

El estudio de línea de base en un Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural

- 5.1. Los principios y el propósito de un estudio de línea de base en un Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural
 - 5.1.1. ¿Qué es un Estudio de Línea de Base?
 - 5.1.2. Los principios de un estudio de línea de base
- 5.2. Las conclusiones del Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural y su uso para centrar el estudio de línea de base
- 5.3. El diseño del estudio de línea de base
 - 5.3.1. La formulación del propósito del estudio
 - 5.3.2. La formulación del enunciado del problema
 - 5.3.3. Los principios y la justificación de la investigación
 - 5.3.4. La revisión de la literatura
 - 5.3.5. El establecimiento de los objetivos del estudio
 - 5.3.6. La metodología
- 5.4. La implementación de la línea de base en el campo
 - 5.4.1. La revisión del cuestionario con base en los resultados del Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural
 - 5.4.2. La validación del cuestionario de la línea de base
 - 5.4.3. La implementación de la línea de base en el campo
- 5.5. La presentación de las conclusiones del estudio
 - 5.5.1. La presentación de las conclusiones del estudio de línea de base
 - 5.5.2. La preparación del informe del estudio de línea de base
 - 5.5.3. La síntesis de las conclusiones del Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural y del estudio de línea de base

Objetivo

Explicar como se diseña e implementa un Estudio de Línea de Base en un *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural*

Al final del capítulo usted podrá:

1. Recordar por qué un estudio de línea de base es importante para la planificación de un programa de comunicación
2. Utilizar los resultados de un *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* para enfocar los estudios de línea de base
3. Diseñar una propuesta de investigación para una línea de base
4. Realizar un estudio de línea de base en el campo
5. Presentar los resultados del estudio de línea de base

5.1. Los principios y el propósito de un estudio de línea de base en un Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural

5.1.1. ¿Qué es un Estudio de Línea de Base?

Un estudio de línea de base es una encuesta descriptiva que cruza secciones y que, principalmente, proporciona información cuantitativa sobre el estado actual de una situación particular - sobre un tema de estudio - en una determinada población. Su fin es cuantificar la distribución de ciertas variables en la población de estudio en un punto en el tiempo.

Involucra la sistemática recolección y presentación de datos para dar una descripción clara de una situación particular cuando relaciona: ¿Qué? ¿Quién? ¿Dónde? ¿Cuándo? ¿Por qué? ¿Cómo? y normalmente cubre sólo una muestra de la población. Si el estudio de línea de base cubre la población en su totalidad, recibe el nombre de censo.

En un *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural*, un estudio de línea de base genera información sobre los niveles de conciencia, conocimiento, actitudes y prácticas de una población dada, sobre los temas seleccionados, en un área geográfica específica.

El estudio de línea de base se repite cuando se termina la implementación de un programa de comunicación, con el fin de medir los cambios que hayan ocurrido en el tiempo respecto a las características que fueron estudiadas antes de empezar el programa.

5.1.2. Los principios de un estudio de línea de base

Hay muchas y buenas razones para llevar a cabo un estudio de línea de base junto con un *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural*. Mientras éste recolecta y presenta la información cualitativa sobre la comunidad, la línea de base expresa sus resultados de manera cuantitativa. Algunas de las razones para conducir los estudios de líneas de base aparecen a continuación:

- Los estudios de línea de base cuantifican los resultados del *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* y sirven como medio de triangulación y verificación de los resultados del diagnóstico, de forma estadística.
- Los resultados de los estudios de línea base debido a su naturaleza estadística, a menudo pueden convencer y justificar ante quienes toman decisiones, de la necesidad de implementar un programa de comunicación para un problema específico o para un proyecto.
- Si se comparten los resultados de un estudio de línea de base con la comunidad, podría estimular la gente hacia la acción. Si los resultados son positivos, se podrá demostrar a

la comunidad que ya están haciendo buen trabajo y que deben continuarlos. Cuando los resultados son negativos, también pueden servir como catalizador para discutir con la comunidad sobre los medios de acción más apropiados.

- Los estudios de línea de base se usan para perfilar la estrategia de comunicación apoyando la segmentación de los grupos interactivos prioritarios, afinando los objetivos de comunicación y centrando el contenido de los materiales de los medios.
- Los resultados de la línea de base muestran la dispersión y el uso de los distintos medios en la comunidad; proveen información sobre los medios preferidos por los diferentes grupos y por lo tanto sirven de guía para la selección de los medios más apropiados sean estos tradicionales o modernos, para utilizar en el programa de comunicación.
- Los estudios de línea de base sirven como un punto de referencia para una comparación posterior o para estudios de impacto para evaluar si se lograron los objetivos de comunicación.
- Si el estudio de línea de base es conducido debidamente, los resultados de las encuestas, podrían generalizarse y utilizarse para comunidades con características similares.

5.2. Las conclusiones del Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural y su uso para centrar el estudio de línea de base

Las conclusiones del *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* son la base para el diseño de un estudio de línea de base; además, proporcionan información cualitativa sobre los conocimientos de la población de una determinada comunidad y lo que perciben como un problema; proporcionan indicaciones y sirven de guía sobre las necesidades de esa comunidad en particular y en lo que se debe concentrar el estudio de línea de base.

- Por consiguiente, el *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* es una guía para los asuntos más importantes de la investigación a partir del estudio de línea de base.
- El *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* podría proporcionar una guía y en algunos casos el marco muestral para la selección de los hogares y las personas a entrevistar para obtener la información más relevante en el estudio de línea de base. Es especialmente importante cuando no se puede obtener un marco muestral por parte de las autoridades y en esos casos, se utilizan como marco muestral los mapas sociales dibujados por la comunidad.

5.3. El diseño del estudio de línea de base

Se prepara una propuesta preliminar de línea de base y un cuestionario con la información secundaria disponible que con las conclusiones del *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* se centran y se refinan antes de validarse e implementarse.

5.3.1. La formulación del propósito del estudio

Se formula un propósito preliminar del estudio de línea de base. Por lo general, el propósito de la mayoría de estos estudios de líneas de base, es determinar de una forma cuantitativa la actual

situación de una comunidad y valorar las percepciones de la población, los niveles de conciencia, el conocimiento, las actitudes y las prácticas relacionados con los asuntos del desarrollo bajo la investigación cualitativa del *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural*. El propósito del estudio ayuda a la formulación del tema de estudio o título.

5.3.2. La formulación del enunciado del problema

Un enunciado claro del problema ayuda al futuro desarrollo de la propuesta de investigación, en la selección de los objetivos y la metodología para el estudio. Además, facilita la identificación de datos secundarios e informes los cuales podrían enriquecer el estudio en preparación.

5.3.3. Los principios y la justificación de la investigación

Es muy importante afirmar claramente por qué debe llevarse a cabo la investigación propuesta. Con frecuencia, es preciso demostrar la particularidad de un nuevo estudio. Para lograrlo, es inevitable estar seguros de que el estudio propuesto no es una duplicación de otros estudios ya realizados sobre el tema y señalar la posible utilización de los novedosos resultados. Un buen enunciado del problema deberá apoyar la formulación de una justificación convincente para el estudio de línea de base.

5.3.4. La revisión de la literatura

La revisión cuidadosa de literatura reduce las probabilidades de que el estudio propuesto duplique un trabajo que ya se ha realizado sobre el tema a investigar; descubre lo que otros han aprendido e informado sobre los temas a investigar; familiariza a los investigadores con otros tipos de metodologías ya utilizadas para el estudio de estos temas y pueden proporcionar una justificación convincente sobre la necesidad de llevar a cabo el estudio propuesto.

5.3.5. El establecimiento de los objetivos del estudio

La formulación apropiada de los objetivos, ayuda a centrar el estudio de línea de base y reduce las posibilidades de recolectar información que no se precisa para entender y resolver el problema de la investigación; los objetivos apuntalan la organización del estudio en partes o fases definidas. Los objetivos específicos facilitan el desarrollo de la metodología de investigación y proporcionan un marco de trabajo para la recolección, análisis, interpretación y utilización de los resultados del estudio.

Normalmente, en un *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* hay dos conjuntos de objetivos para el estudio de línea de base: un conjunto especifica el enfoque en términos del tema de la investigación, mientras el otro conjunto trata con los elementos de comunicación que serán medidos.

Cuando se formulan los objetivos del estudio es necesario tener en cuenta:

- Los objetivos deben cubrir los diferentes aspectos del problema y sus causas en una secuencia coherente y lógica.
- Los objetivos se deben escribir en forma clara y en términos operacionales, especificando exactamente lo que se debe hacer, dónde y con qué propósito.
- Los objetivos deben ser realísticos y considerar las condiciones locales.
- Para la formulación de los objetivos, se deben usar verbos activos, específicos y que permitan indicar una medición. Los verbos activos pueden ser: determinar, comparar,

Los métodos de muestreo

Muestreo aleatorio simple: el primer paso es describir toda la lista de las unidades de análisis, lo que constituye un marco muestral. Cada unidad tiene una posibilidad de ser seleccionada entre toda la población. Una manera de obtener marcos muestrales es usando los mapas sociales dibujados por la misma gente que muestran hogares individuales.

Cuando el marco muestral está listo, se seleccionan los respondientes al azar. La selección al azar significa que el equipo no tiene preferencia sobre las unidades (áreas, grupos, hogares o individuos) que constituirán la muestra. En una selección al azar o aleatoria, cada unidad tiene la misma oportunidad de selección, que es independiente de cualquier otro evento en el proceso de selección. En otras palabras, este procedimiento sirve como un chequeo sobre los prejuicios conscientes o inconscientes del investigador. Previene que el investigador pueda seleccionar casos que apoyen las conclusiones del *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* o sus afirmaciones sobre el tema bajo estudio. Es como una lotería. Por ejemplo, el investigador puede escribir los nombres de la gente en una comunidad en un pedazo de papel, ponerlos en un sombrero o en una caja, y sacar de allí, el número de nombres requeridos.

Muestreo aleatorio sistemático: Otro de los métodos para seleccionar una muestra de la población es con el uso de muestras con un intervalo. Significa que todas las unidades están numeradas y sólo las unidades que aparecen después de un cierto intervalo, o con una cierta distancia, se incluyen en el estudio. Por ejemplo, se selecciona cada quinta casita en el poblado, como una unidad a ser entrevistada.

Con el muestreo aleatorio simple y con el aleatorio sistemático, es posible asumir que si se entrevista a la gente cuyos nombres han sido seleccionados de la lista total, el estudio tendrá una representación razonable de la opinión de la gente. Sin embargo, sólo será posible si la población de la comunidad es homogénea: la misma edad, género y otros. Se deben utilizar otros procesos para asegurar que se toman en cuenta estas diferencias cuando se toma la muestra.

Muestra probabilista estratificada: Significa que se divide la población en distintos subgrupos, de acuerdo a algunas características importantes, por ejemplo género, raza, posición socio-económica, distribución geográfica, etc. A continuación se selecciona una muestra aleatoria de cada subgrupo o sección.

Si la proporción de la muestra escogida de cada subgrupo, es la misma proporción de la del subgrupo en relación al total de la población entonces este subgrupo estará razonablemente representado. Por ejemplo, si en el total de la población el 55 por ciento de los hogares tienen como jefe de hogar a un hombre, el 45 por ciento tienen como jefe de hogar a una mujer. La muestra estratificada de hogares, de acuerdo a la jefatura de hogar, deberá tener el 55 por ciento a un hombre como cabeza de hogar y el 45 por ciento tendrá a una mujer como cabeza de hogar.

