un 40% desearía algunos cambios en la misma, pues perciben que se mantiene el mismo patrón y a ellos les gusta escuchar formas diferentes. El 83% percibe que es muy poco el uso de metáforas, dichos populares y otros recursos verbales que ilustran las vivencias en el campo. Por ello la importancia de que el productor busque estrategias que le permitan conocer más de la vida en las comunidades agrícolas. (Ver gráfica # 9)

5.2.6 TEMAS QUE LES INTERESAN A LAS Y LOS AGRICULTORES PARA SER TRANSMITIDOS EN RADIO

LOS QUE SE REPITEN CON MAS FRECUENCIA:

1. Clases y aplicación para el cultivo de las semillas de maíz, frijol de comer y arroz.
2. Cuidado de gallinas
3. Recetas de cocina
4. Hortalizas
5. Manejo de Cítricos
6. Uso de venenos naturales

OTROS TEMAS

Temas dirigidos a la mujer, cuidado y manejo de cerdos, uso de las estufas ahorradoras de leña, uso del árbol del ramón, elaboración y manejo de viveros forestales y de cítricos, cultivo de frutas, verduras granos y otros, preparación de abonos de plantas, injertación de cítricos, manejo de suelos, mejoramiento del rendimiento del ganado.

Es interesante que los agricultores no plantearon temas de salud, educación, alfabetización. La razón más probable se debe a que la institución "Centro Maya" solamente se dedica al trabajo agrícola-forestal.

5.3 LINEAMIENTOS PARA ELABORAR EL PROGRAMA PILOTO

PRIMERO:

En base al análisis anterior se deberá considerar la diversidad de gustos que tienen los agricultores, por ser de comunidades tan distintas y con una historia propia también distinta. De aquí que no se puede tener un patrón estático de programa, sino que el equipo que lo produce, debe estar en constante retroalimentación con ellos para que mantenga su dinamismo.

SEGUNDO:

Utilizar un vocabulario accesible para el agricultor. Explicar con palabras sencillas los términos técnicos. Mantener la gradación en la exposición de los temas, estructurándolos por fases. Será primordial mantener el trato coloquial por parte de los conductores del programa y el interés porque se reflexionen, se interpreten y se apliquen los temas a la vida del agricultor. Habrá que aumentar la participación de otras personas en cada programa, a fin de que el conductor o conductores sólo intervengan en un 25%.

TERCERO:

Insertar efectos de sonido en la música de identificación para que tenga un mejor acercamiento al oyente. Seguir con la variedad de música que se ha puesto hasta ahora pero no dejar que cada canción pase de los 3 minutos, para que haya oportunidad de dar más contenido, ya que los agricultores ven la necesidad de aprender más del programa.

Dejarle a la música también un 25% distribuida convenientemente. Hacer un manejo más consciente de las cortinas musicales para que tengan el efecto deseado. Cuidar los niveles del fondo musical y no abusar de él, sólo en los puntos que se necesiten.

CUARTO:

Incrementar el uso de efectos de sonido también en los momentos propicios para ello; por ejemplo en charlas narradas o ilustradas, dramatizaciones, etc.

QUINTO:

Cuidar que no queden lagunas (silencios no deseados) provocados por descuidos en la edición de los materiales sonoros.

Aplicar silencios donde lo amerite (después de preguntas, mantener suspenso, etc.)

SEXTO:

Cuidar que los niveles de grabación queden lo mejor posible para facilitar la recepción de los mensajes.

SEPTIMO:

Utilizar diferentes formas de presentar el sumario al inicio del programa, para incentivar al agricultor a que lo escuche. Planificar claramente lo que serán las ideas centrales y las secundarias para que los contenidos se perciban mejor; recordando siempre que debe hacerse una reiteración de maneras diferentes.

Además, deben proporcionarse la cantidad de temas que no sobrepase la capacidad de escucha del campesino, pero que tampoco lo deje con las manos casi vacías.

Incrementar el uso de ejemplos y experiencias, mejor si es a través de entrevistas y otros recursos afines. Presentar ejemplos de formas de organizarse en la comunidad a fin de mejorar sus servicios. Hacer participar más a las comunidades donde trabaja Centro Maya para que sus habitantes sientan que pueden aplicar, aunque sea en un porcentaje mínimo, los contenidos del programa para su beneficio. En base a los temas propuestos en los talleres, ampliar más la cantidad de información que sugieren los agricultores.

OCTAVO:

Priorizar en las necesidades y gustos de los agricultores para lograr mayor identificación de ellos hacia el programa. Destacar las características que comparten las comunidades de Petén para que sientan aspectos familiares a la hora de escucharlo.

NOVENO:

Reiniciar la serie de Don Frijol Abono que agrada mucho a los agricultores y es un toque de buen humor en el programa. Estructurar una programación nueva. Sacar una lista de los dichos y expresiones más comunes usados en las comunidades peteneras y aplicarlos oportunamente en algunos temas a desarrollarse, así como nombres de herramientas, plantas y afines.

ROSQUEJO DEL PROGRAMA PILOTO

TEMAS	1 HORA
1. Música de identificación	0'55"
2. Presentación y sumario	1'10"
3. Tema musical ranchero	2'58"
4. Charla ilustrada de las gallinas	5'36"
5. Tema musical petenero	4'20"
6. Cuña de identificación en castellano	0'35"
7. La Comunidad de El Chal, Santa Ana	5'12"
8. Charla ilustrada: Don Frijol Abono	8'30"
9. Tema musical en marimba	3'52"
10. Noticiero Centro Maya	4'52"
11. Su receta de cocina en kekchi	5'15"
12. Cuña de identificación en kekchi	0'41"
13. Tema musical ranchero	2'19"
14. El agricultor de la semana	4'28"
15. Despedida de conductor	2'00"
16. Música de despedida del programa	0'50"
* Conducción total	3'00"
TOTAL	56'00"

CAPITULO VI

VALIDACION DE PROGRAMAS DE RADIO CON PROYECCION AGRICOLA-FORESTAL

En la actualidad, la validación está tomando más fuerza en casi todas las áreas de la actividad profesional y técnica. En el caso de esta investigación, es uno de los motores que mueven el trabajo para dar una propuesta que intenta ser alternativa y dirigida a los sectores populares; ya que se involucraron las experiencias vividas por los agricultores en sus comunidades, así como con las del equipo productor del programa radial. Se parte de la necesidad de conocer si el material radiofónico que será transmitido, tendrá plena identificación con la identidad del agricultor, en este caso los agricultores de Petén.

Ante esta necesidad, tenemos que definir el término VALIDACION. Según Haaland (1984: p 11),

"Realizar una validación significa probar en el campo los materiales de comunicación antes de que los mismos se produzcan o se impriman. Por medio de entrevistas con la audiencia a la que están dirigidos los materiales, encontramos si los mismos son comprendidos. También podemos averiguar si a la audiencia le gustan los materiales."

A través de este proceso, la validación representa grandes ventajas para la organización de los fondos económicos y de la utilización de recursos. ¿Por qué es necesario validar? Porque nos permite aprovechar al máximo el tiempo en la planificación, producción y distribución de los materiales (en este caso los programas radiofónicos). También se logra que los materiales se aprovechen al máximo ya que las poblaciones le sacarán mayor beneficio y la inversión económica se ve justificada, ya que muchas veces se produce material que al no transmitir el mensaje deseado, se queda almacenado, sin ser usado. Además, otros recursos institucionales y comunales se pueden minimizar o destinar a otras actividades igualmente productivas.

Otro aspecto importante al que ayuda la validación, es a comunicar mensajes que realmente sean interiorizados por los perceptores. De tal modo que se respeta la visión cultural del grupo humano al cual nos dirigimos, y al ser aprobados por dicho grupo éste es responsable con la institución de los resultados obtenidos.

6.1 CRITERIOS DE VALIDACION

Al realizar una validación, no basta con salir de la oficina de producción y preguntar a las personas si les gusta o no los materiales. Es necesario tener como base algunos criterios que ayuden a realizar una validación eficaz. Esto para tener la seguridad de que no se producirán ruidos en la comunicación. Por ello se resumen a continuación los criterios de validación que propone Prieto Castillo (1993: p 165):

6.1.1. Criterio de formato.

Aluden al uso de recursos verbales y visuales puestos en juego en relación con las características físicas de los materiales utilizados. Y al considerar los audiovisuales, elementos como usos coloquiales del lenguaje, presencia de sinónimos, entonación, entre otros.

6.1.2. Criterio de claridad y comprensión

En cuanto al tratamiento del tema, es importante discutir aspectos como la cantidad de información, su coherencia a lo largo del texto, el grado de dificultad ligado, por ejemplo, al empleo de tecnicismos, usos no cotidianos del lenguaje, etc.

6.1.3. Criterio de reconocimiento e identificación cultural

Se relaciona con las representaciones del entorno más inmediato de los destinatarios... Aquí se juega la clave del proceso, porque el concepto de cultura es lo suficientemente amplio como para abarcar no sólo aspectos corporales, gestuales, especiales entre otros, sino también para referirse a la manera de actuar y de significar de determinados sectores sociales.

