

El uso de medios de comunicación masiva como herramienta de interacción y de implementación del proyecto BEISA3 - agroecología y alivio a la pobreza en Bolivia

The use of mainstream media as a tool for interaction and implementation of agroecology and poverty alleviation in Bolivia- BEISA3 project

Zulema Camacho Huarachi^{1*}

¹Agroecología Alivio de la Pobreza en Bolivia Proyecto Beisa 3, Universidad Mayor Real y Pontificia San Francisco Xavier de Chuquisaca. Calle Calvo # 132, Sucre, Chuquisaca, Bolivia.

*helidah_@hotmail.com

Resumen

Este trabajo de investigación pretendió identificar el uso de medios de comunicación en la interacción Proyecto con sus Beneficiarios desde la perspectiva comunicación para el desarrollo propuesta en la Estrategia Integral de Comunicación y Difusión Proyecto BEISA 2012-2014. Para ello se realizó un proceso de indagación y así conocer la percepción de los principales involucrados. El proyecto BEISA3 como emisor, conformado por: investigadores, técnicos, consultores, pasantes, y tesistas quienes realizan investigaciones en temas agroambientales en las comunidades Parque Nacional Área Natural Manejo Integrado Serranía del Iñaño del Departamento Chuquisaca (Bolivia). Por otro lado, los agricultores de las diferentes comunidades que viven en el PN-ANMI Serranía del Iñaño. La interacción de estos dos grupos es mediante el uso de medios de comunicación en sus diferentes formas y tipos.

Palabras clave: Agroecología, interacción, Medios de comunicación.

Introducción

La comunicación es un proceso de interacción, desde sus orígenes como disciplina, se ha asociado casi exclusivamente al estudio de los medios de difusión masiva y esta afirmación plantea según Galindo (2003) la comprensión del espacio conceptual de la comunicología en cuatro dimensiones: la difusión, la estructuración, la interacción y la expresión.

Los medios de difusión colectiva, se refiere a la interacción, con esto la a comunicación interpersonal en sus múltiples dimensiones, abordadas desde diferentes perspectivas: sociológica, cultural, humanista, funcionalista, crítica. La interacción a través de medios de difusión se manifiesta entre dos personas o más, que tienen intereses comunes, este proceso se cumple previa codificación de mensajes y difundidos a través de un medio o canal.

Las instituciones, entidades públicas o privadas de cualquier dimensión tienen un propósito, el cual es considerado como un bien social en la relación con sus beneficiarios. En la actualidad se plantea la comunicación para el desarrollo. Es así que Beltrán (2005), en su trabajo sobre comunicación para el desarrollo en Latinoamérica, expone que la *“comunicación es un apoyo al desarrollo, es el uso de los medios de comunicación – masivos, interpersonales o mixtos como factor instrumental para el logro de las metas prácticas de instituciones que ejecutan proyectos específicos en pos del desarrollo económico y social”*, además añade: *“Es la creación, gracias a la influencia de los medios de comunicación masiva, de una atmósfera pública favorable al cambio que se considera indispensable para lograr la modernización de sociedades tradicionales mediante el adelanto tecnológico, el crecimiento económico y el progreso material”*. Por lo que se define, el uso de medios de comunicación son una herramienta indispensable de interacción, por medio de procesos de transmisión de información, educación y alcance de proyectos de desarrollo social y agroproductivos.

Para este trabajo se ha centrado el caso específico del proyecto BEISA3. Con el fin de evaluar el grado de interacción a través de medios de comunicación con sus beneficiarios. Para ver si posibilita un mejor

desempeño del proyecto en trabajos investigación y extensión con las comunidades que trabaja buscando un cambio social, a través de tres áreas estratégicas: agroecología, agrobiodiversidad y agroforestería.

Una de las estrategias integrales del proyecto, fue el uso del sistema de comunicación para el posicionamiento y difusión de las actividades de BEISA3. A través de medios masivos de comunicación para difundir los resultados y actividades que desarrolla BEISA3 con las comunidades, municipios, técnicos, docentes, estudiantes e instituciones, con los cuales trabaja en el Área Protegida Serranía del Iñao. Todo ello para cumplir uno de sus objetivos específicos *“Promocionar el enfoque de conservación de la biodiversidad a través de su uso”*. La cuestión del trabajo fue responder si ¿Los medios de comunicación utilizados por el proyecto BEISA3, es un medio de interacción adecuado con los agricultores para cumplir sus objetivos específicos?