Muestreo probabilístico por racimos: Envuelve el uso de marcos muestrales que identifican racimos o aglomerados de unidades numeradas. Un racimo o aglomerado es una unidad de muestreo con un número de unidades enumeradas. Típicamente la población se divide en racimos o aglomerados mutuamente exclusivos y exhaustivos basados en criterios geográficos, administrativos o políticos.

El muestreo probabilístico por racimos o aglomerado se puede realizar siguiendo los siguientes pasos:

1. Hacer la lista de los racimos o aglomerados
2. Seleccionar los racimos o aglomerados

3. Hacer la lista de las unidades enumeradas en los racimos o aglomerados seleccionados
4. Seleccionar una muestra de las unidades enumeradas

Por ejemplo:

1. Hacer la lista de los poblados
2. Seleccionar los poblados
3. Hacer la lista de las madres del grupo de niños de 12 a 59 meses
4. Seleccionar la muestra de las madres

Estos pasos se llaman estratos o niveles en la terminología de muestreo y los planes de muestreo se categorizan a menudo, en términos del número de estratos o niveles. Por ejemplo, en un caso de muestreo de un racimo o aglomerado simple se toma en cuenta un solo estrato o nivel, y en el caso de muestreo de racimos o aglomerados múltiples, se analizan generalmente dos o más estratos o niveles.

El tamaño de la muestra

Una parte esencial en la planificación de una investigación es la decisión sobre el número de personas que será necesario estudiar para lograr los objetivos del estudio. Una fuerte creencia entre los investigadores se refiere a que entre más grande sea la muestra más representativa y por lo tanto los resultados serán más precisos. Con frecuencia, el número se decide sólo a partir de la logística determinada por los recursos disponibles para el estudio como el tiempo, los recursos humanos, los fondos, el transporte. Por otra parte, entrevistar a más gente de la estrictamente necesaria, es una pérdida de tiempo, de dinero y de los otros recursos, usualmente muy limitados. En general, la Tabla No. 5 podría servir de guía sobre el tamaño de una muestra con relación al número de personas de la población.

Tabla 5: ¿Cuál es el tamaño adecuado de una muestra?

Número Total del Grupo	Número sugerido de la muestra	Porcentaje
100	15	15
200	20	10
500	50	10
1000	50	5

Las herramientas y los procedimientos para la recopilación de datos

Las herramientas y los procedimientos para la recopilación de datos, permiten la recolección sistemática de la información pertinente al objetivo del estudio de línea de base. Éstas incluyen la observación y los cuestionarios administrados a través de entrevistas cara a cara. Para las líneas de base en un *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural*, se recomiendan el cuestionario administrado y la observación. La observación implica recolectar la información relacionada con los temas de la investigación, mirando, escuchando, inspeccionando y grabando la información o actividades que merezcan atención. Una guía inicial sobre qué observar, ayuda a hacer esta actividad en forma sistemática.

Se pueden utilizar preguntas estructuradas o cerradas, y preguntas semi-estructuradas o abiertas para el cuestionario. Las preguntas estructuradas o cerradas son frases rígidas, que contienen alternativas de respuestas previamente delimitadas; las preguntas semi-estructuradas o abiertas dejan espacio para indagar, no delimitan de antemano las alternativas de respuesta. El cuestionario debe precodificarse para facilitar la recolección de datos y su análisis.

Tabla 6: Ejemplo de un cuestionario precodificado

1. Sexo	1. Hombre	<input type="checkbox"/>
	2. Mujer	<input type="checkbox"/>
2. Grupo de Edad	1. 15 - 20 años	<input type="checkbox"/>
	2. 21 - 30 años	<input type="checkbox"/>
	3. 31 - 41 años	<input type="checkbox"/>
	4. 41 - y más años	<input type="checkbox"/>
3. Lugar del parto	1. Hogar	<input type="checkbox"/>
	2. Hospital General	<input type="checkbox"/>
	3. Hospital Privado	<input type="checkbox"/>

El diseño del cuestionario

Los cuestionarios ayudan a obtener una información precisa y relevante para el propósito del estudio. Cuando se diseña el cuestionario, es necesario tener en cuenta:

- El lenguaje utilizado debe ser apropiado para todos los respondientes. Usar palabras directas y simples que sean familiares a todos.
- Evitar la jerga técnica o conceptos familiares sólo para aquellos con una capacitación especializada.
- Asegurar que las preguntas sean claras y no demasiado generales, complejas o ambiguas.
- Evitar las preguntas con dos respuestas. Las preguntas deben referirse preferentemente a un sólo aspecto o una relación lógica. Es tentador ahorrar tiempo y espacio con preguntas que cubren dos o más temas al mismo tiempo.
- Las preguntas no deben inducir las respuestas. No usar preguntas tendenciosas.
- Asegurar que las preguntas son aplicables a todos los respondientes. Por ejemplo, cuando se pregunta: ¿Cuántos niños tiene? se está asumiendo que el respondiente tiene niños. Preguntas que no aplican son irritantes, confunden, son ambiguas y frustrantes. El respondiente que

capítulo V El estudio de línea de base en un diagnóstico

no tiene niños, dará un número cualquiera para evitar su incomodidad: ¿Él quiere que le de una respuesta, entonces por qué no? Para evitar estos momentos se pueden usar preguntas de emergencia, o saltar las preguntas que no corresponden con los respondientes. Ver a continuación un ejemplo.

Tabla 7: Formato de preguntas de contingencia

<p>¿Ha alimentado alguna vez a su familia con soya?</p> <p>SI ___/ NO ___/</p> <p>Si es afirmativa: ¿Cuándo fue la última vez que alimentó a su familia con soya?</p> <p>___/ Anoche ___/ La semana pasada ___/ el mes pasado ___/ el año pasado</p> <p>___/ no me acuerdo</p>

Tabla 7 a: Un formato típico con instrucciones de pasar por alto o saltar

<p>12. ¿Alguna vez ha sembrado soya?</p> <p>___/ SI (Por favor conteste las preguntas de 13-20)</p> <p>___/ NO (Salte las preguntas 13-20 y vaya a la pregunta 21)</p>
--

La construcción del cuestionario

Lo más importante a tener en cuenta cuando se construyen los cuestionarios, es que las preguntas que se hacen para recoger información, no deben proveer la respuesta al respondiente. Este instrumento deberá ser traducido al lenguaje local, para asegurar que la gente que administra los cuestionarios no invente su propia traducción dando sus propias interpretaciones a las preguntas.

Se puede comenzar el cuestionario con las preguntas menos sensitivas para el respondiente, lo que ayuda a que esté tranquilo y se construya una relación. Se introduce cada sección del cuestionario en forma clara y coherente para el respondiente.

Los cuestionarios de línea de base especialmente en proyectos en operación, contienen las siguientes categorías de información para recolectar de la comunidad. Esta lista también puede ser adaptada para la formulación de un proyecto. En general, esta información debe manifestarse del análisis de resultados del *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural*. Las categorías que aparecen en el listado a continuación, proporcionan los tópicos básicos y los conceptos que deben incluirse en un cuestionario. Además, cubren tanto el tema principal como los asuntos relacionados con la comunicación.

La información demográfica

- Sexo
- Edad
- Ocupación
- Estatus en el hogar
- Estatus en la comunidad
- Nivel de educación

La percepción, la conciencia y el conocimiento sobre el tema

- La percepción de la gente sobre los asuntos, los problemas, las soluciones y oportunidades
- Niveles de conciencia sobre los temas, problemas, las soluciones y oportunidades
- Niveles de conocimiento, y comprensión de los temas, los problemas, las soluciones y oportunidades
- Necesidades de información sobre los temas, los problemas, las soluciones y oportunidades

El campo de la actitud

- Los sentimientos de la gente, las opiniones, las creencias o actitudes sobre asuntos relacionados con los temas principales: necesidades, problemas soluciones y oportunidades
- Niveles de aprobación de los temas

El campo de la práctica

- Las prácticas actuales de la población
- La voluntad de la gente para tratar la idea nueva
- La preparación de la gente para adaptar o adoptar las nuevas ideas
- Los obstáculos percibidos en la experimentación, adaptación o adopción de nuevas ideas
- La tasa de abandono de la gente que inicialmente adoptó la nueva idea
- El por qué la gente no volvió a usar las nuevas ideas

Los sistemas y recursos de comunicación e información

- Los sistemas y recursos de información y comunicación
- Las fuentes comunes de información en la comunidad
- Las fuentes preferidas
- Las fuentes tradicionales
- Las fuentes modernas
- La frecuencia de uso de la fuente
- Los lenguajes

- Los sonidos y melodías asociados con el asunto
- Las imágenes visuales, los símbolos, colores asociados con el asunto
- Animales, insectos, reptiles o cualquier criatura asociada con el tema
- Los eventos e historias asociados con el asunto
- Los olores, los sabores y el tacto asociados con el asunto
- Las demandas positivas y negativas relevantes para el tópico
- Modelos y líderes de opinión de la gente sobre los temas a investigar
- La percepción de la gente sobre el nivel de desempeño de los extensionistas
- Lo que piensa la gente de los extensionistas
- Los comités y la organización en la comunidad

El nivel de participación de la gente

- La habilidad para tomar decisiones relacionadas con los temas del desarrollo
- El sentido de propiedad del proyecto
- El nivel de involucrarse de la gente en la evaluación de necesidades
- El nivel de involucrarse de la gente en la identificación de soluciones
- El compromiso de la gente en el diseño y validación de los materiales de comunicación
- El compromiso de la gente en comités y asociaciones en la comunidad

El análisis de los datos

El análisis de los datos de la línea de base del *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural*, se puede hacer manualmente porque las muestras son generalmente pequeñas, con 100-150 respondientes. Sin embargo, con muestras más grandes, se recomienda el uso de programas de estadísticas para computador. El proceso de análisis de datos, el más simple y popular, se describe más adelante.

La limpieza y el registro de los datos

- Cada día, se deben realizar reuniones con los entrevistadores, comprobar que todas las preguntas fueron respondidas y que todas las respuestas se registraron correctamente.
- Recordar que el cuestionario es precodificado. Los datos recogidos pueden ser grabados o transferidos directamente de los cuestionarios a las hojas de datos o a la computadora. Se presenta a continuación, la muestra de una hoja de datos para recoger la distribución de edad de siete respondientes por género. Los datos sobre otras variables, como el grado de conciencia, etc., deberán grabarse también en estas hojas.
- Enumerar cada variable sobre la hoja en el mismo orden que aparece en el cuestionario. En un estudio pequeño todos los códigos pueden entrar en una sola hoja grande y usarla para el análisis de datos.

La hoja de datos

Las figuras 1 a 7 en el encabezado de las columnas representan cada respondiente, mientras que 1 representa un respondiente en el grupo indicado por edad, y 0 indica que no hay más respondientes en el grupo por edad.