6.1.4. Criterio de capacidad narrativa-belleza

Se refiere directamente a la fluidez del mensaje, a su relación con los sentidos, a la manera en que atrae por su trama, por el interés que despiertan recursos como el de un personaje rico en características, una situación que merece ser reflexionada para buscar soluciones, una apelación al humor.

6.2 RECOPIACION Y ANALISIS DE DATOS DE LA VALIDACION DEL PROGRAMA PILOTO DE "PLATICANDO CON EL AGRICULTOR"

En base a la evaluación hecha al programa de radio del Proyecto Centro Maya "Platicando con el Agricultor", se elaboró un programa piloto que se hizo en base a las necesidades de los grupos de agricultores con quienes se evaluó.

Dicho programa piloto se validó en las mismas 5 comunidades donde se realizó la evaluación (Nuevo San José, San Francisco, Ixhuacut, La Amistad y La Cobanerita) para que los mismos agricultores pudieran establecer las diferencias entre ambos modelos de producción y así poder hacer las recomendaciones que influyan en una mejor recepción del mensaje por parte de los oyentes.

En términos globales, la estructura y contenido del programa piloto fue aceptada de manera positiva por parte de los agricultores. El programa piloto fue un incentivo para la reflexión y la participación. En varios gestos expresados por ellos, era evidente que el programa estaba suscitando ideas, comparaciones, analogías en relación a sus experiencias vividas. Sus comentarios verbales fueron la evidencia de la identificación que sintieron con los temas que se abordaron.

6.2.1 FORMATO

Al entrar en más detalle, los grupos donde se validó, sintieron que el programa tardó un promedio de 55.4 minutos. Lo cual está dentro de los márgenes aceptables ya que está diseñado para una hora. Además coincide con lo que ellos pedían en la evaluación: que el programa tarde una hora.

El 88% quedó entusiasmado y al preguntarles si estarían dispuestos a escucharlo otra vez, dijeron que sí. El otro 12% expresó que quizá lo volvería a oír. Esto es aceptable, ya que, siempre existen personas con distintos criterios de valoración de las cosas.

El programa piloto contó con 6 secciones: 2 dramatizaciones: el cuidado de las gallinas y don Frijol Abono, un reportaje relacionado con la Comunidad del El Chal en el municipio de Dolores, 2 entrevistas: a una señora de la Cobanerita y a un agricultor de San Andrés, así como un mininoticiario. Los de mayor aceptación fueron las dos dramatizaciones (73%). Así queda demostrado que los programas donde se desarrollan diálogos, escenas, personificaciones y uso de efectos de sonido, resultan ser familiares y adaptados a la cotidianidad de los agricultores.

La aceptación de las otras cuatro secciones juntas suman un 27%. Esto no quiere decir que haya existido falta de interés para estas secciones, sino que priorizaron sus gustos en base a una encuesta participativa, que se explica posteriormente. Esto con el fin de encontrar datos más representativos que reflejen el mayor agrado por un tipo de formato. Además, este resultado nos confirma la necesidad de hacer producciones radiofónicas donde exista participación de personajes caracterizados con un lenguaje popular y accesible al agricultor.

A la presencia de efectos de sonido se debe poner suma atención, porque un 60% siente que es suficiente y aunque es más de la mitad, existe un 40% que aún siente que es poco. Aquí se demuestra lo importante que es este elemento para la comunicación radial, ya que las imágenes auditivas son un recurso muy valioso para la representación de la realidad, y que en el medio guatemalteco no se aprovecha racionalmente. Fue interesante observar que los agricultores identificaron fácilmente la significación de los efectos de sonido. Esto indica que se deben escoger los que estén relacionados al contexto del agricultor y si se usan otros, deben ser explicados a través de otros recursos.

Al 75% le gustó mucho la música, la cual representa gustos variados dentro del programa: hay ranchera en un 50%, marimba un 25% y balada popular 25%. Además de esto a un 25% le gustó poco ya que algunos, a causa de sus principios religiosos, opinan que la música no tiene sentido sino es con la finalidad de dirigirse a Dios. Por esta razón prefieren sólo información, lo cual les representa mayores ventajas.

6.2.3 IDENTIFICACION CULTURAL

En general todos los agricultores sintieron que el programa piloto está relacionado con el contexto rural de Petén y tiene aplicabilidad a la vida de la comunidad. Esto da a conocer que los contenidos del programa están relacionados con las necesidades de las poblaciones rurales ya que los mismos agricultores presentaron los temas que les gustaría escuchar por la radio, en el momento de la evaluación. Y al planificar el programa piloto se tomó como base esa información.

6.2.2 CLARIDAD Y COMPRENSION

En relación a la cantidad de información presentada, el 74% considera que es suficiente y que llena los vacíos que tienen acerca del conocimiento sobre los temas que contiene dicho programa piloto. El otro 26% siente que es poco, lo cual refleja un deseo de aprender lo más posible y representa una actitud de inconformidad con los contenidos que se presenta en dicho programa.

En relación al vocabulario utilizado en el programa piloto, lo sintieron bastante accesible ya que el 76% siente que hay suficiente explicación de términos y un 24% siente que es poca. Esto se debe a que algunos no dominan muy bien el español porque su lengua materna es un idioma maya (kekchi) y otros porque el uso de vocabulario es distinto al de otras comunidades, ya que en Petén hay personas originarias de varias partes del país y cada una trae sus regionalismos, como se describió en el Capítulo I.

6.2.4 NARRATIVA Y BELLEZA

Este criterio está relacionado con el manejo de los formatos y el uso de recursos verbales y sonoros del programa. Por la aceptación demostrada, los agricultores sintieron que la forma de presentar las ideas les despertaba el humor. Sintieron que las imágenes auditivas de las secciones dramatizadas se relacionaban con sus vivencias del campo y el imaginar a las gallinas y al frijol personificados les causaba risa.

Al hacer un promedio de todos los datos anteriores, se observa que la aceptación general del programa está representada en un 78%, dato que puede tomarse como

satisfactorio, tomando en cuenta que en la evaluación de los programas existentes se observó la necesidad de mejorar en los criterios ya descritos. Además porque es la primera vez que la institución realiza un estudio de evaluación y validación serio y profesional para mejorar su programa de radio. (Ver cuadro # 2)

De estos resultados es fácil identificar que la validación es un proceso indispensable para poder realizar una producción radiofónica que tome en cuenta la participación de las y los campesinos en la elaboración de los mismos. Para que así se pueda ir conformando una comunicación popular y alternativa que responda y represente las necesidades y los reales intereses de las poblaciones rurales peteneras.

Estas poblaciones generalmente se encuentran limitadas a recibir lo que la institución a través de los programas radiales, quiera brindarles. Esta situación provoca la poca audiencia de dichos programas y muchas veces el fracaso de los mismos. Con esto se crea un círculo vicioso en el cual los directivos reconocen que los programas no llegan a la gente, entonces no apoyan al equipo productor porque no se ven resultados para la institución. A la vez este equipo se ve limitado de los recursos para realizar las validaciones, las producciones y las evaluaciones de manera más eficaz, lo que repercute en que los programas no sean escuchados por los agricultores.

Sólo por medio de procesos de validación y evaluación donde la gente del campo sean el eje central de los mismos, se logrará mejorar la calidad de vida rural de nuestro país.

6.3 METODOLOGIA UTILIZADA PARA LA VALIDACION DEL PROGRAMA DE RADIO "PLATICANDO CON EL AGRICULTOR"

Esta metodología fue diseñada para ser desarrollada con personas que no pueden leer y escribir o bien que se les dificulta hacerlo. Pero es necesario hacer la salvedad que una persona analfabeta posee otros elementos y habilidades que le permiten "leer" su realidad.

Como primer paso se puso la grabación del programa piloto para que fuera escuchado por el grupo de agricultores asistente. Mientras éste fue escuchado, se fueron observando y anotando las actitudes, expresiones faciales y verbales, así como los comentarios que surgían al oírlo.

Para poder confrontar las observaciones anteriores con datos cuantificables, se elaboró una encuesta que además de arrojar información para ser analizada, fuera cómoda y agradable de ser contestada por los agricultores.

Esta encuesta se aplicó a grupos no mayores de 15 personas, en los que fue fácil explicar el procedimiento, así como, observar la forma en que iban contestando. Habrá que experimentar que pasa con grupos mayores.

La boleta consta de 3 secciones:

1. *Dos preguntas con respuesta oral.*
2. *Seis dibujos en base a los seis temas centrales del programa piloto.*
3. *Cinco preguntas en base al uso de tarjetas de colores.*

Tienen este orden en base a la facilidad de darle seguimiento a las preguntas, a la hora de ser aplicada con los grupos.

PRIMERA SECCION: Preguntas Orales.

Estas son preguntas que pueden realizarse también de una forma gráfica, pero por la sencillez y facilidad para contestarlas se consideró oportuno hacerlo en forma oral. Así se pudo tener variedad dentro de la misma encuesta. La información se recabó preguntando en forma individual a cada participante al taller y apuntando en la boleta de registro de la comunidad donde se validó.