Materiales y Métodos

El proyecto de Agroecología y Alivio de la Pobreza en Bolivia BEISA3, es un proyecto de investigación, dependiente de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad San Francisco Xavier de Chuquisaca (UMRPSFXCH), este apoya al desarrollo sustentable del área protegida Parque Nacional y Área Natural de Manejo Integrado Serranía del Iñao en el departamento de Chuquisaca. El PN-ANMI Serranía del Iñao, se encuentra ubicado en el departamento de Chuquisaca, creado en el año 2004, el cual es parte de los municipios de Villa Vaca Guzmán, Villa Serrano, Padilla y Monteagudo. “Tiene una superficie total de 2.627,69 km²; la categoría de Parque Nacional cuenta con 1.422,4 km² y el Área Natural de Manejo Integrado con 1.205,29 km². Ésta última categoría, tiene por objeto la conservación de la biodiversidad y el desarrollo sostenible de las poblaciones; las cuales están vinculadas a la producción de cultivos de la zona como el maíz, ají, maní, papa entre otros”. (Lozano, 2014: 24).

Tiene como población beneficiaria a las comunidades del Parque Nacional Área Natural Manejo Integrado Serranía del Iñao. Específicamente trabaja con siete comunidades: Potreros y Quoyu Orckho del Municipio de Villa Serrano; Pedernal y

Las Casas del Municipio de Padilla; Azero Norte y San Pedro del Zapallar del Municipio de Monteagudo; Iripiti del Municipio de Villa Vaca Guzmán.

Además, el proyecto posee un equipo en el área comunicacional, que en su tercera fase trabajó realizó la implementación de la “Estrategia integral de comunicación y difusión, el cual es fundamentada en la teoría de la comunicación para el desarrollo con el enfoque para el cambio social.

Tamaño muestral

En este sentido se ha trabajado en tres fases: 1) identificó los medios y materiales comunicacionales utilizados por el proyecto BEISA3 en la interacción con los agricultores, el cual se refiere al uso frecuente de determinados medios comunicación; 2) realizar un sondeo sobre los medios y materiales a través de los cuantos agricultores recibieron información del desarrollo o resultados de las investigaciones; 3) se comparó la información obtenida del proyecto BEISA3, con la información de los beneficiarios en cuanto al uso de medios de comunicación.

La revisión bibliográfica de los diferentes medios y materiales de comunicación utilizados por BEISA3, se obtuvo a través de diferentes técnicas de investigación aplicadas. Se ha realizado entrevistas semiestructurada para obtener información respecto a la producción de materiales comunicacionales del Proyecto. El cuestionario se aplicó a los responsables de las áreas estratégicas, coordinación del proyecto. Además, se realizó la encuesta a 14 funcionarios del proyecto que trabajan en la ciudad de Sucre: de los cuales 3 de administración, 1 técnico extensionista, 3 consultores, 5 responsables de áreas de trabajo del proyecto, la secretaria y la coordinadora.

Asimismo, se aplicó encuesta a los agricultores en tres comunidades de las 7 siete comunidades con los cuales trabaja el proyecto. Para ello se realizó el muestreo probabilístico, con el 30% de la población, es decir, una muestra con un nivel elevado de representatividad (Ramírez, 1999: 91), a través de la siguiente fórmula planteado Hernández et al (2006).

$$N = (NZ^2 pq) / (d^2 (N-1) + Z^2 pq) \quad (1)$$

Dónde: p= proporción aproximada del fenómeno

en estudio en la población de referencia =0,5; q= proporción de la población de referencia que no presenta el fenómeno en estudio =0,5; Z= El nivel de confianza deseado 90% calculado =1,645; N= Tamaño del Universo, d = nivel de precisión absoluta = 0.1. El tamaño muestral representativo por comunidad, fue el siguiente: Azero Norte 14 agricultores, Pedernal 24 informantes y Zapallar 48 informantes.

Análisis de los datos

Los datos se analizaron relacionando la información obtenida del proyecto con la información obtenida de los agricultores. Estos datos se contrastaron con lo planteado en la estrategia integral de comunicación del proyecto BEISA3.

Resultados

Medios de comunicación utilizados por el Proyecto BEISA3 en la interacción con sus beneficiarios.

BEISA3, como emisor ha realizado actividades, capacitaciones, talleres comunales en base a las investigaciones que se han hecho y a las necesidades identificadas socializando de manera general, para el cual ha elaborado materiales comunicacionales, en un porcentaje elevado son los medios alternativos como los más utilizados por el proyecto para la difusión de sus servicios o actividades a realizarse; así como boletines, afiches, plegables, trípticos, entre los más usuales (Fig. 1).