Los respondientes

Tabla 8: Ejemplo de una hoja de datos

Variable	1	2	3	4	5	6	7	Total
Edad								
Menos de 20	1	0	0	0	0	0	0	1
21 - 25	0	1	0	0	0	0	0	1
26 - 30	0	0	1	0	0	0	0	1
31 - 35	0	0	0	0	0	0	0	0
36 - 40	0	0	0	0	0	0	0	0
41 - 45	0	0	0	0	1	1	0	2
46 - 50	0	0	0	0	0	0	0	0
51 - 55	0	0	0	0	0	0	1	1
56 - 60	0	0	0	1	0	0	0	1
Sexo								
Hombres	1	0	1	0	1	0	1	4
Mujeres	0	1	0	1	0	1	0	3

En esta hoja puede apreciarse que hay cuatro hombres y tres mujeres en la muestra. También se puede identificar el número de hombres o de mujeres en cada grupo de edad. Por ejemplo, hay un sólo respondiente en el grupo de edad de menos de 20 y es un hombre.

El análisis con una sola variable

Es el examen de una sola variable, por vez, con el fin de establecer la descripción y distribución. El formato básico para hacerlo, es conectando a todos los respondientes individuales bajo el estudio, en términos de la variable en cuestión. Por ejemplo, en un estudio que se propone encontrar los puntos de vista de los pobladores sobre el agua de pozo, todas las edades de los respondientes (los casos individuales) se pueden enumerar así: 10, 20, 45, 62, 33, 15, 28.

Aunque la lista proveerá los detalles completos de las edades de todos los respondientes, es engorroso. La alternativa es utilizar porcentajes que expresen las conclusiones. Por ejemplo, se puede reportar que X por ciento de los respondientes tenían entre 10 y 15 años de edad, y el Y por ciento tenía entre 16 y 20 y así sucesivamente.

Tabla 9: La edad de los respondientes en un estudio de línea de base (hipotéticamente)

Bajo 35	9%
36 - 45	21%
46 - 55	45%
56 - 65	19%
66 y más años	6%

De esta tabla se puede observar con facilidad que el mayor grupo de edad que participó en el estudio, es actualmente de 46 a 55.

El análisis con dos variables

- Se utiliza una tabla de dos entradas, o de tabulado cruzado, para analizar dos variables con el propósito de describir y explicar la relación entre ellas. Por ejemplo, asumir que el estudio en la Tabla 9 es sobre los puntos de vista de los interrogados sobre el agua de pozo. Asumir que tanto hombres como mujeres fueron entrevistados.

En la Tabla 10, podría verse como una instancia de la comparación de un subgrupo. Mientras describe cada grupo en forma independiente, también muestra en forma comparativa y descriptiva que las mujeres que se entrevistaron consideran el agua de pozo más segura de lo que la consideran los hombres.

¿Está de acuerdo que el agua de pozo es tan segura como la consideran los hombres?

Tabla 10: La relación entre dos variables - género y agua potable

	Hombres	Mujeres
Están de acuerdo	63%	75%
No están de acuerdo	37%	25%
	100%	100%
Total número de respondientes	200	200
Número que no respondió	12	5

La misma Tabla, vista como un análisis explicativo de dos variables dice una historia diferente. Sugiere que la variable género tiene un efecto sobre la variable seguridad del agua potable. En esta instancia no se está hablando de hombres o mujeres, sino de la variable independiente género, como una influencia tanto en la muestra como en la percepción de la población sobre el agua potable.

El análisis con múltiples variables

- Se utiliza este proceso para analizar más de dos variables al mismo tiempo y encontrar las relaciones entre ellas. Por ejemplo, cuando hay necesidad de examinar simultáneamente los efectos de género, edad, clase social sobre la seguridad del agua potable, se puede usar el análisis multivariable. Si revisamos el ejemplo sobre la actitud hacia el agua potable descrito con anterioridad: se espera que la edad tenga que ver con las respuestas; que para los jóvenes es más fácil que para la gente anciana, estar de acuerdo sobre lo saludable que es el agua de pozo a comparación con el agua de otras fuentes.

El primer paso será dividir el total de la muestra en varios subgrupos basados en los atributos de género y edad, esto es hombres y mujeres, hombres jóvenes y mujeres jóvenes. A continuación estos subgrupos se describirán en términos de la variable dependiente y luego se llevará a cabo la comparación.

¿Está de acuerdo con que el agua de pozo es más saludable que el agua de otras fuentes?

Tabla 11: Una relación multivariable de género, edad y agua potable

	Bajo 30		30 y más	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
De acuerdo	90%	78%	60%	48%
No están de acuerdo	10%	22%	40%	52%
Total	100%	100%	100%	100%
Total número de respuestas	100	100	100	100
Número que no respondió	2	10	3	2

Esta tabla es ineficiente pero correcta. Aún, para simplificar los resultados, pueden presentarse como en la Tabla siguiente. Observe que la sección de *no están de acuerdo* se ha quitado.

¿Está de acuerdo con que el agua de pozo es más saludable que el agua de otras fuentes?

Tabla 12: La relación multivariable expresada en porcentajes

	Hombres	Mujeres
Bajo 30	78%	90%
Respondientes	100	100
30 y más	48%	60%
Respondientes	100	100

5.4. La implementación de la línea de base en el campo

5.4.1. La revisión del cuestionario con base en los resultados del Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural

Se utilizan las conclusiones para afinar las preguntas de la entrevista. Generalmente, es necesario dejar o añadir preguntas, dependiendo del resultado del diagnóstico.

5.4.2. La validación del cuestionario de la línea de base

Utilizar de 7-10 personas de la comunidad como respondientes, que sean semejantes a la actual muestra del estudio para la validación. La validación permite determinar si ambos, tanto los entrevistadores como los respondientes comprenden las preguntas; confirmar la relevancia de las preguntas y de los datos que se recolectarán. Se utiliza para saber el tiempo que tomará la administración del cuestionario. Generalmente, administrar un cuestionario no debe tomar más de 45 minutos a una hora. Si se toma más tiempo, será necesario acortarlo sin perder de vista los aspectos importantes. Este ejercicio de validación se utiliza para equiparar las técnicas de entrevista y exploración y grabación de los entrevistadores. El cuestionario se revisa una vez más y se incorporan los resultados de la validación.

5.4.3. La implementación de la línea de base en el campo

Asegurar que el estudio y su fin son conocidos con anterioridad por cada persona en la comunidad. Notificar a las autoridades públicas importantes, por ejemplo, a los alcaldes, las asociaciones de productores, etc., antes de comenzar el estudio.

Explicar por ejemplo, que el estudio no tiene relación con la adquisición de tierras, los impuestos o el servicio militar.

Familiarizarse con el cuestionario, para cuando se lea al respondiente sea preciso y más un estilo de conversación. Es más fácil administrar el cuestionario si el respondiente piensa que él o ella, tienen una conversación en lugar de un interrogatorio.

La entrevista debe realizarse, en lo posible, en el lugar que se llevan a cabo las actividades relacionadas con el estudio que se está realizando. Por ejemplo, si el estudio es sobre la erosión en las fincas, se puede conducir la entrevista en la finca de la gente.

Es necesario mostrar mucho respeto para el respondiente, para ganar su confianza y resolver los posibles miedos antes de administrar el cuestionario. Es necesario que el respondiente se sienta importante debido a que tiene la información que se necesita para el estudio y asegurarle, que las respuestas que proporcione permanecerán en el anonimato. Es necesario explicar a cada uno de los respondientes la naturaleza, el propósito y el tiempo requerido para “discutir” el cuestionario. Para motivar a los respondientes, enfatizar el valor, la importancia y los beneficios que el estudio tiene para ellos. Los respondientes tienden más a cooperar si piensan que ellos serán beneficiados por el estudio.

El entrevistador es un recolector neutral de información. La presencia del entrevistador no debe afectar la percepciones que el respondiente tiene sobre la pregunta, ni las respuestas esperadas. El entrevistado no debe pensar que él debe dar ciertas respuestas.

Hacer sólo las preguntas relevantes a los respondientes. En un estudio sobre control de natalidad, será irrelevante preguntar a los hombres si toman píldoras para el control de la natalidad o, al estar frente a un hombre, preguntarle si es de sexo masculino.

Explorar e indagar

Algunas veces el entrevistador necesita inquirir, explorar las respuestas especialmente cuando el respondiente contesta una pregunta de tal forma que obliga al entrevistador a hacer un juicio sobre el significado de la respuesta del respondiente. Por ejemplo, cuando se presentan múltiples categorías como *de acuerdo*, *muy de acuerdo*, *no estoy de acuerdo*, *desacuerdo fuertemente*, *no sé*, un respondiente podría dar una respuesta que no encaja en alguna de estas categorías diciendo algo como “es verdad”. Es necesario animar al respondiente con palabras como “puede decir si está de acuerdo o no estoy de acuerdo”. Muchas veces también es necesario explicar al respondiente por qué se requiere una respuesta “concreta.”

Asegurar, al final de la entrevista, que todas las preguntas importantes han sido respondidas y preguntar si el respondiente tiene otras preguntas sobre el estudio. No hay que olvidar darles las gracias al respondiente por su colaboración y por su tiempo.

La supervisión

El equipo de entrevistadores debe ser supervisado cada día, porque son quienes administran los cuestionarios en el campo asegurando que los datos y la información no procesada que se recolecta de los respondientes, es de buena calidad. Es necesario verificar al azar a los entrevistadores, cuando están en el campo para cerciorarse de que están haciendo las preguntas correctamente.

A los entrevistadores se les debe hacer un resumen al final de cada día, con el propósito de conocer las experiencias que han tenido durante el día y las dificultades que han enfrentado. Si ellos encuentran que es difícil recolectar cierta información debería ser obvio durante el resumen y encontrar una solución. Es necesario documentar las dificultades en caso de que sea necesario explicar ciertas discrepancias durante el análisis y la presentación de los resultados.

5.5. La presentación de las conclusiones del estudio

Planear y conducir una línea de base es un gran logro, pero también podría ser una gran pérdida de tiempo y de energía del equipo, si no se presentan sus logros en una forma persuasiva y efectiva. Para hacer una buena presentación, es esencial definir las varias audiencias para las presentaciones y pensar desde un comienzo cómo adaptar esta presentación para éstas, para ganar la simpatía y una mejor comprensión.

5.5.1. La presentación de las conclusiones del estudio de línea de base

Lo primero que es necesario hacer, después de recoger y analizar los datos de la línea de base, es escribir un informe aplicando tablas, gráficos, anécdotas (o palabras textuales de los respondientes), diagramas para clarificar los resultados. Utilizar audiovisuales en la forma de video, fotografías e inclusive, el drama para dar énfasis a la presentación. Al finalizar la preparación del informe de línea de base, se debe integrar con las conclusiones del *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* para producir un informe comprensivo y único para la investigación de comunicación.

5.5.2. La preparación del informe del estudio de línea de base

El resumen ejecutivo

Es un resumen de no más de una hoja y media y deberá contener en forma muy resumida, las mayores conclusiones del estudio y su significado como también las recomendaciones. Debe escribirse de tal forma que la gente que no tiene tiempo para leer un informe completo pueda tener una idea de la esencia rápidamente. Si el equipo tiene éxito en escribir esta parte del informe en forma persuasiva, podría hacer que la gente deseara leer el informe completo.

La introducción

Deberá tener las siguientes secciones:

- Antecedentes y justificación del estudio
- Dónde y cuándo se llevó a cabo el estudio
- Quién financió el estudio
- Quién dirigió el estudio
- Qué métodos fueron utilizados, cómo fue seleccionada la muestra y por qué
- Los problemas prácticos y las limitaciones encontradas
- La confiabilidad de los resultados

La presentación de las conclusiones

Esta sección es el corazón del informe. Debe señalar las conclusiones del estudio y sus implicaciones con los objetivos y propósitos del estudio. Aquí deben aparecer los cuadros, las tablas, los gráficos que deben explicarse con una narrativa. Los contenidos de las tablas y los gráficos no se repiten en la narrativa, en su lugar se le demuestra al lector la importancia de estos resultados y su relación con los asuntos en discusión.