SEGUNDA SECCION: Dibujos

Se hicieron dibujos que de una manera sencilla, representaron los temas centrales del programa: cuidado de las gallinas, la comunidad de El Chal, Don Frijol Abono, noticiero, la entrevista de la receta de cocina de la comunidad de La Cobanerita, entrevista con un agricultor de San Andrés. Estos dibujos fueron identificados claramente por los agricultores después de escuchar el programa. Esta parte tiene la finalidad de saber cuál de las secciones les agradó más. Para ello, escogieron los 2 dibujos que representaron las 2 secciones del programa que más les gustó y los metieron en un sobre.

TERCERA SECCION: Preguntas en base a colores

Se cortaron 2 tarjetas de 5 colores distintos, equivalentes al número de preguntas. Cada pregunta tiene 3 opciones de respuesta:

NADA, POCO, MUCHO. A cada pregunta con su color correspondiente, el agricultor dio su calificación de la siguiente manera:

1. Si su respuesta es **NADA**, no metían ni un sólo cuadro dentro del sobre.
2. Si su respuesta es **POCO**, metían sólo un cuadro dentro del sobre.
3. Si su respuesta es **MUCHO**, metían 2 cuadros dentro del sobre.

Para evitar que se confundieran con el color, la encargada del estudio tenía un muestra de cada cuadro, en grande. Se iba explicando cada pregunta con la muestra y ellos daban su opinión en base a los 3 criterios anteriores.

El tiempo que duró responder la encuesta fue de 20 minutos aproximadamente. Los agricultores lo sintieron ameno y lo hacían con gusto. Aunque también habían personas alfabetas lo disfrutaron de igual manera ya que sentían que era otra forma de participar y de aprender.

Luego, en la oficina, se sacaron los dibujos y las tarjetas de colores y se comenzó con la recopilación y tabulación de datos. (ver boleta en anexo # 2)

De esta manera se logró obtener datos confiables a la vez que el agricultor disfrutó de una manera adaptada a su realidad, haciéndolo sentir valioso, ya que, estaba aportando sus experiencias, gustos y valoraciones en torno a un programa que está destinado a su formación.

CONCLUSIONES

1. Se toma en segundo plano la realidad de las y los campesinos, sus hábitos de percepción que están íntimamente ligados a su contexto, cultura e historia. Los programas de radio como "Platicando con el Agricultor" son más un punto de apoyo en la divulgación de los intereses de la institución que la respuesta a las necesidades de la gente del campo.
2. Si los programas de radio dirigidos a las y los agricultores no están producidos desde la perspectiva campesina, disminuye el interés por escucharlos con la frecuencia que la institución espera.
3. Los equipos de comunicación de dichas instituciones generalmente carecen de una capacitación específica en las áreas de comunicación popular y alternativa así como de formatos y géneros radiofónicos, lo cual dificulta el acercamiento real y vivencial con la y el oyente campesino.
4. Los programas de radio de estas instituciones están dedicados a la población rural de habla castellana y toman en un segundo plano a las poblaciones cuya lengua materna es de origen maya, no respetándose la cultura de las distintas comunidades rurales.
5. Generalmente las instituciones carecen de un renglón amplio y específico dentro de su presupuesto para llevar a cabo evaluaciones y validaciones de sus producciones radiofónicas.
6. Básicamente las instituciones desaprovechan el potencial que tiene la radio y las comunidades agrícolas para desarrollar de una manera integral sus trabajos de extensión.

RECOMENDACIONES

1. Incluir dentro del programa, secciones dramatizadas para que sean una forma de hacer más accesible el mensaje a las y los campesinos. Y hacerlas de tal manera que se cuide el vocabulario, las expresiones, los personajes, los efectos de sonido y otros factores que hagan asimilable cualquier contenido agrícola, pecuario o forestal que se quiera transmitir por radio.
2. Incluir en los momentos oportunos, los efectos de sonido que ayuden a crear las imágenes auditivas que representen la realidad del campo. Es necesaria la recreación de ambientes y hechos a través de los sonidos para que las y los agricultores las puedan comparar con sus vivencias y puedan aplicarlas a nuevos conocimientos.
3. La música debe ser variada, respetando que a la y el agricultor le gusta la que levanta el ánimo y que represente los valores nacionales. Se debe estar monitoreando que es lo que más les gusta. Lo mejor será recoger música de las mismas comunidades, ya que siempre hay valores musicales en ellas.
4. Mantener una evaluación constante para determinar los cambios que sean necesarios en los programas radiales. Trabajo que debe realizarse a nivel de equipo multidisciplinario junto con las comunidades. Pueden hacerse talleres, encuestas participativas, análisis de la correspondencia enviada al programa, etc.
5. Crear equipos de 2 ó 3 productores para elaborar los programas de radio y así se pueda tener una producción más profesional y respondiendo a las necesidades de las y los agricultores.
6. Elaborar programas en idiomas mayas o bien mantener una sección en dichos idiomas, porque nuestro país posee un alto porcentaje de campesinos indígenas que tienen un idioma maya materno. Así es mucho más fácil entender los mensajes y además se está cumpliendo con los acuerdos de paz.
7. Adquirir un equipo mínimo para la elaboración de los programas. Este equipo puede consistir en: una grabadora, un doble deck, una mezcladora, un micrófono y una tomamesa láser.
8. Capacitar a algunos miembros de las comunidades para que se constituyan como corresponsales de las instituciones y así se desarrolle una comunicación participativa, lograda desde las y los agricultores.

BIBLIOGRAFIA

1. ALDANA MENDOZA, Carlos, 1991, *El Educador Popular en Guatemala*, Guatemala: Serviprensa Centroamericana.
2. AREVALO YANKOS, Fernando Arturo, 1992, *La Radiofonía para la infancia en Guatemala*, Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, Guatemala: Escuela de Ciencias de la Comunicación, Universidad de San Carlos.
3. AZMITIA Oscar, GUORON Pedro y RECANCOJ Mario, 1995, *Hagamos Educación pero con los pies en la tierra*, 2a. edición, Guatemala: Editorial Saqil Tzij.
4. BELTETON CARRILLO DE GALVEZ, Nidia Zulema, 1997, *Internet como nuevo medio de comunicación*, Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, Guatemala: Escuela de Ciencias de la Comunicación, Universidad de San Carlos.
5. CARDONA CHINCHILLA, Leticia América, 1996, *La Comunicación Radiofónica al descubierta*, Tesis de Licenciatura de Ciencias de la Comunicación, Guatemala: Escuela de Ciencias de la Comunicación, Universidad de San Carlos.
6. CARDOZA Y ARAGON, Luis, 1993, *Guatemala: Las líneas de su mano*, México: Fondo de Cultura Económica.
7. CUZ KUCKLING, Marvin Anibal, 1995, *Radio Universidad, propuesta para una comunicación alternativa*, Guatemala: Escuela de Ciencias de la Comunicación Universidad de San Carlos.
8. CHEVA, Demetrio Polo, 1991, *Embarramos o no embarramos -Educación Popular, Partidos Políticos y Movimientos Populares-*, Ponencia presentada en el Encuentro Latinoamericano de Cultura y Comunicación Popular, Panamá, 10-15 septiembre 1989, México: Instituto Mexicano para el Desarrollo Comunitario.
9. X Censo Nacional de Población y Y de Habitación, Departamento de Petén, 1996, Guatemala: Instituto Nacional de Estadística.
10. *De Superman a Superbarrio, Comunicación masiva y cultura popular en los procesos sociales de América Latina*, 1991, 2a. ed, México: Instituto Mexicano para el desarrollo Comunitario.
11. *Enciclopedia Salvat*, 1984, México: Salvat, Tomo 5.
12. FIGUEROA IBARRA Carlos, 1980, *El proletariado rural en el Agro guatemalteco*, Guatemala: Editorial Universitaria.
13. FONTCUBERTA Mar de y GOMEZ MOMPART J.L., 1983, *Alternativas en Comunicación*, Barcelona, España: Editorial Mitró.

14. FREIRE Paulo, 1991, ¿Extensión o Comunicación?, México: Siglo Veintiuno.
15. GALVEZ GARCIA, Araminta Solizabet, 1985, Láminas Reflexivas: medio de comunicación educativa para comunicarse con población indígena analfabeta, Tesis, Guatemala: Escuela de Ciencias de la Comunicación, Universidad de San Carlos.
16. GARCIA CANCLINI, 1991, Ni Folklorico ni masivo: ¿Qué es lo Popular?, Ponencia presentada en el Encuentro Latinoamericano de Cultura y Comunicación Popular, Panamá, 10-15 septiembre 1989, México: Instituto Mexicano para el Desarrollo Comunitario.
17. GARGUREVICH Juan, 1988, La Radio Popular en el Perú: Educación y Comunicación popular en el Perú, Lima, Perú: Imprenta Porpacob.
18. GELPI Cecilia, PALACIOS Priska y SOVA Renate, 1997, Un hilo más en el Tejido de la Paz, Guatemala: AGES.
19. GONZALEZ DAVISON Fernando, 1987, Guatemala 1500-1970 Reflexiones sobre su desarrollo histórico, Guatemala: Editorial Universitaria.
20. GRAJEDA, David, La Radio en Guatemala, 1990, Guatemala: UNICEF.
21. GUTIERREZ Francisco y PRIETO CASTILLO Daniel, 1993, La Mediación Pedagógica, Guatemala: Piedra Santa.
22. GUTIERREZ Guillermo, 1978, Prelorán: Dar voz a los que no la tienen, Revista Cultura y Comunicación, México: No. 5.
23. HAALAND Ane, 1984, Validación de Materiales de Comunicación con énfasis especial en la salud infantil y educación sobre nutrición, s.d.e.
24. INTERIANO Carlos, 1991, Hablemos de Comunicación, Guatemala: Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos.
25. Introducción a los Medios de Comunicación, 1990, Madrid: Ediciones Pautinas.
26. KAPLUN Mario, 1978, Producción de Programas de Radio: El guión, la realización, Ecuador: CIESPAL.
27. LOPEZ RIVERA, Juan Fernando, 1998, Canción y Contracultura; aproximación antropológica al Círculo Experimental de Cantautores dentro del movimiento de canción alternativa, Tesis de Licenciatura en Historia, Guatemala, Escuela de Historia, Universidad de San Carlos.
28. LOPEZ VIGIL, José Ignacio, 1997, Manual Urgente para radialistas apasionados, Ecuador: Artes Gráficas Silva.
29. MEDINA B. Joaquín y RIVERA S. Jezreel, 1997, 36 años de Guerra, Los Acuerdos de Paz, Compendio y Análisis, Guatemala, s.e.

30. Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación (MAGA), 1994, *Agenda para el desarrollo de la agricultura sostenible y de los recursos naturales de Petén, Sector Agropecuario, Forestal y Pesquero*, Guatemala: MAGA.
31. Ministerio de Economía, 1984, *Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos Familiares 1979-1981*, Guatemala: Ministerio de Economía, Dirección General de Estadística, volumen II.
32. MORALES CETINA Ascención, 1996, *Síntesis Monográfica del Municipio Flores, Petén, Flores Petén, s.e.*
33. OLIVA MEZA René David, 1993, *Radio y Participación infantil*, Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, Guatemala: Escuela de Ciencias de la Comunicación, Universidad de San Carlos.
34. OSPINA Carlos, 1989, *Huellas de la Radio Comunitaria y Cultural*, Revista de Comunicación U.P.B., Medellín, Colombia: No. 12.
35. PEPPINO BARALE Ana María, 1991, *Radiodifusión Educativa*, México: Gemika.
36. PRIETO CASTILLO Daniel, 1981, *Discurso Autoritario y Comunicación Alternativa*, México: Edicol.
37. PRIETO CASTILLO Daniel, 1983, *Educación y Comunicación*, Periodismo Científico, Cultura y Vida Cotidiana, Quito, Ecuador: CIESPAL, Belén.
38. PRIETO CASTILLO Daniel, 1991, *Producción de Materiales para Neolectores*, Costa Rica: Radio Nederland Training Centre, IICA.
39. SANDOVAL GARCIA Carlos, 1988, *El Pensamiento de la Comunicación Alternativa en América Latina: surgimiento, objeto, estructura y funciones*, Tesis de Licenciado en Comunicación, Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva, Universidad de Costa Rica.
40. Seminario del Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales "Comunicación y culturas populares en Latinoamérica", 1987, México: G. Gili.
41. SOZA, José María, 1970, *Monografía del departamento de El Petén*, Guatemala: Editorial José Pineda Ibarra.
42. UNESCO, IICA, ICER, RNTC, 1992, *Comunicación y niñez*, Enciclopedia de Autoformación Radiofónica, San José Costa Rica, Radio Nederland, Training Centre, IICA, ICER UNESCO.
43. *Violencia y Contraviolencia: Desarrollo histórico de la violencia institucional en Guatemala*, 1980 Centro de Investigación y documentación centroamericana, Guatemala: Editorial Universitaria.

Anexos

ANEXO 1

ASPECTOS METODOLOGICOS

1. HIPOTESIS

La baja identificación que tiene el oyente agricultor ante los objetivos del programa "PLATICANDO CON EL AGRICULTOR", se debe al poco respeto de los hábitos perceptuales del destinatario.

2. VARIABLES

INDEPENDIENTE:

Poco respeto de los hábitos perceptuales del destinatario.

DEPENDIENTE:

Baja identificación que tiene el oyente agricultor ante los objetivos del programa "PLATICANDO CON EL AGRICULTOR".

3. OBJETIVOS

GENERALES:

-Investigar la relación que existe entre la forma y el contenido de los programas de "PLATICANDO CON EL AGRICULTOR" y los hábitos perceptuales del destinatario para determinar la identificación de éste con los objetivos del programa.

-Elaborar una propuesta para el programa "PLATICANDO CON EL AGRICULTOR" que respete lo más posible los hábitos perceptuales del destinatario.

ESPECIFICOS:

-Determinar la cantidad de tiempo que debe durar el programa para que sea escuchado en su totalidad por el oyente.

-Analizar si el manejo de los cuatro elementos de una producción radiofónica presentes en el programa están acordes a la percepción del oyente.

-Identificar el grado de organización que tiene el contenido del programa.

-Medir si la cantidad de información que posee el programa es la adecuada para el oyente.

-Reconocer las técnicas agrícolas que se practican en Petén para integrarlas al programa.

- Encontrar la relación existente entre el contexto del oyente y el programa.
- Comprobar la capacidad de humor que desarrolla el programa para estimular al oyente.

4. INDICADORES

4.1 FORMATO:

- a. Duración del programa
- b. Lenguaje cotidiano
- c. Elementos de una producción radiofónica

4.2 COMPRENSIÓN-CLARIDAD

- a. Organización del contenido
- b. Cantidad de Información

4.3 IDENTIFICACION CULTURAL

- a. Técnicas agrícolas
- b. Contexto del Oyente

4.4 NARRATIVIDAD-BELLEZA

- a. Capacidad de humor
- b. Uso de recursos verbales orales

5 METODOLOGÍA

ACTIVIDAD 1: Audición y evaluación preliminar del Programa.

Se realizó la audición del 20% de los programas que equivalen a 5 de un total de 25 que se encuentran en archivo hasta el inicio de la investigación. Se hizo un análisis de su contenido y forma. Se discutió el resultado de dicho análisis con el equipo de extensión y se hicieron las recomendaciones pertinentes para iniciar algunos cambios urgentes en el mismo.

ACTIVIDAD 2: Planificación de la visita a las comunidades.

Se planificó con el equipo de extensión, la visita a las comunidades para realizar 3 pruebas piloto y los talleres de evaluación. Se tomaron en cuenta los siguientes aspectos:

- Comunidades donde trabaja Centro Maya
- Acceso a las comunidades
- Tiempo de permanencia en cada comunidad
- Posibilidad de transporte

- Alcance de la señal de radio
- Conexión con los representantes agrícolas.

ACTIVIDAD 3: Pruebas piloto

Se tomaron tres comunidades del departamento (Bethel, Colpetén y El Chal) para hacer un reconocimiento del área de trabajo y así tener un primer acercamiento con los pobladores de la región. Se aprovechó para determinar algunos aspectos que deben tomarse en cuenta en los talleres de evaluación como por ejemplo: disponibilidad tiempo, dinámicas de trabajo, capacidad de convocatoria del proyecto Centro Maya, etc.

ACTIVIDAD 4: Validación de la boleta para evaluación.

Dicha boleta se validó en la Comunidad de Rancho Alegre, municipio de la Libertad, para tener la seguridad de que el instrumento se adaptaba lo mejor posible a las condiciones del departamento.

ACTIVIDAD 5: Talleres de evaluación

Tomando algunos aspectos realizados por Oliva Meza (1993: p 29-51), se llevó a cabo la evaluación en cada comunidad con la participación de un promedio de 12 personas llevando a cabo los siguientes pasos:

1. **DINAMICA DE PRESENTACION.** Con la intención de conocer al grupo por su nombre y tener un contacto más cercano.
2. **DINAMICA DE REFLEXION.** Para que todos nos sintiéramos en un ambiente de igualdad y expresáramos libremente nuestras opiniones en relación al programa.
3. **AUDICION DEL PROGRAMA.** Se escogió al azar un programa para cada comunidad. Se puso la grabación, la cantidad de tiempo que el grupo asistente logró escuchar sin cansarse, aburrirse o desesperarse. Se observaron y anotaron las actitudes del grupo a lo largo de la audición.
4. **EVALUACION DEL PROGRAMA ESCUCHADO.** Se elaboró una boleta con 36 preguntas para analizar el contenido y la forma de cada programa evaluado. Las preguntas se respondieron verbalmente con el auxilio de dibujos que facilitaron la reflexión de los items.
5. **INVESTIGACION DE EXPECTATIVAS.** A través de una lluvia de ideas se sacaron los contenidos y formatos que más les interesa para que se transmitan por la radio. Con la grabadora y el micrófono las y los campesinos mismos grabaron más detalles de lo dicho en la lluvia de ideas.
6. **EVALUACION DE LA ACTIVIDAD.** Se les preguntó si el tiempo invertido en la actividad valió la pena. Si la extensión de la actividad fue suficiente. Que les dejó a sus vidas y qué aspectos hay que mejorar de la misma.

ACTIVIDAD 6: Encuesta individual

Se encuestaron a 7 personas en cada comunidad donde se realizó el taller de evaluación. Estas encuestas tuvieron la misma base del taller de evaluación. La intención fue obtener mayor información en relación a la opinión que los agricultores tienen del programa sin ser condicionadas por otras personas, ya que algunos se expresan mejor cuando están solos con el encuestador.