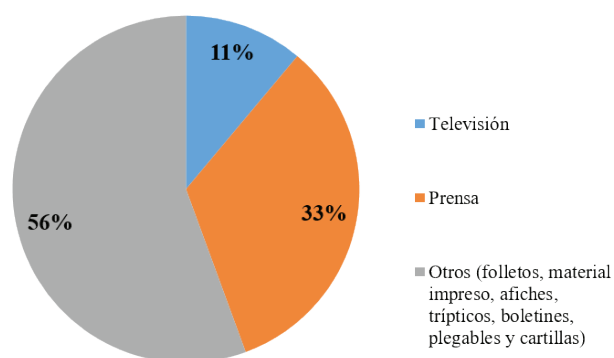


Figura 1. Medios de comunicación utilizados por el proyecto BEISA3 en la difusión de sus servicios o actividades en las comunidades.

En cuanto a cantidad, BEISA3 ha realizado una cantidad considerable de actividades, trabajos comunicacionales talleres, cursos de capacitación y socialización de los resultados de diferentes investigaciones realizadas (Fig. 3). Con respecto al indicador claridad: del total de los encuestados, el 79% considera que los mensajes han sido elaborados con mayor claridad posible entendible y comprensible. En las actividades comunicacionales realizados en las comunidades los materiales comunicacionales distribuidos a los agricultores según la opinión de BEISA tiene bastante utilidad (Fig. 3).

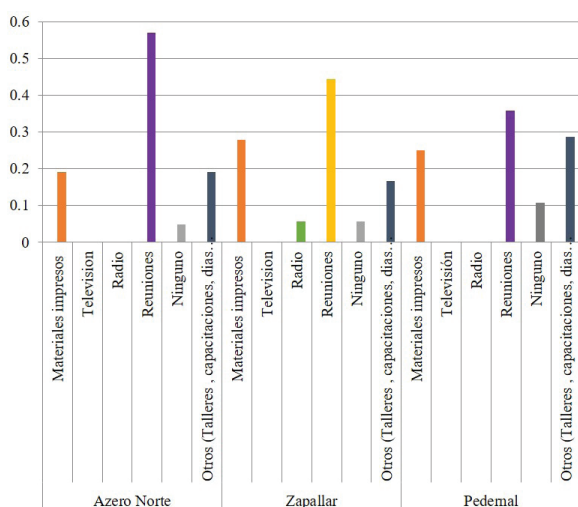


Figura 2. Los medios de difusión por el cual (es) recibieron los beneficiarios (n=64) la información de las investigaciones realizadas por BEISA3.

Gran parte de los encuestados considera con todo lo que se produce, se informan las investigaciones. Por lo que, cumple con las expectativas formuladas; ayuda a difundir el conocimiento que genera; los resultados llegan a beneficiarios directos; se transmite investigación relevante y pertinente. Además, son tomados en cuenta en el momento de su realización de los materiales de difusión y a través de estos materiales se puede explicar los alcances del Proyecto. Otro porcentaje considerable indica, que no el material de difusión no ha llegado a lograr cumplir o tiene poca incidencia en el área rural, de manera que las expectativas son bajas por los agricultores. BEISA3 produce parcialmente material de difusión, lo que incide en el desconocimiento de las actividades y fines del proyecto (Fig. 9).

La entrevista aplicada a los responsables de las

áreas de investigación y a la coordinadora del Proyecto Beisa 3, permitió recabar datos generales acerca del trabajo que viene realizando en las comunidades del Área Protegida Serranía del Iñaño y en la ciudad de Sucre. En cuanto a sus objetivos y funciones; las actividades como talleres, capacitación, conferencias, realizadas; los materiales comunicacionales producidos para la difusión y capacitación se ha realizado de manera continua sin embargo no se ha evaluado el impacto, y alcance de los diferentes materiales comunicacionales producidos y difundidos.

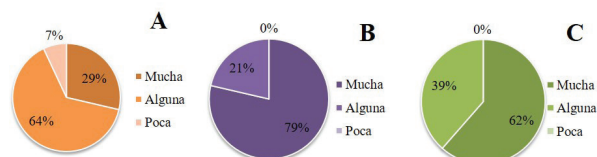


Figura 3. Evaluación interna (n=14) de dos elementos de comunicación (mensajes y medios) en el Proceso de comunicación Proyecto – Beneficiarios: A: cantidad; B: Clairidad; C: Utilidad.