Las conclusiones y recomendaciones

Esta es la otra parte del informe, que la gente aunque con mucha prisa si quiere leer. Entonces es necesario dedicarle tiempo para pensarla antes de escribirla. No se deben hacer reclamos sin una justificación muy bien fundamentada, porque muchos lectores miden todo el trabajo a partir de la calidad de esta sección. No se debe asumir que las conclusiones y las recomendaciones quedan fundidas en la piedra. Deben verse como un punto de partida para la discusión e inclusive para debatir sobre la línea de acción a tenerse en cuenta para los asuntos encontrados en el estudio.

A menudo la veracidad y la realidad de los resultados son cuestionadas durante las presentaciones. Se debe estar preparado para defender las conclusiones en una forma diplomática pero enfática de acuerdo a la información que se posee.

La bibliografía

Se escribe la lista de libros, publicaciones y documentos consultados para preparar el estudio.

5.5.3. La síntesis de las conclusiones del Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural y del estudio de la línea de base

Cuando se ha finalizado el informe de la línea de base, debe ser integrado con las conclusiones del *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* para producir un informe comprensivo y único para la investigación de comunicación.

Cómo planificar y conducir un diagnóstico participativo de comunicación rural y un estudio de línea de base

- 6.1. Identificar y definir los asuntos cruciales
- 6.2. La preparación y la planificación para el campo
 - 6.2.1. Conducir un análisis preliminar de la situación, usando el marco de referencia para el análisis de la situación
 - 6.2.2. Definir el propósito preliminar de la investigación
 - 6.2.3. La selección de las comunidades que participan en el estudio
 - 6.2.4. Diagnóstico de la situación de la comunidad (incluyendo la revisión de los datos secundarios)
 - 6.2.5. La preparación de la guía metodología para el Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural (incluyendo las herramientas iniciales para el diagnóstico)
 - 6.2.6. El diseño preliminar de un plan para el estudio de la línea de base
 - 6.2.7. La preparación de una propuesta de investigación
 - 6.2.8. La preparación para el campo
- 6.3. La recolección de datos en el campo para el Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural
 - 6.3.1. Vivir con la comunidad
 - 6.3.2. La construcción de confianza y empatía
 - 6.3.3. Mantener sesiones productivas con la comunidad sobre el Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural
 - 6.3.4. Descubrir la información y los conocimientos esenciales con la comunidad
- 6.4. Análisis y síntesis de las conclusiones del Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural
 - 6.4.1. El análisis y la reflexión con la comunidad
 - 6.4.2. Las reflexiones diarias del equipo del Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural
 - 6.4.3. El análisis sumativo y la síntesis
 - 6.4.4. El informe a la comunidad

- 6.5. La preparación y la conducción del estudio de línea de base
 - 6.5.1. La selección de los respondientes
 - 6.5.2. Ajustar el propósito, la justificación y los objetivos del estudio de línea de base
 - 6.5.3. La preparación y la traducción del cuestionario convenido para el estudio
 - 6.5.4. La validación del cuestionario
 - 6.5.5. La administración del cuestionario
 - 6.5.6. El análisis de las conclusiones
- 6.6. La síntesis y la presentación de los resultados del Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural y del estudio de línea de base
- 6.7. Los pasos a seguir

Objetivo

Presentar una guía paso a paso para la planificación y la implementación de un *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* y un estudio de línea de base en el campo.

Al final del Capítulo, usted podrá:

1. Preparar un *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* y un estudio de línea de base para el campo.
2. Descubrir información esencial con la comunidad aplicando el *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* y el estudio de línea de base.
3. Analizar, sintetizar y presentar los resultados del *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* y del estudio de línea de base.
4. Preparar los próximos pasos.

6.1. Identificar y definir los asuntos cruciales

* Identificar y definir los temas cruciales determinados por la comunidad, la organización o el proyecto que ha solicitado un *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural*. "Este primer paso provee el marco de referencia para centrar la evaluación porque el diagnóstico nunca se conduce en un vacío". Se implementa siempre como la base para el diseño de una estrategia de comunicación para tratar con asuntos cruciales que necesitan atención.

Los asuntos cruciales se relacionan con situaciones no deseadas que necesitan mejorarse, problemas que necesitan soluciones, las necesidades de la población que se deben enfrentar, e ideales que la población desea lograr para mejorar sus estrategias de vida. Las estrategias de vida a su vez, frecuentemente están conectadas con los problemas de la comunidad y con necesidades que tienen que ver con la agricultura, la provisión de alimentos y la nutrición, la salud, la educación, el agua potable y la sanidad; pobreza, mejoras en las fuentes de ingreso y un buen gobierno.

Para entender mejor los asuntos cruciales, es necesario:

* Consultar y entrevistar a quienes toman las decisiones o a los oficiales de la organización y de la comunidad que solicitan un *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural*, para identificar sus intereses, planes, y políticas relacionadas con los asuntos cruciales que se están considerando. La lista a continuación identifica algunos de los actores claves que deben ser consultados en este momento:

- Los tomadores de decisiones del gobierno
- Los tomadores de decisiones de la comunidad
- Los tomadores de decisiones de las agencias e instituciones relacionadas con los asuntos cruciales
- Los directores del proyecto y su personal
- Los especialistas en los asuntos cruciales
- Los facilitadores de campo y los extensionistas

* Recopilar y revisar los siguientes documentos, los publicados y los no publicados, relacionados con estos asuntos cruciales para obtener la información de referencia:

- Los documentos sobre políticas relacionadas con el tema de desarrollo o con los objetivos del proyecto
- Los documentos con los logros y las actividades de la comunidad o de la agencia que solicita el *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural*
- Los documentos e informes del proyecto
- Los materiales sobre el tema que se va a investigar
- Los documentos técnicos sobre los asuntos críticos
- Los informes sobre investigaciones realizadas con anterioridad sobre los asuntos críticos.

* Consultar las fuentes secundarias con el fin de recabar más información, como:

- Las bibliotecas; los centros de estadísticas; los periódicos; los centros de medios masivos como la radio, la televisión; Internet; archivos; los donantes; las universidades; las oficinas distritales y provinciales; etc.
- Recopilar toda la información relevante que se ha recolectado de las fuentes secundarias como un documento de referencia para la propuesta y eventualmente para el informe del diagnóstico.

6.2. La preparación y la planificación para el campo

6.2.1. Conducir un análisis preliminar de la situación, usando el marco de referencia para el análisis de la situación

* Usar la Hoja de Trabajo que aparece más adelante, para analizar los asuntos cruciales presentados por el proyecto o por la organización que requiere el *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* para definir un marco de trabajo preliminar para éste.

(La Hoja de Trabajo está diseñada para un Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural patrocinado por un proyecto en operación, pero puede ser adaptado para un diagnóstico solicitado por una comunidad o institución).

Los siguientes componentes del *marco de referencia para el análisis de la situación*, son los mínimos que se deben determinar en este punto (Ver Capítulo 2, para la descripción de los componentes):

- El problema de desarrollo
- El propósito del proyecto
- Los principales problemas
- Los objetivos del proyecto
- Los actores participantes en el proyecto
- La percepción del problema por el proyecto (Árbol de problemas)

Hoja de Trabajo 1 Diagnóstico preliminar de la situación (antes del *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural*)

Problema de desarrollo	Propósito del Proyecto	Los problemas principales	Los Objetivos del proyecto	Los actores participantes	Percepción del proyecto Árbol de problemas

6.2.2. Definir el propósito preliminar de la investigación

- Definir el propósito del *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* con un enunciado amplio, que describa el centro general de interés y los resultados que se intentan lograr, lo cual es necesario para tener la orientación general del estudio. No debe enunciarse lo que debe hacerse para alcanzar los resultados. Se conoce el propósito del *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* a partir de los resultados del diagnóstico preliminar de la situación, especialmente el análisis inicial de los problemas descritos por la organización que lo solicita. Se sugiere considerar este enunciado del propósito como preliminar, porque más tarde podría requerirse ajustarlo una vez que se conozcan las comunidades específicas que participarán en el *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural*.

El propósito del *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* debe reflejar la utilización de los resultados del estudio y los tipos de información que tendrán una particular importancia.

Ejemplos del propósito de un *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural*:

- (i) Un *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* de cuatro semanas en tres distritos de Malawi, se propone identificar los sistemas y enfoques de comunicación para mejorar la capacidad de todos los socios participantes con el fin de articular sus puntos de vista, las necesidades, los problemas y las capacidades para decidir acciones con el fin de hacer más sostenibles las estrategias de vida de la comunidad y los programas de seguridad alimentaria.

(ii) Un *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* de dos semanas, en el distrito de Nzongomane, en Swazilandia, se propone compartir conocimientos e información entre el proyecto y la comunidad sobre los modelos de acceso a alimentos en el área y los temas de comunicación asociados para planificar un programa de comunicación.

6.2.3. La selección de las comunidades que participan en el estudio

- Utilizar los resultados del análisis de situación, especialmente el propósito preliminar de la investigación, para seleccionar el área geográfica general donde el asunto en cuestión es más crítico, y de donde se seleccionarán las comunidades que participarán en el *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural*.
- Utilizar los siguientes criterios para la selección:

La posibilidad de implementar un programa de desarrollo

Seleccionar las comunidades donde existe la posibilidad de una respuesta concreta a las necesidades expresadas por la gente durante el *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural*.

La representatividad

Seleccionar las comunidades que sean más representativas social, cultural y económicamente de las comunidades en el distrito o provincia.

La gravedad del problema

Seleccionar las comunidades donde los problemas sean más graves. (Para proyectos en operación el árbol de problemas ayudará a determinar los problemas principales y seleccionar las áreas donde son más graves).

La escasez de proyectos o de actividades de desarrollo

Seleccionar las comunidades que no tienen muchos proyectos de desarrollo.

El aislamiento de los recursos

Seleccionar las comunidades que se encuentran aisladas de los recursos, tales como una red de carreteras pavimentadas, los servicios de salud, agua potable, sanidad, etc. Tratar de evitar durante el ejercicio, las preconcepciones/influencias discutidas en el Capítulo 3.

6.2.4. Diagnóstico de la situación de la comunidad (incluyendo la revisión de los datos secundarios)

Antes de entrar a una comunidad para llevar a cabo un *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* es necesario tener una imagen clara de la población de la comunidad. Para ello es necesario:

- Consultar y entrevistar a personas que conozcan las comunidades, sus intereses y su agenda; su historia, su cultura y su vida económica; estas personas pueden vivir en las mismas comunidades o pueden encontrarse entre el personal de las oficinas del distrito o provincia donde están localizadas las comunidades; pueden ser los facilitadores de campo y extensionistas que trabajan con la comunidad.
- Recopilar y revisar datos secundarios estén o no publicados sobre la situación socio-económica, política, cultural y medioambiental de las comunidades seleccionados. Las fuentes secundarias permiten obtener indicaciones preliminares sobre el lugar donde vive la gente,

sus estrategias de vida, su historia, su cultura y las percepciones sobre los más importantes temas concernientes con su vida.