ACTIVIDAD 7: Análisis de datos de la evaluación.

Se recopiló la información obtenida en los talleres y en las encuestas. Se hizo la tabulación y un resumen de los resultados para ser analizada por los miembros del Programa de Extensión. Se hicieron sugerencias para la elaboración del programa piloto que se validó posteriormente.

ACTIVIDAD 8: Programa piloto

Tomando en cuenta los resultados de la evaluación se elaboraron los libretos del programa piloto en base a los 4 elementos de una producción radiofónica.

Se efectuaron las pregrabaciones necesarias con una grabadora tipo reportero y un micrófono sencillo. Luego se realizaron las ediciones con un doble deck y con el mismo equipo se montó el programa.

Se sacaron varias copias. Una quedó en archivo y otras se llevaron a validar a las comunidades.

ACTIVIDAD 9: Segunda planificación de visitas.

Se tomaron las mismas comunidades donde se evaluó. Se visitaron para poner la fecha en que se llevaría a cabo el taller de validación.

ACTIVIDAD 10: Talleres de Validación

Se explicó el motivo de la reunión. Se puso la grabación del programa piloto. Se observaron las actitudes y comportamientos ante el mismo. Se pasó una boleta adaptada al agricultor y se hicieron los comentarios verbales en relación al programa. Luego se realizó el análisis de los datos.

ACTIVIDAD 11: Propuesta Final

Se elaboraron cuatro programas que presentaron contenidos y formatos basados en la validación del programa piloto. Se elaboraron los libretos, pregrabaciones y musicalización necesarias. Se transmitieron por la Radio Petén, los sábados de 14:00 a 15:00 horas.

Desarrollar la metodología presentada en este anexo, requirió de inversión de tiempo y recursos que fueron proporcionados por Centro Maya y por la tesista. Al seguir paso a paso dicha metodología se logró conocer con más profundidad a las personas que se esfuerzan por mejorar las comunidades rurales de Petén. También se corroboró la importancia de planificar las actividades que se desarrollan en los trabajos de comunicación para lograr mayor efectividad en los resultados.

ANEXO 2

VALIDACION DEL PROGRAMA PILOTO
"PLATICANDO CON EL AGRICULTOR"
CENTRO MAYA

COMUNIDAD: _____

1. PREGUNTAS CON RESPUESTA ORAL.

1.1. ¿Cuánto tiempo sintió que duró el programa?

1.2. ¿Le gustaría escucharlo otra vez? SI ___ NO ___

2. TEMAS A EVALUAR CON DIBUJOS

2.1. Gallinas.....

2.2. Comunidad de el Chal.....

2.3. Don Frijol Abono.....

2.4. Noticiero.....

2.5. Receta.....

2.6. Don René Romero.....

3. PREGUNTAS CON RESPUESTA EN BASE A COLORES

3.1. ¿Hay explicación de palabras difíciles? (AZUL)

NADA ___ POCO ___ MUCHO ___

3.2. ¿Hay efectos de sonido? (AMARILLO)

NADA ___ POCO ___ MUCHO ___

3.3. ¿Se aplica a la vida de la comunidad? (VERDE)

NADA ___ POCO ___ MUCHO ___

3.4. ¿Es suficiente la cantidad de información presentada? (CAFE)

NADA ___ POCO ___ MUCHO ___

3.5. ¿Le gustó la música? (ROJO)

NADA ___ POCO ___ MUCHO ___

ANEXO 3

CUADRO # 1

COMPRESION-CLARIDAD

1. ORGANIZACION DEL CONTENIDO.

	NUNCA	POCAS V.	MUCHAS V.	SIEMPRE
1.1 Se sabe desde el principio los temas que se tratarán. *	1.90%	28.10%	38.10%	30.95%
1.2 Se reconocen las ideas centrales y las secundarias.	6.67%	16.19%	40.95%	36.19%
1.3 Hay ejemplos y experiencias	18.50%	26.67%	42.38%	12.38%
1.4 Lo conversado se aplica a la comunidad.	6.67%	20.00%	50.48%	22.86%

*En esta pregunta hay un dato nulo que representa el 0.95%

2. 2 CANTIDAD DE INFORMACION

	NUNCA	POCAS V.	MUCHAS V.	SIEMPRE
21 Equilibrio en la cantidad de información.	6.67%	48.10%	27.14%	18.09%

ANEXO 4

CUADRO # 2

PORCENTAJES DE LOS RESULTADOS DE LA VALIDACION

CRITERIOS

	NADA	POCO	MUCHO
1. Hay palabras difíciles dentro del programa	---	24%	76%
2. Hay suficientes efectos de sonido.	---	40%	60%
3. Los temas se aplican a la comunidad.	4%	---	94%
4. Hay equilibrio en la cantidad de información	---	26%	76%
5. Agrada el tipo y la cantidad de música.	---	25%	75%

FORMATOS

PORCENTAJE

1. Charla Ilustrada del Cuidado de las Gallinas	38%
2. Reportaje de la Comunidad de El Chaf	6%
3. Charla Ilustrada de Don Frijol Abono	35%
4. Noticiero de Centro Maya	7%
5. Entrevista de Recetas de Cocina (La Cobanerita)	8%
6. Entrevista con el agricultor Don René Romero	6%

TOTAL 100%

ANEXO 5

CUADRO # 3

INGRESOS Y GASTOS, AREA RURAL 1981

NIVEL DE INGRESO	HOGARES RURALES A NIVEL NACIONAL	%	ESTIMACION DE HOGARES RURALES EN PETEN	INGRESO ANUAL PROMEDIO EN QUETZALES	GASTO ANUAL PROMEDIO EN QUETZALES
0-1,200	303,943	35%	6,616	861	851
1,200-2,400	380,090	44%	8,317	1,678	1,582
2,401-4,800	143,444	16%	3,024	3,246	2,846
4,801-7,200	17,561	2%	378	5,493	4,515
7,201-12,000	10,062	1%	189	9,143	6,332
12,001-8,000	231	.03%	6	13,857	12,814
18,001-36,000	449	.05%	9	18,588	2,956

FUENTE: Ministerio de Economía, 1984, Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos Familiares 1979-1981.

ANEXO 6

CUADRO #4

PROGRAMACION DE RADIO PETEN
DE LUNES A SABADO

HORA	DESCRIPCION
5:00 - 6:00	Música variada
6:00 - 6:30	Escuela para Todos
6:30 - 7:00	Programa Religioso
7:00 - 12:00	Música variada
12:00 - 12:30	Concierto de Marimba
12:30 - 13:00	Noticiero
13:00 - 14:00	Radionovela
14:00 - 14:30	Programa gnóstico
14:30 - 17:00	Música Ranchera
17:00 - 17:30	Programa Infantil
17:30 - 17:40	El Tío Juan
17:40 - 18:20	Noticiero

♦ Los martes y viernes se transmite un programa de Ecología de 8:30 a 9:00 y se retransmite el domingo de 14:00 a 14:30.

♦ La programación del domingo es musical, con la excepción del programa "Padre Vicente" que se transmite de 13:00 a 13:30 y el de "Ecología", ya mencionado.

Horas diarias de transmisión	14.5 horas
Horas semanales de transmisión	101.5 horas
Horas semanales de transmisión de programas eminentemente educativos:	6.12 horas
Escuela para Todos y Tío Juan.....	4.02 horas/semana
Ecología.....	1.5 horas/ semana
Padre Vicente.....	0.5 horas/semana

FUENTE: Entrevista con la Señora Magda de Colmenares 13-3-98.

ANEXO 7

EVALUACION DEL PROGRAMA DE RADIO "PLATICANDO CON EL AGRICULTOR" CENTRO MAYA

Señor agricultor con estas preguntas queremos mejorar la calidad educativa del programa de radio de CENTRO MAYA, para que usted escuche temas del campo que le interesen. Usted debe contestarlas con al ayuda de un entrevistador entrenado en el manejo de la boleta.