Los medios y materiales de comunicación mediante el cual (es) se informan los beneficiarios de las diferentes actividades del proyecto BEISA3.

Los beneficiarios directos de BEISA3 reciben información de temáticas que se trabajan y se investigan en sus comunidades a través de la forma de comunicación directa: las reuniones y talleres al cual asisten los jefes de familia o líder dependiendo de las características de cada familia y comunidad; en estas actividades realizadas se apoyan con los materiales impresos que se distribuyen durante la realización (Fig. 2 y 7).

La mayor parte de los beneficiarios conocen de los trabajos e investigaciones que realiza BEISA3 (Fig. 4). Sin embargo, un porcentaje considerable conoce muy poco porque simplemente escuchó por comentarios de sus vecinos de la existencia de estas actividades. Quien participa con generalidad es el esposo, en la mayoría de los casos no suele impartir sus conocimiento e informaciones que recibe en las reuniones y talleres realizadas. Otro porcentaje no conoce nada de las actividades del proyecto, el cual se debe a que las distancias largas afectan en la participación en actividades, como es el caso de los agricultores de la comunidad Pedernal (Fig. 5 y 6).

Asimismo, las preferencias por los medios de comunicación por parte de los agricultores para informarse de las diferentes actividades de proyecto es la radio en las tres comunidades evaluadas (Fig. 8) Y esto puede generalizarse con las otras comunidades, básicamente son los medios alternativos y radio como medio masivo de comunicación. Asimismo, escucha los diferentes programas en los horarios específicos muy temprano en las mañanas antes de salir al trabajo y en la noche después del trabajo (Fig. 11).

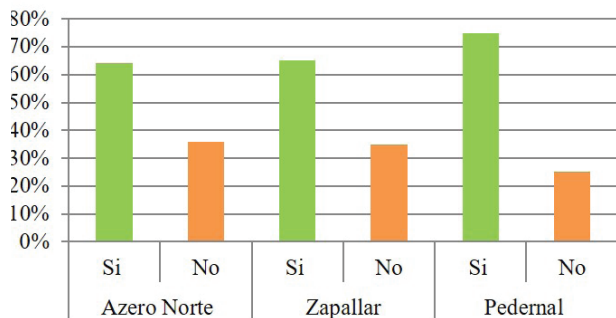


Figura 4. Información externa de beneficiarios (n=64) que conocen de las investigaciones realizadas por el proyecto en su comunidad.

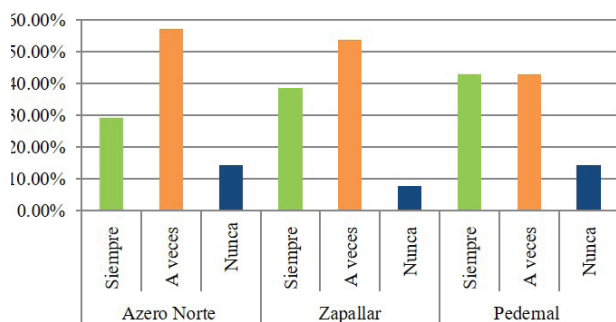


Figura 5. La información que reciben los beneficiarios (n=64) del Proyecto BEISA3 en temas de erosión de suelos.

Relación de información, medios de comunicación Proyecto - Beneficiarios

La elaboración de materiales comunicacionales y difusión de mensajes a través de estos medios existe congruencia con los medios a través de los cuales los agricultores reciben información del proyecto (Fig. 1) y (Fig. 2) Y no así con lo que se plantea en la estrategia integral.

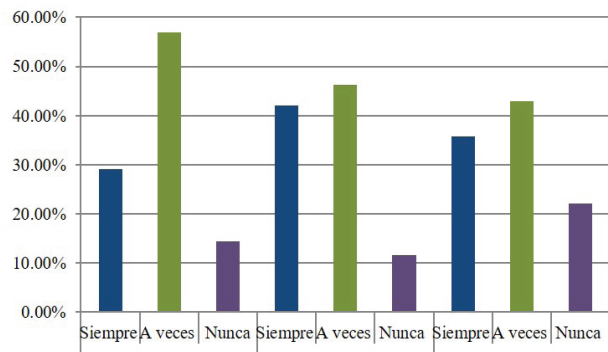


Figura 6. La información que reciben los beneficiarios (n=64) del Proyecto BEISA3 en temas manejo de plagas y enfermedades.