- Identificar en la comunidad los sistemas y redes tanto tradicionales como modernas de comunicación, la estructura de liderazgo, los niveles de educación, según la información recogida de las fuentes secundarias. La información inicial sobre la población, sus características, el medio ambiente y su grado de desarrollo, permitirá afinar los propósitos preliminares de investigación, seleccionar los sitios y los participantes para el estudio como también preparar la guía metodológica para el *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural*.
- Consultar las fuentes secundarias de información para ampliar los conocimientos sobre la población y hacer un esquema preliminar del perfil de las comunidades, en: las bibliotecas, los archivos, las oficinas distritales y provinciales; los documentos sociológicos y antropológicos de la población; los informes de estudios previos sobre la población y el tema en cuestión; las actas de las organizaciones cívicas; mapas; fotografías; audiovisuales; pinturas y grabados; grabaciones de audio, música, cuentos. ¡Durante el *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* conjuntamente con la gente de la comunidad, posiblemente se obtendrá una imagen diferente de la comunidad!

6.2.5. La preparación de la guía metodológica para el Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural (incluyendo las herramientas iniciales para el diagnóstico)

- Desarrollar una guía metodológica para el *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural*, incluyendo una lista para el chequeo de los posibles asuntos críticos a investigarse con la comunidad y las posibles herramientas y actividades para facilitar la investigación. Esta lista de chequeo es también la lista de las preguntas para la investigación. La información que ya se ha recopilado sobre los asuntos críticos y la comunidad pueden orientar en este ejercicio.
- En el diseño de la guía para el *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural*, es necesario recordar que la información recopilada será utilizada para diseñar la estrategia de comunicación con y para la comunidad, y con otros cuyas acciones y opiniones tengan un efecto sobre la comunidad. En el desarrollo de la lista de chequeo, se empieza de lo general a lo particular, de lo que interesa y no es intimidante, a lo delicado y sensible. Generalmente, los ejercicios del *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural*, fluyen desde el desarrollo del perfil de la comunidad a la identificación y análisis de los NOPS de la población y los temas relacionados con la comunicación.
- Seleccionar las posibles herramientas y técnicas del *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural*, para permitir junto con la comunidad, recolectar información identificada en la lista de chequeo con el fin de alcanzar el propósito del diagnóstico. La lista de chequeo servirá de guía para seleccionar las herramientas y técnicas relevantes para ello. En los recuadros que se presentan más adelante, se sugieren ideas sobre las herramientas y técnicas.

6.2.6. El diseño preliminar de un plan para el estudio de la línea de base

- Preparar un plan preliminar para el estudio de línea de base, el cual se incorporará en la propuesta de investigación. Este plan se basa en la información que se ha recolectado sobre

capítulo VI cómo planificar y conducir un diagnóstico DPCR y un estudio de línea de base

los asuntos críticos y en la lista de chequeo sobre las posibles áreas cruciales a ser investigadas con el estudio.

- Formular el propósito preliminar del estudio y los objetivos (Ver los objetivos y sus principios:
Específicos, medibles, alcanzables, reales y posibles, en un espacio de tiempo).
- Preparar una justificación preliminar para el estudio.
- Describir la metodología del estudio, incluyendo posibles métodos de muestreo y el tamaño de la muestra, tipos de recolección de datos e instrumentos de análisis.

(Ver Capítulo 3: ¿Qué debe lograr el Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural?)

- Hacer un esquema de las posibles categorías de la información que será recolectada a partir de la comunidad.
- Especificar los recursos necesarios para implementar el estudio.
- Desarrollar un plan de trabajo para la preparación del estudio y para su implementación, incluyendo los responsables de cada actividad.

(Ver Capítulo 5: El estudio de línea de base en *el Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural*)

Recuadro 8: Guía para desarrollar la lista de chequeo del Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural

Las siguientes categorías de preguntas son una guía para definir la lista de chequeo:

- ¿Cuál es el perfil de la comunidad según la descripción hecha por la misma población?
- ¿Cuál es la información y los recursos de comunicación, sistemas y redes de la comunidad?
- ¿Cuál es la percepción de la población sobre sus necesidades, oportunidades, soluciones y problemas NOPS, con relación a los asuntos críticos o del proyecto que están bajo discusión?
- ¿Cuáles son los principales problemas inherentes en los NOPS?
- ¿Cuáles son los problemas centrales relacionados con los principales problemas?
- ¿Quiénes en la comunidad y fuera de ella están estrechamente asociados con los problemas centrales (grupos interactivos prioritarios)?
- ¿Cuáles son las características de los grupos interactivos y sus percepciones sobre los problemas centrales?
- ¿Cuáles son las redes de comunicación y las fuentes preferidas de información de los grupos interactivos?

6.2.7. La preparación de una propuesta de investigación

- Diseñar una propuesta que incluya un plan de trabajo y el presupuesto para *el Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* y el estudio de línea de base, en el campo
- La propuesta deberá analizar los tópicos esenciales, que a continuación se enumeran:
 - Introducción
 - El contexto y la información secundaria
 - Los objetivos de la investigación de comunicación en el campo
 - Los lugares para la investigación
 - La información que se debe recolectar
 - Las metodologías de investigación, incluyendo un plan de muestreo
 - El presupuesto
 - Un cronograma completo de las actividades y las personas responsables
 - El nombre y la dirección de la persona a contactar

La siguiente Tabla servirá de guía para desarrollar una propuesta de investigación de campo:

Hoja de Trabajo 2 - Hojas de Trabajo para organización y gestión de la investigación de campo

Objetivo de investigación	Resultados	Actividades	Insumos - incluye presupuesto	Responsabilidad	Tiempo

- Usar los tópicos de los recuadros como un marco de trabajo para describir su propuesta en forma narrativa.
- A medida que se desarrolla la propuesta de investigación, se definen los objetivos de la investigación y los resultados necesarios para lograrlos. Generalmente, los resultados son los informes escritos sobre los logros en el campo. Las actividades son aquellas esenciales y necesarias para implementar el *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* y el estudio de línea de base. Los insumos son los recursos humanos y materiales que se requieren para llevar a cabo las actividades efectivamente (por ejemplo, los viáticos, el transporte, el dinero para la gasolina o petróleo, los materiales para las exposiciones, etc.)

- En la Caja de Herramientas del *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* se encuentra como ejemplo, el esquema de una propuesta de investigación en comunicación, para un proyecto en operación. Se puede adaptar a los intereses propios.

Recuadro 9: Los propósitos de una propuesta de investigación de comunicación

Una propuesta de investigación sobre comunicación puede servir a muchos propósitos:

- Describe el propósito de la investigación
- Esquematiza las preguntas que deben ser respondidas con la investigación
- Describe la logística y el plan de manejo para la investigación
- Esquematiza los recursos necesarios para la implementación de la investigación
- Se puede utilizar para solicitar financiación para la investigación
- Es útil como guía para las actividades de campo: qué se necesita llevar a cabo; quién ha sido seleccionado como punto focal para cada actividad; el cronograma para la realización de la actividad
- Es una guía para analizar los resultados de la investigación y para hacer el borrador de un informe

6.2.8. La preparación para el campo

- Llevar a cabo discusiones preliminares sobre los fines, los procesos, las logísticas del estudio con todas las autoridades del distrito y la provincia, y también con los representantes de las comunidades seleccionadas.
- Llevar a cabo discusiones con los líderes y los representantes de las comunidades seleccionadas para clarificar los propósitos de la investigación y buscar sus consejos y sugerencias sobre el mejor periodo del año para la investigación; el cronograma y los lugares más convenientes para los encuentros con la gente durante el estudio. Obtener el compromiso de los líderes locales y de una amplia muestra de la comunidad.
- Informar con anticipación a las comunidades las fechas de llegada del equipo. Cuando se aproxime la fecha para el estudio, recordar a las autoridades distritales, a las provinciales y a los representantes de las comunidades, que el equipo para el *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* pronto estará en el área.
- Organizar tanto el hospedaje como la alimentación antes de llegar al campo. Se recomienda permanecer con la comunidad, si no es inconveniente para ellos.
- Identificar las agencias e instituciones de desarrollo que estén operando en los sectores que podrían estar relacionados con los asuntos críticos bajo estudio.
- Aproximarse a estas organizaciones e instituciones y discutir el *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* con ellos, buscando su cooperación.

Idealmente, todos los arreglos con la comunidad deberán estar listos, al menos con dos semanas de anticipación a la llegada del equipo a la comunidad.

Recuadro 10: Los problemas de la comunidad tienen muchas causas

De la experiencia de campo se ha observado que muchos de los problemas en una comunidad tienen su origen no sólo en un sector sino en diferentes sectores de desarrollo, lo que significa que si se va a la comunidad enfocando un solo sector, las causas del problema relacionado con este sector podrían venir de otros. Por ejemplo, un *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* para reconocer el incremento de la infertilidad del suelo, encontró que una de las causas del colapso de la tierra fue la sobre-explotación. Según los pobladores la causa se debió en parte, al aumento de la población en la comunidad. Se cae en cuenta inmediatamente, que un estudio que empezó enfocando los problemas del uso de la tierra, cambió gradualmente a la planificación familiar.

6.3. La recolección de datos en el campo para el Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural

6.3.1. Vivir con la comunidad

- trasladarse a la comunidad y vivir con la población. Y si por alguna razón no es posible, tratar de estar lo más cerca posible con la gente, porque permite participar y observar la vida diaria de la gente.

6.3.2. La construcción de confianza y empatía

Cuando se traslada el equipo a vivir con la comunidad para realizar un *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural*, es normal que la población se pregunte qué está haciendo esta gente en la comunidad. La población escuchará y observará la conducta de los recién llegados, y no importa lo que se diga, hará una descripción de estos extraños desde su propio marco de referencia. No es inusual que la presencia de extraños y ajenos a la comunidad cree confusión y que inicialmente generen suspicacia y prudencia entre los miembros de una comunidad; a pesar de las reuniones de información iniciales, la población podría no estar segura y existir aún desconfianza sobre las actividades que se desarrollarán.

La población juzgará el comportamiento de cada día, a pesar de las explicaciones que se les dará sobre la presencia del equipo. A medida que pasa el tiempo, habrá aceptación por parte de algunas personas en la comunidad, que han decidido que no es peligroso tener este equipo y que están genuinamente interesados en aprender y compartir conocimientos con ellos. Es una buena idea conocer cómo la gente interpretó la presencia del equipo entre ellos en un inicio.

Para construir confianza y establecer empatía con la comunidad:

- Explicar inmediatamente se llega a la comunidad, de forma honesta y directa, quiénes son, y por qué están en la comunidad de tal manera que tenga sentido para la población.
- Contar a la comunidad sobre otros estudios que se han realizado en comunidades similares, en el país y señalar los beneficios que traen tales estudios.

- Conocer las costumbres de la población con relación a los extraños y tolerarlas de la mejor forma posible.

Recuadro 11: Los pobladores podrían desconfiar a pesar de los esfuerzos iniciales para construir confianza y empatía. Un ejemplo de Zambia

A pesar de la información enviada por distintos canales antes de la investigación, aún existía un alto nivel de recelo por el equipo del *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural*, por parte de la comunidad cuando se movían por el poblado. El hecho de que el equipo viviera en el poblado con la gente durante todo el período de investigación, no disminuyó la ansiedad y la desconfianza de los pobladores. Para la comunidad, la atención, la humildad y la voluntad de diálogo que el equipo mostró, no tenía precedentes; significó que había otro motivo. La comunidad opinaba este equipo encuestador era enviado por alguna agencia interesada en adquirir sus tierras y trasladar la comunidad a otro lugar.