A) FORMATO

1. DURACION DEL PROGRAMA

- 1.1 ¿Cuánto tiempo sintió usted que duró el programa? _____
- 1.2 ¿Cuántos minutos le gustaría que tardara el programa?
15___ 20___ 30___ 45___ 60___
¿por qué? _____

2. ELEMENTOS DE UNA PRODUCCION RADIOFONICA

*PALABRA

- 2.1 ¿Hay palabras difíciles en el programa?
NADA___ POCO___ MUCHO___
- 2.2 ¿Hay explicación de palabras difíciles?
NADA___ POCO___ MUCHO___
- 2.3 Expresiones regionales utilizadas: _____

- 2.4 ¿El locutor conversa con el oyente y lo toma en cuenta dentro del programa?
NUNCA___ POCAS VECES___ MUCHAS VECES___ SIEMPRE___
- 2.5 ¿Las cosas están llamadas por su nombre?
NUNCA___ POCAS VECES___ MUCHAS VECES___ SIEMPRE___
- 2.6 ¿Va de lo más fácil a lo más difícil?
NUNCA___ POCAS VECES___ MUCHAS VECES___ SIEMPRE___
- 2.7 ¿Las oraciones y párrafos son cortos?
NUNCA___ POCAS VECES___ MUCHAS VECES___ SIEMPRE___
- 2.8 ¿El locutor ayuda a la interpretación, a la reflexión y a la aplicación de los temas?
NUNCA___ POCAS VECES___ MUCHAS VECES___ SIEMPRE___
- 2.9 ¿El locutor deja que otras personas hablen en el programa (tiene equilibrio en su participación)?
NADA___ POCO___ MUCHO___

***MUSICA**

- 2.10 ¿Cómo le parece la música que identifica el programa?
MALA___ REGULAR___ BUENA___ MUY BUENA___ EXCELENTE___
¿Cuál sugiere?_____
- 2.11 ¿Cómo le parece las canciones que sirven como recreación?
MALA___ REGULAR___ BUENA___ MUY BUENA___ EXCELENTE___
¿Cuál sugiere?_____
- 2.12 ¿Cómo le parece las cortinas musicales?
MALA___ REGULAR___ BUENA___ MUY BUENA___ EXCELENTE___
¿Cuál sugiere?_____
- 2.13 ¿Le distrae o perjudica el fondo musical?
NUNCA___ POCAS VECES___ MUCHAS VECES___ SIEMPRE___
¿Qué sugiere?_____

***EFECTOS DE SONIDO**

- 2.14 ¿Hay sonidos en el programa que representan el ambiente?
NUNCA___ POCAS VECES___ MUCHAS VECES___ SIEMPRE___
- 2.15 ¿Hay presencia de sonidos que sustituyen la función de algunas ideas expresadas con palabras?
NUNCA___ POCAS VECES___ MUCHAS VECES___ SIEMPRE___

***SILENCIOS**

- 2.16 ¿Hay silencios que se hacen con una intención determinada?
NUNCA___ POCAS VECES___ MUCHAS VECES___ SIEMPRE___

***GRABACION**

- 2.17 ¿Cómo es el nivel de grabación y la señal de radio?
MALA___ REGULAR___ BUENA___ MUY BUENA___ EXCELENTE___

E) COMPRENSION-CLARIDAD

1. ORGANIZACION DEL CONTENIDO

- 1.1 ¿Se sabe desde el principio los temas y la importancia del programa en su totalidad?
NUNCA___ POCAS VECES___ MUCHAS VECES___ SIEMPRE___
- 1.2 ¿Se identifican claramente las ideas más importantes y las ideas secundarias de los segmentos del programa?
NUNCA___ POCAS VECES___ MUCHAS VECES___ SIEMPRE___
- 1.3 ¿Hay ejemplos, experiencias que explican los contenidos?
NUNCA___ POCAS VECES___ MUCHAS VECES___ SIEMPRE___
- 1.4 ¿Lo que se conversa en el programa se aplica a la vida de la comunidad?
NUNCA___ POCAS VECES___ MUCHAS VECES___ SIEMPRE___
¿Qué sugiere?_____

2. CANTIDAD DE INFORMACION

- 2.1 ¿Hay equilibrio en la cantidad de información dentro del programa?
NUNCA___ POCAS VECES___ MUCHAS VECES___ SIEMPRE___

C) IDENTIFICACION CULTURAL

1. TECNICAS AGRICOLAS

- 1.1 ¿Qué tipo de herramientas utiliza para cultivar?
azadón___ piocha___ colima___ bueyes___ tractor___
otro_____
- 1.2 ¿Cómo selecciona la semilla de siembra?
sólo por mazorca___ con identificación de la planta___
otro___ ¿Cuál?_____
- 1.3 ¿En qué mes empieza a preparar la tierra para sembrar?
ene___ feb___ mar___ abr___ may___ jun___ OTRO_____
- 1.4 ¿Qué tipo de abonos utiliza?
ORGANICO___ QUIMICO___ NINGUNO___
- 1.5 ¿Realiza prácticas de conservación de suelos?
NUNCA___ POCAS VECES___ MUCHAS VECES___ SIEMPRE___

2. CONTEXTO

- 2.1 ¿Qué día y hora le gustaría oír el programa?

DIA	HORA		
LUNES ___	1:00___	7:00___	AM___
MARTES ___	2:00___	8:00___	PM___
MIERCOLES ___	3:00___	9:00___	
JUEVES ___	4:00___	10:00___	
VIERNES ___	5:00___	11:00___	
SABADO ___	6:00___	12:00___	
DOMINGO ___			

¿Por qué?_____

- 2.2 ¿El programa ayuda a la reflexión profunda de los problemas del campo en Petén?
NUNCA___ POCAS VECES___ MUCHAS VECES___ SIEMPRE___
- 2.3 Usted se identifica con el programa, lo siente como parte de su vida, lo defiende como suyo?
NUNCA___ POCAS VECES___ MUCHAS VECES___ SIEMPRE___
- 2.4 ¿Hay en el programa descripciones de lugares, personas, vestuario, maneras de actuar y otras prácticas sociales que son familiares a las de la comunidad?
NUNCA___ POCAS VECES___ MUCHAS VECES___ SIEMPRE___

DI. NARRATIVA-BELLEZA

1. ¿Programa hace reír a través de recursos verbales y sonoros?
NUNCA___ POCAS VECES___ MUCHAS VECES___ SIEMPRE___
2. ¿Son atractivos o bonitas las maneras de comenzar, desarrollar y terminar el programa?
NUNCA___ POCAS VECES___ MUCHAS VECES___ SIEMPRE___
3. ¿Hay uso de metáforas, dichos populares y otros recursos orales?
NADA___ POCO___ MUCHO___

DATOS GENERALES DEL (los) ENTREVISTADO(S)

COMUNIDAD: _____

EDAD: _____

PROCEDENCIA: _____

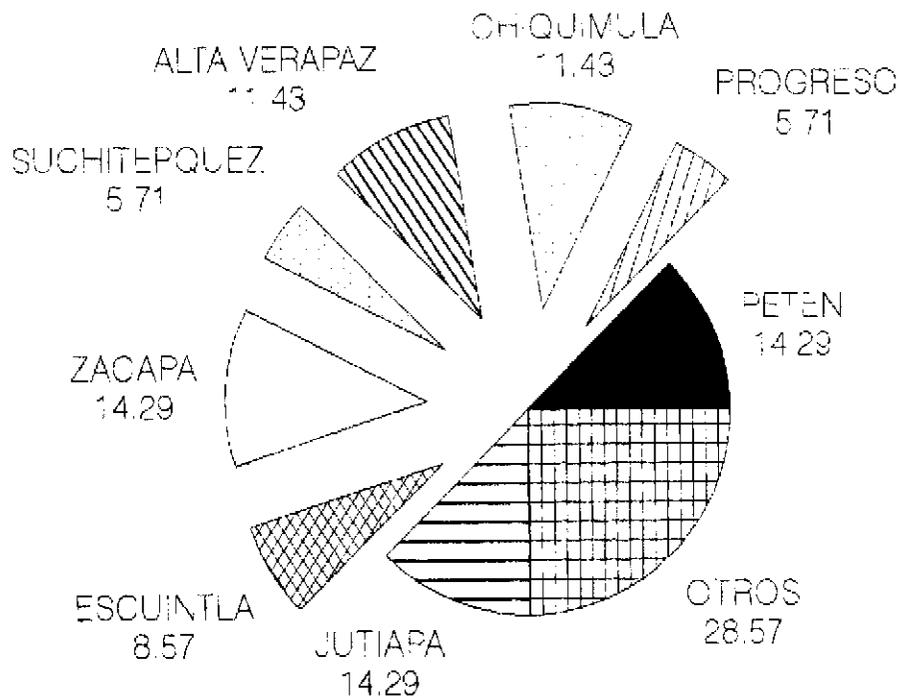
TIERRA DE CULTIVO: PROPIA___ ARRENDADA___ PRESTADA___
AGARRADA___

EVALUACION DE LA ACTIVIDAD (SOLO TALLER)

1. ¿Cómo sintió la cantidad de tiempo usado en la reunión?
MALO___ REGULAR___ BUENO___ MUY BUENO___ EXCELENTE___
2. ¿Sintió que el contenido de la reunión fue de beneficio para usted?
NADA___ POCO___ MUCHO___
3. ¿Cree que las actividades que se hicieron en la reunión ayudaron al grupo que asistió?
NADA___ POCO___ MUCHO___