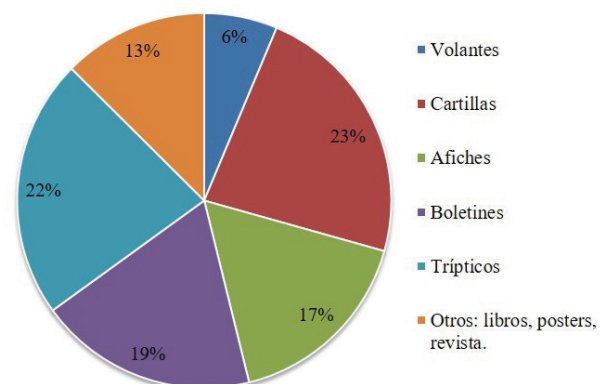


Figura 7. Materiales comunicacionales realizados por el proyecto BEISA3. Opinión interna del proyecto (n=14).

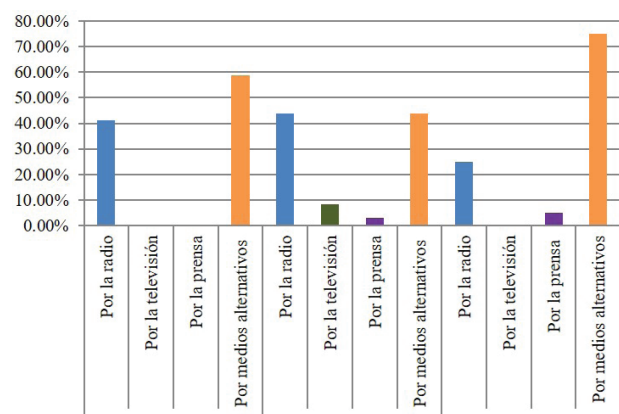


Figura 8. Preferencia por los medios de comunicación para recibir información externa beneficiarios (n=64).

Discusión

La investigación realizada permitió determinar los siguientes aspectos de relevancia: “Comunicar es persuadir y persuadir, buscar efectos. De esta manera la comunicación se convierte en una herramienta

más de gestión orientada a la consecución de los objetivos estratégicos de la empresa o institución” (Navarro, 2012:11). En ese sentido cabe realizarse la pregunta ¿Por qué es importante la planificación de comunicación para el Proyecto Beisa 3? Algunas de las razones para planificar la comunicación de manera estratégica en BEISA3 se encuentran en la necesidad de que haya coherencia entre la comunicación interna (Proyecto BEISA3) y externa los (beneficiarios). Asimismo, trabajar de acuerdo a los objetivos planteados porque si se diseña una estrategia es con un propósito “Las estrategias de Comunicación se conciben para definir los criterios básicos de comunicación (interna, externa y marketing) durante un periodo de tiempo” (Hernández, 2002) y los criterios básicos con carácter anual.

Aunque la relación es estrecha en el manejo de medios de comunicación proyecto con los agricultores sin embargo los datos proporcionados por los informantes no coinciden con los gustos o preferencia hacia los medios de comunicación que son elaborados por BEISA3.

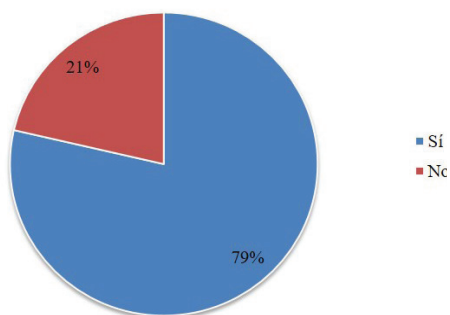


Figura 9. Aceptación sobre los materiales comunicacionales producidos alcanzan objetivos previstos del proyecto (n=14).

Conclusiones

Los mensajes elaborados emitidos alcanzaron un porcentaje considerable, sin embargo, esto ha tenido poco impacto para los beneficiarios directos: porque no acostumbran leer, los agricultores están más pendientes de sus actividades diarias; el nivel lenguaje usado en la elaboración de los mensajes que se han difundido mediante medios impresos, principalmente los alternativos, es bastante técnico. La evaluación del manejo de medios de comunicación no se realiza por falta de coordinación y continuidad se dejó a un lado. El Proyecto ahí se ve en dificultades, se elaboran informaciones, datos; pero no se tiene conocimiento

de cuál es la mejor vía para que los resultados sean compartidos y sean sostenibles en el tiempo.