No fue difícil encontrar las razones para esta aprensión. Primero, la mayoría de las discusiones entre el equipo y los agricultores, sobre los usos y los problemas que tenían, tuvieron lugar alrededor de los campos sembrados. Segundo, la población estaba acostumbrada a que los equipos venían para la capacitación, y a contarles sobre proyectos pre formulados sin haber consultado a la comunidad, pero nunca escuchaban sus problemas. Por lo tanto, la comunidad miró con suspicacia a este equipo humilde y con voluntad de dialogar. El equipo persistió en sus esfuerzos para ganar la confianza de la comunidad consultando con sus personajes más influyentes y con la interacción social con la gente después del trabajo.

6.3.3. Mantener sesiones productivas con la comunidad sobre el Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural

EL CALENTAMIENTO O ANIMACIÓN

- Empezar las sesiones de *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural*, con actividades de animación que permitan romper las barreras de inhibición y timidez que pudieran tener los participantes y prepararlos con entusiasmo para el ejercicio.
- Usar los ejercicios para construir equipo y proporcionar a la gente y al personal del estudio un ambiente de cooperación con el fin de discutir abiertamente.
- Introducir ejercicios que promuevan la creatividad y la expresión entre la gente durante el *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural*.
- Discutir los objetivos, la agenda y los procesos del estudio con la gente, para asegurar que las actividades del *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* sean pertinentes con la realidad de los participantes y concuerden con su programa diario. Escuchar sus sugerencias y no imponer un programa propio porque la gente conoce mejor el tiempo y los días apropiados para llevar a cabo los encuentros.
- Ayudar a la comunidad a desarrollar las reglas y normas que deberán guiar el estudio. Estas son las "reglas del juego" y permiten a todos participar en la decisión de cómo el *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* deberá conducirse. Las reglas ayudan a centrar y hacer productivas tanto las discusiones como las actividades del diagnóstico.

- Asesorar a la comunidad en la selección de un Comité del Estudio, que comprenda un presidente, el oficial de bienestar y un secretario, e identificar sus obligaciones. Generalmente, el Comité de Estudio representará a la comunidad en las varias reuniones del equipo del *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* y asegurará que las actividades se lleven a cabo en forma puntual y ordenada.

(Ver en la Caja de Herramientas los ejercicios que se sugieren para empezar un *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural*.)

LA SEGMENTACIÓN DE LA COMUNIDAD PARA LAS ACTIVIDADES DEL DIAGNÓSTICO PARTICIPATIVO DE COMUNICACIÓN RURAL

- Encontrar con la gente la mejor forma de asegurar que todos los segmentos de la comunidad están interactuando durante el *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural*.
- Usar género, edad, y otros criterios sugeridos por la comunidad para segmentar la población.
- Realizar las actividades del *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* en los grupos que surjan como resultado de la segmentación, lo cual tiene algunas ventajas como se puede observar en el informe del Recuadro 12.
- Mantener a todos los grupos ocupados e interesados. Hay suficientes herramientas para involucrar a todos en el estudio.

Recuadro 12: La segmentación

En un ejercicio de *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* en Namibia, se descubrió que separar la comunidad por género conlleva ventajas para las mujeres. Durante el ejercicio, las mujeres solicitaron realizar las discusiones en forma separada de los hombres. El equipo de extensionistas descubrió en el grupo, que las mujeres productoras pueden expresar sus opiniones sobre cuestiones que ni el equipo conocía, o que pensó eran demasiado sensibles para discutir durante las reuniones. Por ejemplo, las productoras a partir de las revelaciones del calendario de actividades, introdujeron a la discusión cuestiones relacionadas con la inequidad de género en la división de trabajo en la comunidad; también discutieron otras cuestiones delicadas como el alcoholismo de los hombres durante la estación agrícola.

LA CONDUCCIÓN DE LAS ACTIVIDADES DEL DIAGNÓSTICO PARTICIPATIVO DE COMUNICACIÓN RURAL

- Empezar el ejercicio para recolectar información, especialmente en el primer día, con herramientas que la gente encuentre estimulantes y no intimidantes.
- Transferir la tarea a la gente tan pronto como sea posible. En la comunidad uno es un facilitador y el trabajo se refiere a empezar el ejercicio. Cuando la gente esta cómoda con las actividades, entonces es necesario participar como un observador. Se debe transferir el control del ejercicio a la comunidad.
- Asegurar que no dominen el ejercicio ni una persona, ni una parte de la comunidad. Normalmente, en cada grupo existen personas que avasallan los eventos debido a su estatus

o rol en la comunidad, o por su personalidad; también existen personas cuya presencia en un grupo impide el flujo de información. Este tipo de gente puede ser “llevado a pasear” o separado del resto del grupo, así permitiendo que otros miembros del grupo puedan expresarse también.

- Si alguna de las figuras dominantes parece tener información especial, se prepara una entrevista específica con ellos para conocer esa información especial y también como una forma de alejarlos del grupo.

LOS ENERGIZANTES O REANIMADORES

- A medida que el *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* progrese, se pueden proponer juegos y ejercicios conocidos como energizantes o reanimadores, y que también actúan como intermedios entre las actividades, y previenen: el aburrimiento y el letargo, la somnolencia, la pesadez, la pérdida de la creatividad, la falta de participación, el exceso de información.
- Estos ejercicios deben ser apropiados culturalmente con el fin de generar un efecto positivo, por lo tanto es necesario discutir este tema con la comunidad.
- Se sugiere animar a la comunidad para que propongan sus propios ejercicios reanimadores, tales como juegos locales, danzas, canciones, etc.

LA DOCUMENTACIÓN DE LOS EVENTOS DEL DIAGNÓSTICO PARTICIPATIVO DE COMUNICACIÓN RURAL

- Se trata de captar el *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* a través de fotografías, audio, grabación de videos, porque esta documentación audiovisual de la comunidad ofrece una referencia muy importante y efectos sonoros muy útiles para la producción de materiales de comunicación, y además permiten añadir credibilidad a la presentación de las conclusiones del ejercicio a los donantes y las agencias oficiales.
- Siempre es necesario obtener la autorización de la comunidad antes de empezar las grabaciones.
- Las grabaciones deben hacerse con mucha discreción para no distraer a la gente durante los ejercicios del *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural*.
- Cuando es posible acompañar las actividades de campo con una grabadora de video, en las noches se puede mostrar a la población los registros realizados, porque la gente se emociona viendo su imagen en el video, las de sus compañeros y la de su comunidad.
- Es necesario copiar para la comunidad todo el material audiovisual que se genere.

LAS REFLEXIONES DIARIAS

- Cada día después del trabajo o la primera actividad en la mañana, antes de comenzar con otras del *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* con la comunidad, el equipo deberá reunirse para discutir el desarrollo de las actividades. El propósito de estas reuniones es permitir que el equipo reflexione sobre la información que se ha recolectado durante el día, compararla con la información recolectada con anterioridad y asegurar que las preguntas del estudio están siendo respondidas.

- Durante estas reflexiones diarias, el equipo deberá decidir sobre los temas ya cubiertos y los que deben tener más discusión. Estas reuniones son sesiones de mini planificación y revisión de las actividades para el día siguiente y para hacer los ajustes necesarios.
- El Comité del Estudio compuesto por miembros de la comunidad debe también participar en estas reuniones.

Recuadro 13: Las características de un buen facilitador para un Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural

LA EMPATÍA

Un buen facilitador trata de entender los puntos de vista y percepciones de la comunidad aunque sean muy diferentes a los suyos. El facilitador no presiona a la gente para discutir sus planes, pero está alerta para observar el punto de entrada que permita alcanzar los fines del *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural*.

COMPARTIR

El compartir es uno de los pilares más importantes del *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural*. Un buen facilitador anima el intercambio de experiencias, información y conocimiento entre la misma gente, entre la gente y el equipo, entre la gente y las instituciones y organizaciones externas. El facilitador puede ayudar a que la gente “invisible” y el conocimiento escondido se hagan visibles y se compartan entre todos.

LA HUMILDAD

En un *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* la población es la maestra y los miembros del equipo son los aprendices. Si bien es difícil alcanzar, un buen facilitador asegura que estos roles se mantengan a través de todo el estudio, con humildad por parte de los miembros del equipo. Como aprendiz, el facilitador no debe pensar que sus conocimientos son mejores que los conocimientos de la gente en la comunidad y no debe subestimar los conocimientos locales. Es necesario buscarlos y comprenderlos porque muchas de las soluciones a los problemas que se quieren resolver, podrían ya existir en la comunidad.

FLEXIBLE Y ADAPTABLE

Un buen facilitador es flexible y tiene su mente abierta para aprovechar la nueva información, las interpretaciones y mantener el *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* centrado en sus objetivos.

ESTAR ALERTA

Un buen facilitador no habla mucho pero escucha atentamente y pregunta para captar el significado y las implicaciones de lo que la gente está diciendo. Muchas veces es necesario guardar silencio para escuchar a la gente. Los ojos son un instrumento para llevar a cabo la observación directa y captar las señales diferentes de las que captan los oídos. Un buen facilitador documenta los comentarios de la gente sobre su experiencia y toma notas del vocabulario que la gente usa en estas narraciones.

INQUISITIVO Y CURIOSO

Un buen facilitador no se conforma con las primeras respuestas de la gente; debe cruzar información a través de la triangulación repitiendo las mismas preguntas, a diferentes personas, en tiempos diferentes y de diferentes formas. Se utiliza una herramienta para recolectar

información y otra para verificarla. Un buen facilitador asocia las distintas informaciones recibidas con diversas fuentes; no confía sólo en lo que se dice o en lo que pasa; es consciente de que lo que no sucede es tan importante como lo que sí sucede, y lo que la gente no expresa, es tan importante como lo que actualmente ha dicho.

ESTAR LISTO PARA SORPRENDERSE

Un buen facilitador no va al campo asumiendo y juzgando a la gente. Debe estar listo para encontrar nuevas realidades y buscar entenderlas desde la perspectiva de la población.

EL MEJOR JUICIO

Utilizar el mejor juicio, porque el sentido común puede ser de gran ayuda para el facilitador.

6.3.4. Descubrir la información y los conocimientos esenciales con la comunidad

DESCRUBRIR LA COMUNIDAD Y DISEÑAR SU PERFIL

- Tanto los miembros del equipo como los grupos en la comunidad deben usar las distintas herramientas del *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* para describir la situación socio-económica y el medio ambiente en la comunidad, como lo percibe la gente. La Tabla 13 resume la información básica requerida para diseñar el perfil de la comunidad y sugiere herramientas y técnicas para descubrirlo. Revisar el Capítulo 3: ¿Qué debe lograr el Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural? para más detalles sobre las categorías de información. En la Caja de Herramientas se encuentran las instrucciones para utilizar estas herramientas y las técnicas.