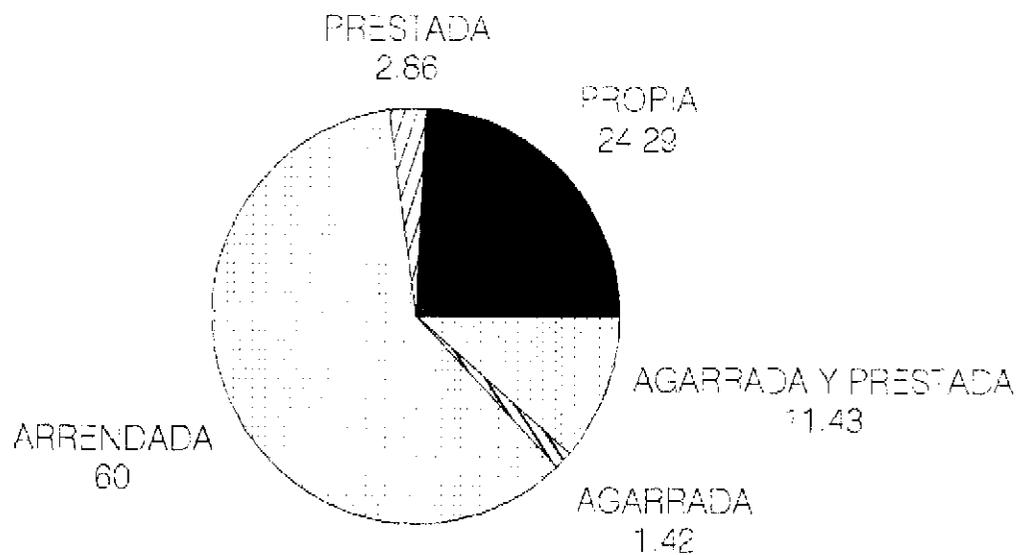
PROCEDENCIA

GRAFICA # 1



TENENCIA DE LA TIERRA

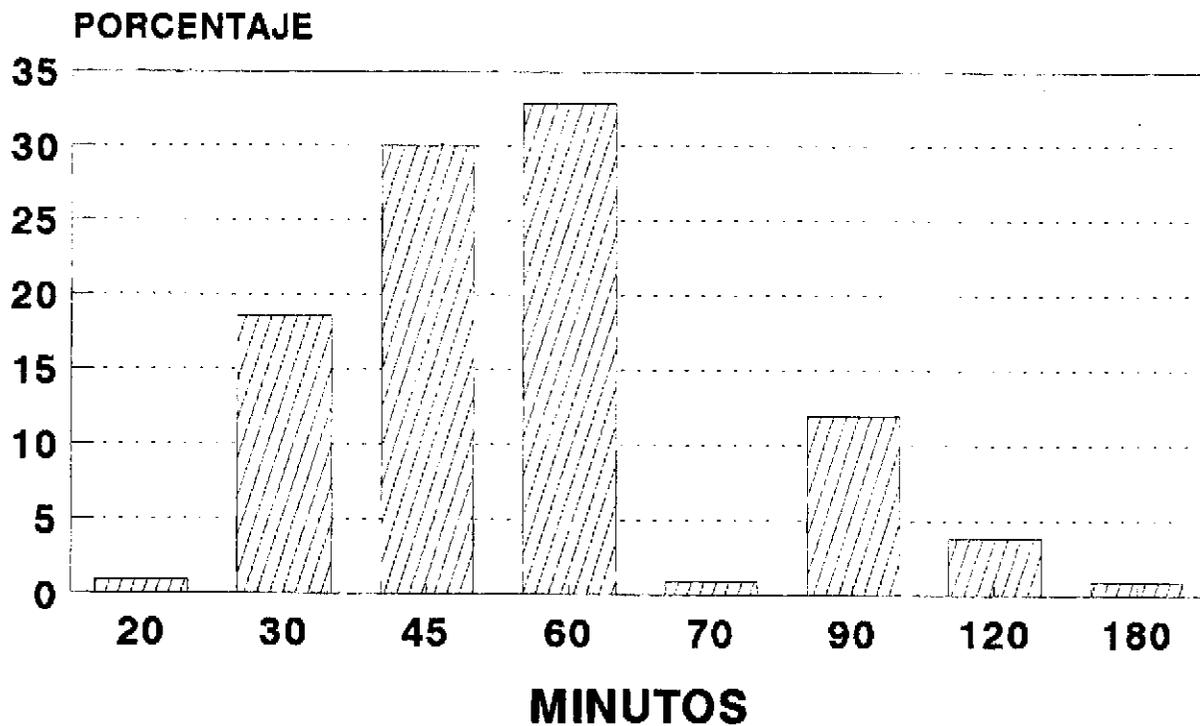
GRAFICA # 2



DURACION DEL PROGRAMA

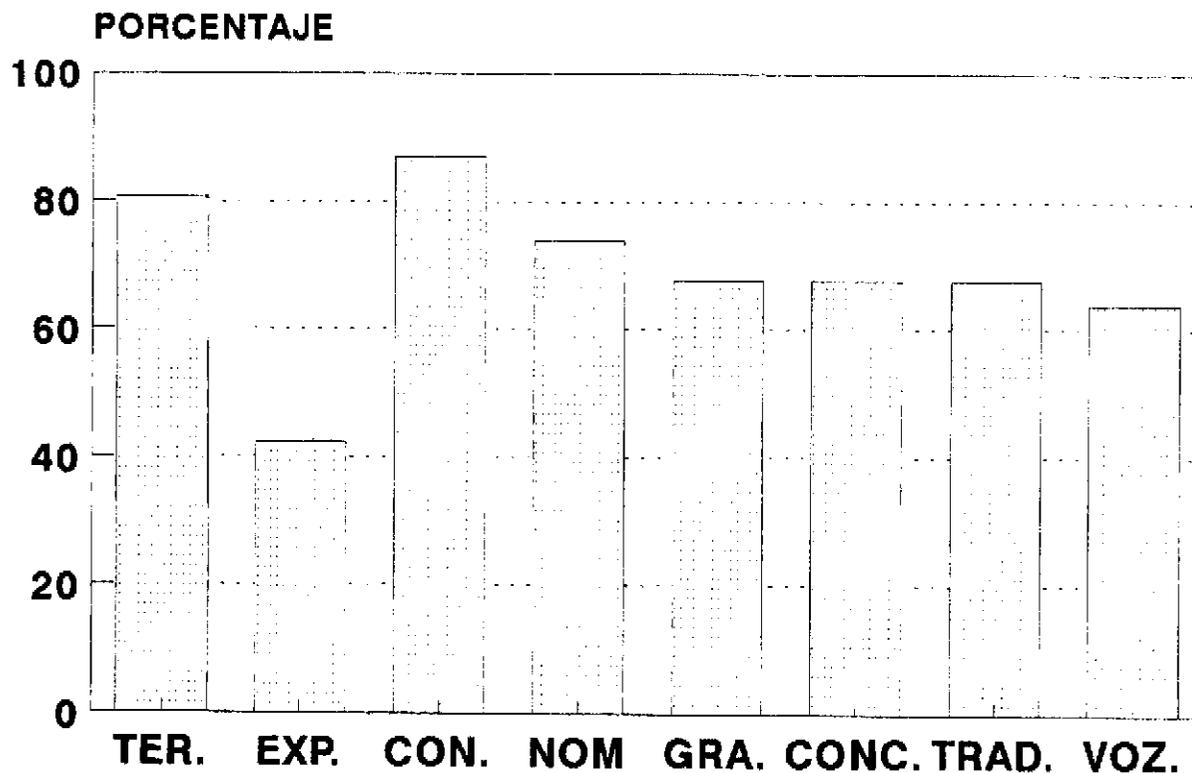
TIEMPO QUE LE GUSTARIA QUE DURARA

GRAFICA # 3



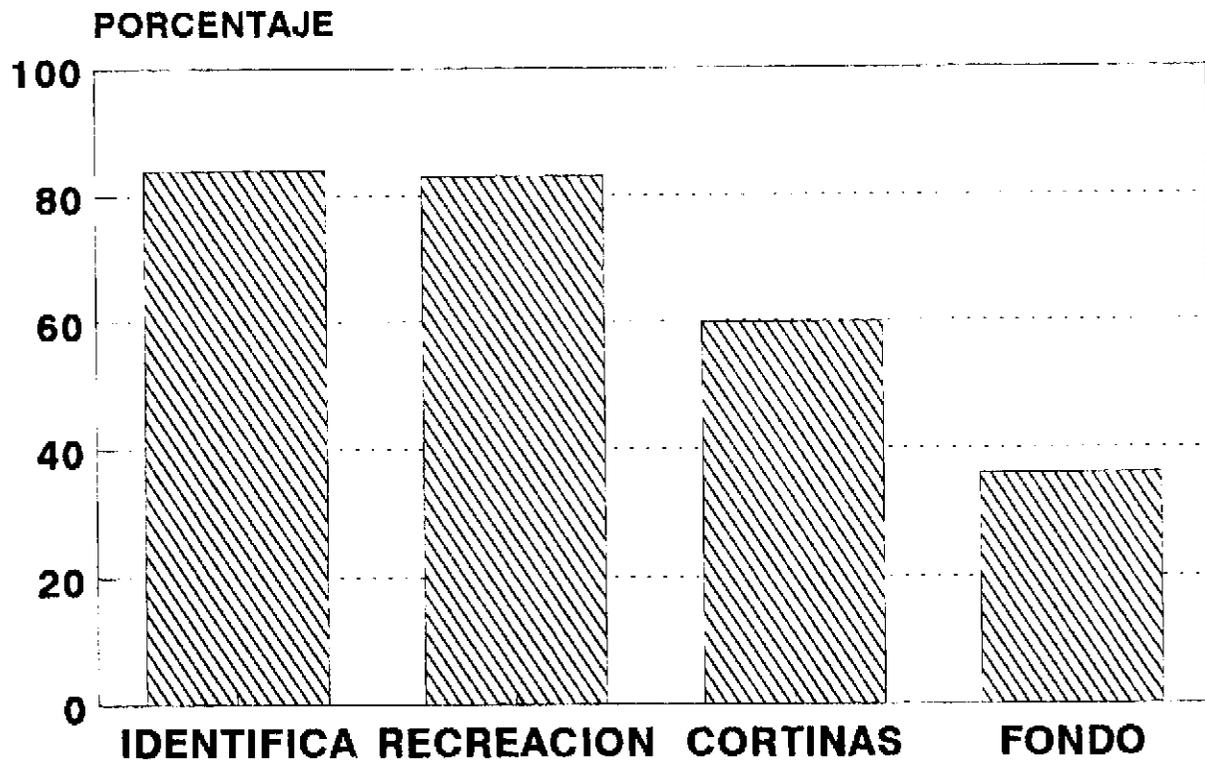
MANEJO DE LA PALABRA

GRAFICA # 4