En porcentaje, en cuanto a comunicación elaboración de materiales comunicacionales se considera un 70 a 80 % de avance pero con respecto a los resultados del proceso de capacitación y difusión no se tiene datos por lo que no se hace evaluación de los mismos. Los medios de comunicación utilizados por el proyecto en su interacción con los agricultores según los datos de BEISA es la forma directa la comunicación tradicional a través de talleres, reuniones, o días de campo; en el cual se utilizó como materiales de apoyo los minimedios: boletines afiches y cartillas.

Según los datos que dieron a conocer los mismos agricultores. Ellos reciben información del Proyecto BEISA3 a través de reuniones y los medios impresos. A partir de los datos obtenidos se determinó que no hay pertinencia directa en cuanto a la elaboración y uso de estos medios de comunicación en este caso son los minimedios asimismo no existe pertinencia con los objetivos planteados en la estrategia en el cual se propone el uso de medios masivos de comunicación. La elaboración del mensaje con un “lenguaje sencillo, fácil, directo, preciso, de tal forma que en el documento se pueda organizar una idea o proposición de forma clara, logrando que las personas entiendan los puntos importantes” (BEISA 2012).

Según los informantes tanto del Proyecto BEISA3 como de los agricultores en la interacción Proyecto – Beneficiarios no se ha utilizado ningún medio masivo de comunicación el cual responde básicamente a Prensa, Radio y Televisión.

Los materiales comunicacionales utilizados como los minimedios tienen diseño llamativo, con contenido bien estructurado y el lenguaje es totalmente técnico y no responde a la realidad de los agricultores si bien en un 90% a 95 % de los agricultores encuestados manifiesta que han entrado a la escuela y saben leer y escribir, lo contradictorio es que no acostumbran leer, menos escribir por diferentes razones la principal es la sociocultural. Asimismo, la interacción a través de diferentes medios de comunicación no responde al enfoque de comunicación para el desarrollo se sigue trabajando desde la perspectiva funcionalista comunicación vertical.

Referencias

- Beltrán, L. 2000. Investigación sobre Comunicación en Latinoamérica. Universidad Católica Boliviana. La Paz
- Beltrán, L. 2005. La comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: un recuento de medio siglo. Documento presentado al III Congreso Panamericano de la Comunicación. Julio 12-16, Buenos Aires. [01-VIII-2014]. Disponible en: <<http://www.portalcomunicacion.com/both/temas/lramiro.pdf>>
- Fabbri, M. 2012. Técnicas de investigación. [16-VII-2014]. Disponible en: <<http://www.fhumyar.unr.edu.ar/escuelas/3/materiales%20de%20catedras/trabajo%20de%20campo/solefabri>>
- Folgueiras, P. (2009) Métodos y técnicas de recogida y análisis de información cualitativa. [29-VII-2014]. Disponible en: <<http://www.fvet.uba.ar/postgrado/especialidad>>
- Galindo, J. 2003. Notas para una comunicología posible. Elementos para una matriz y un programa de configuración conceptual-teórica”, México. [23-IX-2014]. Disponible en : <<http://www.geocities.com/arewara/arewara.htm>>
- Hernández, R., C. Fernández, & P. Baptista. 2006. Metodología de la investigación
- Lasswell, H. D. 1984. Estructura y Función de la Comunicación en la Sociedad. En: Moragas, M. (eds) Sociología de la Comunicación de Masas. Ed. Gustavo Gili. 2da. edición. Barcelona
- Lozano, R. M. Barrientos, P. Kudsk & Acebey R. 2013. Malezas de los Agroecosistemas del Parque Nacional y Area Natural de manejo Integrado Serranía del Iñao. Sucre - Bolivia.
- Ministerio de Desarrollo Sostenible y Planificación. 1997. Proyecto de zonificación agroecológica y socioeconómica de dos áreas piloto del departamento de Chuquisaca. Sucre. Bolivia.
- Schramm, W. 1964. Mass media and national development: the role of information in the developing countries, Stanford University Press & Unesco California.
- SERNAP. 2004. Parque Nacional y Área Natural de Manejo Integrado Serranía del Iñao. Servicio Nacional de Áreas Protegidas. Sucre.
- Ramírez, A. 2004. Metodología de investigación científica, Ed. Pontificia Universidad Javeriana Colombia. [9-VIII-2014]. Disponible en: <<http://www.javeriana.edu.co/ear/ecologia/documents/>>