Tabla 13: Información para diseñar el perfil de la comunidad

Situación general socio-económica y medio ambiental	
Información	Herramientas y técnicas sugeridas
<p>La geografía de la comunidad (datos espaciales) Medio ambiente, patrones de asentamiento y hogares (características y tamaños) límites, infraestructura, recursos, patrones de uso de la tierra, etc.</p>	<p>Bosquejos de mapas Uso de la tierra Fincas Mapas sociales Mapas de los recursos de la comunidad Transectos y caminatas</p>
<p>La historia de la comunidad Eventos y cambios significativos ocurridos en la vida de la población y en el medio ambiente, patrones de migración, etc. Cómo maneja la gente, los cambios y las circunstancias de vida través del tiempo.</p>	<p>Líneas de tiempo Líneas de tendencias Transectos históricos Mapas y maquetas históricas</p>
<p>Tendencias estacionales Acceso al agua Patrones de enfermedades Acceso a alimentos Actividades agrícolas, etc.</p>	<p>Calendario estacional Calendario estacional de actividades (por género) Diagrama de estrategias de vida Líneas de tendencias</p>

<p>Composición social de la comunidad Individuos relevantes, los grupos y las instituciones en la comunidad y sus relaciones. La relevancia de sus roles y de su estatus en el desarrollo de los temas bajo discusión.</p> <p>El liderazgo en la comunidad y la estructura de poder ¿Quién tiene la autoridad en la comunidad para tomar o para influenciar qué tipo de decisiones? ¿Quién es la gente influyente? ¿Quiénes son los líderes formales y los informales en la comunidad?</p>	<p>Diagrama de Venn Diagrama de vínculos/puntajes Observación Discusión de grupos focales Entrevistas en profundidad Ordenación por rangos - riqueza</p>
<p>Economía de la comunidad Fuentes de ingresos</p>	<p>Mapa de las estrategias de vida Ordenación por rangos - riqueza</p>
<p>Patrón de las relaciones de grupo en la comunidad Los diferente roles de los varios grupos Cómo se ven los grupos unos a otros y sus roles</p>	<p>Calendario estacional de actividades Calendario de las actividades diarias Discusión de grupos focales Juego de roles Observación</p>
<p>La cultura de la comunidad Religión, creencias, costumbres, vocabulario, categorías usadas por los potenciales grupos de interacción para discutir asuntos varios; significados que la población tiene de sus vidas; manera como la población expresa sus emociones y necesidades como canciones, danzas, teatro, artes y colores; sitios culturales; vestuario; posturas y otras expresiones no verbales; conocimientos que la población usa para interpretar sus experiencias y conductas sociales.</p>	<p>Observación participante Grabación audiovisual Fotografías Mapa de poblado Transectos y caminatas Historias y cuentos</p>
<p>Patrón de acceso y control de recursos de la comunidad Determinar los diferentes niveles de acceso y control de los varios grupos que tienen los recursos en la comunidad para asegurar sus estrategias de vida Perfil de acceso y control</p>	<p>El perfil de acceso y control Discusión de grupos focales</p>
<p>Experiencias de la comunidad en el pasado con proyectos y programas de desarrollo ¿Cómo se relacionó la comunidad con estos esfuerzos del desarrollo? ¿Qué aprecia y que no aprecia la población sobre tales proyectos y programas de desarrollo?</p>	<p>Discusión de grupos focales Entrevistas en profundidad La línea del tiempo</p>
<p>Iniciadores de esfuerzos de desarrollo: la población actual y las agencias y proyectos de desarrollo externos en la comunidad</p>	<p>Discusión de grupos focales</p>

IDENTIFICAR Y ANALIZAR LOS RECURSOS, LAS REDES Y LOS SISTEMAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN DE LA COMUNIDAD

- Utilizar la Tabla 14 como guía para determinar los recursos, las redes y los sistemas de información y comunicación al interior de la comunidad. Identificar los tipos de información que cada red produce normalmente.

Tabla 14: Guía para encontrar las fuentes de información de la comunidad

Recursos de Información y Comunicación	Herramientas y técnicas sugeridas
<p>Distribución interna de los recursos de comunicación modernos y tradicionales como radios, patrones de alfabetismo, lugares de encuentro, centros de capacitación, grupos de danza, asociaciones, grupos de iniciación, extensionistas y otros individuos e instituciones influyentes en la comunidad. Identificar sus atributos (por ejemplo fiabilidad, accesibilidad, etc.) y el nivel de importancia en la comunidad.</p>	<p>Mapa de los recursos de comunicación Acceso y control de los recursos de información Diagrama de vínculos Ordenación por rangos por parejas Matriz directa de rangos Puntajes</p>
<p>Los recursos de información externos a la comunidad Recursos externos como compañías de semillas, mercados, remates, etc. y sus atributos (fiabilidad, accesibilidad, etc.) y nivel de importancia para la comunidad. Fuentes distritales, provinciales y nacionales</p>	<p>Diagrama de vínculos Ordenación por rangos por parejas Matriz directa de rangos Puntajes Diagrama de Venn Acceso y control de los recursos de información</p>

Recuadro 14a: ¿Qué es la segmentación?

La segmentación es el arte de agrupar gente e instituciones al interior y al exterior de la comunidad sobre la base de su relación con las necesidades, las oportunidades, los problemas y las necesidades NOPS, identificados por la comunidad. ¿Quién tiene el problema o la necesidad? ¿Quién conoce el problema o la necesidad? ¿Quién está interesado en el problema o la necesidad? ¿Quién está causando el problema o la necesidad? ¿Quién conoce las soluciones y las oportunidades? ¿Quién tiene las destrezas y los recursos para solucionar los problemas o para satisfacer las necesidades?

A través de la segmentación, se identifican tanto los grupos interactivos internos como los externos. Durante el *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* las divisiones dentro de la comunidad con relación a NOPS se tornan más obvias, lo que permite dividir la gente en grupos más consecuentes, definir sus características y diseñar estrategias de comunicación que les sean pertinentes. La información recogida sobre los NOPS y sobre la situación socio-económica y medioambiental de la comunidad, proporciona las bases para identificar los grupos que están más afectados por la situación actual en la comunidad o los cambios en las circunstancias de la población.

Recuadro 14b: La segmentación de acuerdo a los criterios determinados por la estructura de la comunidad: Un ejemplo de Tanzania.

Tradicionalmente se ha creído que son los hombres Masai son los que se hacen cargo del ganado y de otros animales. Las mujeres Masai se han visto con un rol periférico en el cuidado y uso de la ganadería. El *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* entre los Masai del Distrito de Longido de la República de Tanzania, manifestó todo lo contrario. A través del desarrollo del perfil de actividades por género se demostró que de hecho las mujeres pasaban más tiempo con el ganado que los hombres.

Fueron los hombres quienes guiaron las reuniones para el diagnóstico. En lugar de solicitarles que vinieran a lugares específicos, como sucede a menudo cuando gente extraña llega a esta sociedad, el equipo siguió a la gente a sus lugares de trabajo; más tarde se supo que estos eran los lugares convencionales para realizar reuniones. La segmentación del grupo inicialmente se hizo por género y más tarde, dentro del grupo género, por edad. El equipo observó que cuando el ganado se lleva fuera de la "Boma" (corral), donde las mujeres tienen el dominio de su cuidado, el ganado es cuidado por grupos de diferentes edades dependiendo de la edad de los animales. La discusión sobre los animales tuvo en cuenta este aspecto. En otras palabras, las discusiones sobre terneros y sus problemas se tuvo con los jóvenes y niños; la discusión sobre los animales más viejos se realizó con los jóvenes; los mayores participaron en las discusiones cuando se trató la propiedad y el movimiento de los animales. Se observó que estos grupos entraban y salían de la reunión dependiendo de la edad y del tipo de animal que estaba en discusión. Por ejemplo, si la discusión era sobre terneros, se observó que los jóvenes dejaron la reunión para dedicarse otras actividades en la vecindad, mientras los niños permanecían para hablar de los terneros. Cuando la discusión se revertía hacia los animales más viejos, los jóvenes regresaban y dominaban la discusión. Los mayores permanecieron en la reunión, pero no participaron cuando los niños o los jóvenes fueron el centro de la discusión. Durante estas discusiones los mayores parecían dormir como si ellos no estuvieran interesados en los temas a discutir. Sin embargo, cuando les concernía el tema, inmediatamente se ponían en pie y continuaban discutiendo. Fue fácil observar que la edad jugaba un rol crítico en la participación de los hombres en la discusión. No se tuvo una clara definición en cuanto a las mujeres. La mayoría de las niñas se casan muy jóvenes; parecía que la mayoría de las discusiones entre las mujeres Masai estaban dominadas por las mujeres jóvenes aunque las mayores siempre estuvieron presente en las reuniones. (Kamlongera, 1997)

DESCUBRIR LA PERCEPCIÓN DE LA COMUNIDAD SOBRE SUS NECESIDADES, OPORTUNIDADES, PROBLEMAS Y LAS SOLUCIONES - NOPS

- Identificar las percepciones de la comunidad sobre las necesidades, las oportunidades, los problemas y las soluciones y también sus fortalezas, debilidades y temores con relación a los asuntos críticos.
- Cuando se utilizan cada una de las herramientas del *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural*, la comunidad identifica y discute temas relacionados con los NOPS, inherentes a la información recolectada.
- Utilizar los grupos focales de discusión y llevar a cabo la lluvia de ideas para identificar los NOPS.

- Como muchos NOPS van apareciendo durante el *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural*, se pueden usar herramientas como la ordenación de rangos en parejas y puntajes abiertos o cerrados para priorizar los NOPS e identificar los problemas principales.
- Desarrollar un árbol de problemas con la comunidad, para analizar las causas y efectos de los problemas principales.
- En el árbol de problemas se seleccionan los problemas centrales. Estos son los puntos de entrada para la estrategia de comunicación.

(Ver Capítulo 2 - Instrucciones para identificar los problemas centrales usando el árbol de problemas)

IDENTIFICAR LOS GRUPOS DE INTERACCIÓN PRIORITARIOS

- Identificar los grupos en la comunidad que experimentan el problema central identificado y la gente que potencialmente podría apoyar en la solución de problemas y de necesidades.
- También se definen como grupos de interacción al personal de proyectos de desarrollo que trabaja con la comunidad sobre los problemas identificados; así como a las instituciones fuera de la comunidad, que tienen recursos, destrezas, influencias o conocimientos para solucionar los problemas y satisfacer las necesidades. Generalmente son directores de proyectos de desarrollo, expertos, técnicos y formuladores de políticas, que se convierten en grupos interactivos prioritarios. Es el momento cuando el *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* debe interactuar con estos grupos de una manera más profunda.

LA SEGMENTACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERACCIÓN Y LA DEFINICIÓN DE SUS CARACTERÍSTICAS Y SUS PERCEPCIONES DE LOS PROBLEMAS Y TEMAS BAJO DISCUSIÓN

- Segmentar los grupos de interacción seleccionados y describir sus características. La siguiente lista puede ser un punto de partida para esta actividad. Los grupos pueden describirse en los términos siguientes:
 - Género
 - Nivel socio-económico: rico/pobre, clase, casta;
 - Ocupación
 - Edad
 - Educación
 - Psicográfica de los grupos interactivos potenciales. Temores, esperanzas, factores de motivación, etc.
 - Fuentes de influencia de información y asesoría
 - Experiencia
 - Estado civil
 - Paternidad
 - Intereses

- Posición en la escala de problema-solución:

¿El grupo tiene conciencia de los problemas y de las soluciones? Si afirmativo:

¿Cómo el grupo percibe y define los problemas, las soluciones y las necesidades?

¿El grupo y la agencia de desarrollo tienen la misma percepción del asunto?