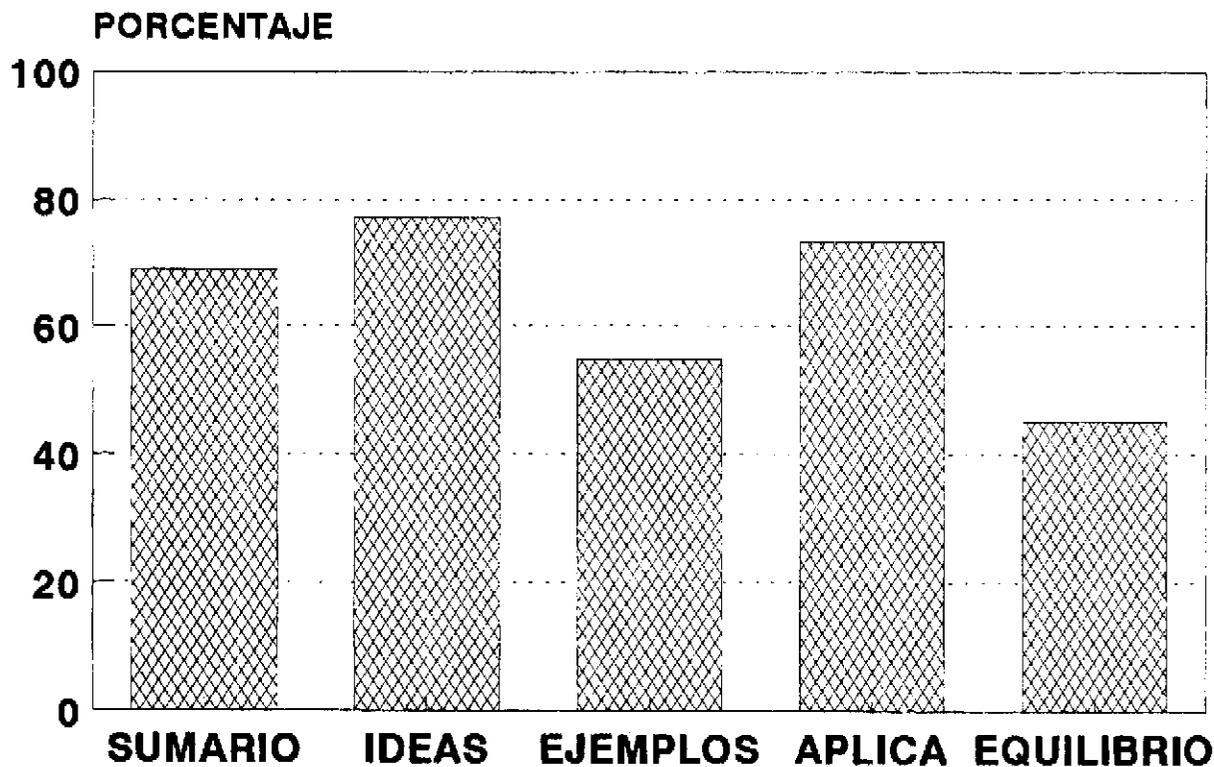
MUSICA

GRAFICA # 5



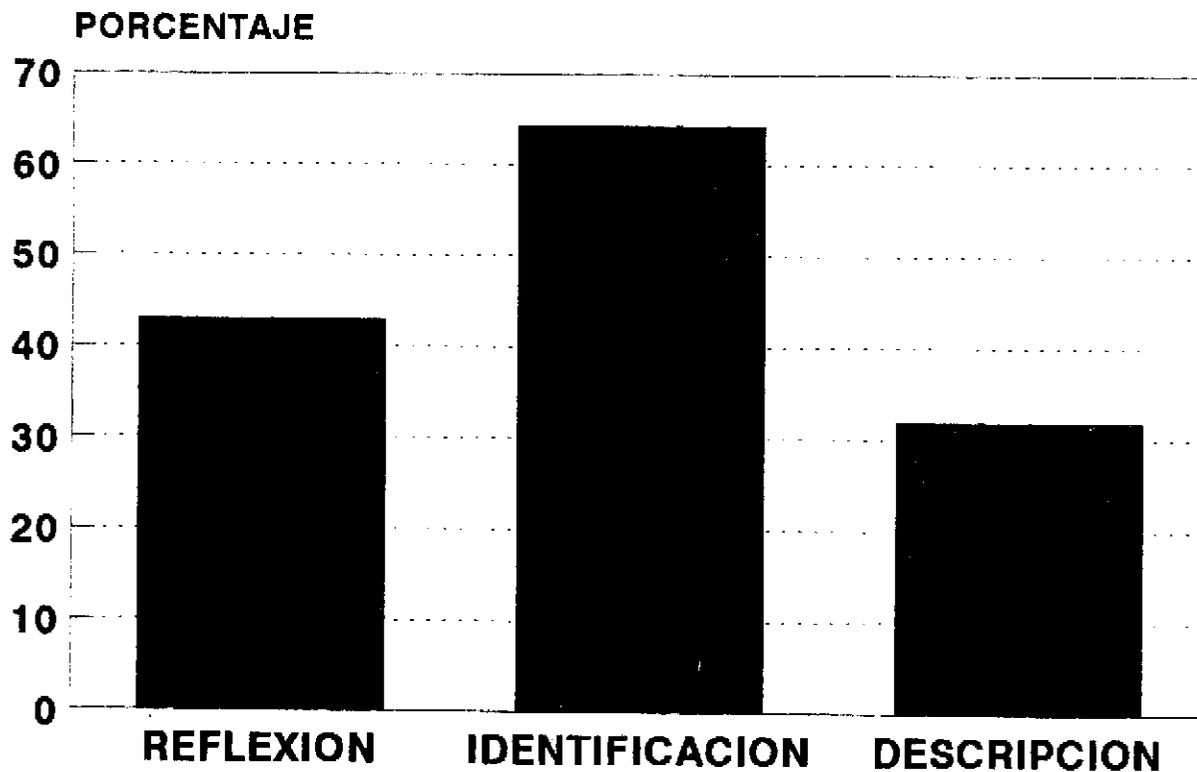
COMPRESION-CLARIDAD

GRAFICA # 6



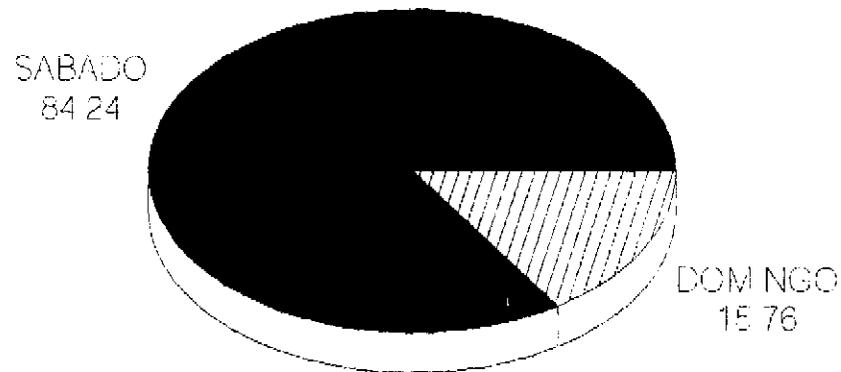
CONTEXTO

GRAFICA # 7



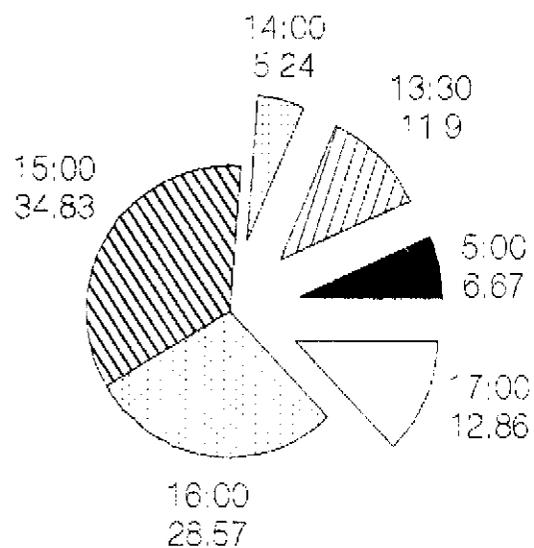
DIA PREFERIDO

GRAFICA # 8



HORA PREFERIDA

GRAFICA # 8-A



NARRATIVA-BELLEZA

GRAFICA #9