¿Cuál es el nivel de interés y la actitud del grupo hacia el problema y la solución?

¿Cuáles son las creencias, conocimientos, destrezas y prácticas del grupo con relación a los problemas y soluciones?

Para cada una de estas preguntas, encontrar el por qué.

DEFINIR LOS RECURSOS, LOS SISTEMAS Y LAS REDES DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERACCIÓN PRIORITARIOS

- Definir los patrones de comunicación dentro de los grupos
- Identificar con los grupos a aquellos que tanto en la comunidad como fuera de ella, tengan una particular influencia sobre sus conductas. Esta gente se conoce como fuentes de influencia o modelos. Detallar por qué el grupo los prefiere. Preguntar al grupo si estas fuentes son confiables, fácilmente accesibles, respetables, oportunas, bien informadas, etc. Cualquier fuente de información o asesoría que se escoja para transmitir mensajes de desarrollo a los grupos de interacción prioritarios, deben tener estos atributos.
- Identificar los recursos de información y comunicación tanto modernos como tradiciones accesibles a los grupos interactivos. Pueden ser: eventos culturales y religiosos, rituales, artes, dibujos, historias, danzas, canciones, dramas, medios audiovisuales e impresos. Identificar los preferidos por los grupos y encontrar el por qué.

6.4. Análisis y síntesis de las conclusiones del Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural

Los resultados *del Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* deben mostrar una imagen comprensiva de los varios grupos en la comunidad afectados por los problemas centrales identificados. Los resultados deben incluir las percepciones de los grupos sobre quiénes son, cómo aprecian sus necesidades y problemas y a su vez sus fortalezas, sus conocimientos, las oportunidades, las creencias y prácticas con relación a los asuntos críticos bajo discusión. Además, los resultados deben proporcionar respuestas a preguntas tales como:

- ¿De quién son los problemas o las necesidades que se han expuesto?
- ¿Cuáles son las causas del problema?
- ¿Quién está causando el problema?
- ¿Por que está sucediendo?
- ¿Cuáles de los factores que se han identificado pueden ser una oportunidad?
- ¿Cuáles son las causas más significativas?
- ¿Cuáles causas pueden ser el punto de entrada para una comunicación más efectiva?

Los resultados deben identificar los temas de comunicación relacionados con los problemas y las necesidades de los grupos interactivos prioritarios y mostrar la forma de comunicación de la gente con su comunidad y las principales fuentes de información externas.

En el informe del *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* todos estos elementos deben estar cuidadosamente subrayados porque son la base para afinar el cuestionario de línea de base y subsecuentemente planificar la estrategia de comunicación. La figura 5 en el capítulo 3 muestra como se pueden utilizar los resultados del *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural*

6.4.1. El análisis y la reflexión con la comunidad

- Comenzar el análisis de los resultados del *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* esforzándose por ganar un profundo entendimiento sobre cualquier información que presenten los grupos de la comunidad en una plenaria, después de trabajar con cada una de las herramientas del diagnóstico. Se podrá descubrir información oculta y conocer lo que piensan los grupos de la comunidad sobre las herramientas que están usando. Por ejemplo, se puede encontrar que un grupo da más importancia a ciertos temas y no a otros. Es necesario hacer preguntas como: ¿Por qué un grupo mostró la casa del sanador tradicional pero en su mapa social no se indicó la clínica? Indagar puede resultar muy revelador.
- Estimular a los miembros de la comunidad a reflexionar sobre la información que se presenta, y a dar sus propias opiniones.
- Estar alerta a las discusiones o controversias que genere la información que se presenta entre los mismos miembros de la comunidad. Podría mostrar puntos donde la totalidad de la comunidad no está de acuerdo. También podría indicar que algunos de los miembros de la comunidad no desean que se exponga una información en particular.
- Documentar estos procesos como parte de las conclusiones del *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural*.

6.4.2. Las reflexiones diarias del equipo del Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural.

- El equipo del *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* y los miembros del Comité del Estudio de la comunidad, deben realizar reuniones diarias para reflexionar sobre las actividades y conclusiones del día.
- Asegurar que la información recolectada durante el día es importante para la propuesta del *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* especialmente la lista de chequeo y las preguntas del estudio, lo que ayudará a desechar la información innecesaria y conservar sólo aquella que permite responder a las preguntas del estudio.

Recordar que cada herramienta individual puede proporcionar muchos datos pero que es necesario concentrarse en los datos que sean importantes para la propuesta del estudio. Al mismo tiempo, es necesario ser cuidadoso para no ignorar o rechazar datos que podrían ser importantes en otro momento. Durante el proceso del estudio se debe ampliar la red para así recoger la mayor cantidad de posibles causas de los problemas.

- Comparar la información recolectada durante el día con la información recopilada con anterioridad confirmando que las preguntas en la guía de discusión están siendo respondidas detalladamente.

- Llevar a cabo la Ventana de las Percepciones. Comparar sus suposiciones con la información que resulta del *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* y anotar las diferencias y similitudes.
- Decidir si algunos de los temas ya discutidos se han agotado o deben ser discutidos más a fondo.
- Empezar las discusiones sobre los posibles efectos de los resultados que emergen del *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* en el plan del estudio de línea de base.
- Discutir las implicaciones de la comunicación y usos de la información que se está obteniendo.
- Revisar el plan de actividades para el día siguiente y hacer los ajustes correspondientes para recolectar la información que falta.

6.4.3. El análisis sumativo y la síntesis

Este es un ejercicio importante que se lleva a cabo al final del estudio.

- Discutir con el Comité del Estudio de la comunidad con el fin de revisar y sintetizar los resultados recolectados de todos los otros ejercicios de análisis.
- Evaluar las conclusiones como también las herramientas y las técnicas del *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* que se utilizaron para llegar a ellas.
- Formular diagramas y tablas para organizar y presentar las conclusiones.
- Asignar la tarea de preparar y presentar las conclusiones del *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* (tanto) al equipo como a los miembros del Comité del Estudio de la comunidad.
- Discutir el producto final y si es preciso, realizar los cambios necesarios.
- Empezar a utilizar las conclusiones para centrar y ajustar el plan del estudio de línea de base.

6.4.4. El informe a la a la comunidad

También se conoce como el proceso de análisis sumativo de la comunidad.

- Presentar los resultados del análisis sumativo a la comunidad.
- Sentarse con la gente y conversar sobre lo que se ha encontrado y discutir la próxima línea de acción.
- Este preparado para ser corregido por la comunidad

6.5. La preparación y la conducción del estudio de línea de base

(Ver Capítulo 5: El estudio de línea de base en un diagnóstico participativo de comunicación rural)

6.5.1. La selección de los respondientes

- Después de informar a la comunidad, discutir los principios y la logística del estudio de línea de base con la comunidad y seleccionar los hogares y la gente para participar en el ejercicio.

6.5.2. Ajustar el propósito, la justificación y los objetivos del estudio de línea de base

- Verificar el propósito preliminar, la justificación y los objetivos del estudio que se fijaron durante la preparación del *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* para comprobar si aún son importantes en vista de las conclusiones del estudio. Hacer los ajustes necesarios.

6.5.3. La preparación y la traducción del cuestionario convenido para el estudio

- Usar los resultados del *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* para preparar un cuestionario afinado para el estudio de línea de base.
- Traducir el cuestionario al lenguaje local.

6.5.4. La validación del cuestionario

- Seleccionar alrededor de diez personas de la comunidad y validar el cuestionario traducido y afinado con ellos confirmando que las preguntas son comprensibles y apropiadas. La validación no debe realizarse con la gente que participará en este estudio.

6.5.5. La administración del cuestionario

- Ubicar la gente en la muestra y administrar el cuestionario con ellos.
- Al término de cada día se realiza una reunión para asegurar que el estudio progresa satisfactoriamente.
- Documentar los datos diariamente.

6.5.6. El análisis de las conclusiones

- Utilizar los objetivos del estudio y las preguntas específicas en el cuestionario, como la base para el análisis.
- ¿Qué porcentaje de los respondientes contestaron cada pregunta y de qué forma?

6.6. La síntesis y la presentación de los resultados del Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural y del estudio de línea de base

- Sintetizar los resultados del *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* y de línea de base de forma que uno explique el otro, o presente contradicciones.
- A continuación se sugiere un formato para el informe:

Escribir el informe

1. Tabla de Contenidos

2. Agradecimientos

- ¿Quién financió el estudio?

- ¿Quién participó en la preparación del estudio?
- ¿Quién proporcione información durante el estudio?
- ¿Quién dirigió el estudio?

3. **El resumen ejecutivo** (no más de una página y media)

- Resumen del contexto y propósito del estudio
- Resumen de las principales conclusiones y su relevancia
- Resumen de las recomendaciones
- Estructura del informe

4. **Introducción**

- Contexto del estudio: propósito y justificación
- Información de contexto: datos secundarios (por ejemplo, la historia del poblado, características de la población, otras investigaciones y esfuerzos de desarrollo relacionados con el propósito del estudio. Si es posible incluir mapas y fotografías.

5. **La metodología**

- Diseño del estudio, procedimiento del muestreo, métodos de investigación, herramientas y técnicas utilizadas y el análisis de la información
- Problemas prácticos y limitaciones encontrados
- Fiabilidad de los resultados
- Lugar y tiempo de la realización del estudio

6. **Presentación de las conclusiones**

- Conclusiones del *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* y de línea de base, presentados como respuestas a las preguntas de la investigación de la propuesta.
- Incluir tablas, gráficos, barras, histogramas, fotografías, etc., con explicaciones que permitan visualizar los resultados
- Las implicaciones de las conclusiones en el propósito del estudio
- Las implicaciones de las conclusiones en la comunicación

7. **Conclusiones y recomendaciones**

- Resumen de las principales conclusiones y su relevancia
- Las lecciones aprendidas

Recomendaciones

- La siguiente línea de acción del proyecto o del programa de desarrollo
- Sugerencias para las acciones de comunicación

-Sugerencias para mejorar la metodología de investigación

8. Bibliografía

-Libros, documentos y publicaciones consultadas

9. Lista de abreviaciones y sus explicaciones

Presentar los resultados del Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural y del estudio de línea de base

- Definir las distintas audiencias para las presentaciones. Las audiencias importantes para la presentación incluyen los directivos de la agencia que financió el estudio.
- Ajustar cada presentación según la audiencia para asegurar su comprensión y simpatía.
- Presentar las conclusiones de una manera convincente y efectiva.
- Utilizar tablas, gráficos, anécdotas o citas reales de los respondientes, para clarificar las conclusiones. Dependiendo de la audiencia y del tiempo, se enriquecen las presentaciones con audiovisuales, fotografías e inclusive teatro.
- Explicar la recolección de la información, las herramientas que se utilizaron y las razones de su uso.
- Explicar el rol de la comunidad. Es importante mostrar que la comunidad suministró la información, a través del uso de herramientas que permitieron conocer sus conocimientos y sus percepciones.
- Cuando la veracidad y autenticidad de las conclusiones es cuestionada durante las presentaciones, se defienden enfáticamente pero de manera diplomática con la información que se posee.

6.7. Los pasos a seguir

Las conclusiones del diagnóstico participativo de comunicación rural y del estudio de línea de base son la base para el diseño de la estrategia de comunicación, de las actividades, los materiales y medios para atender los desafíos específicos del desarrollo identificados por la comunidad. En las próximas fases, junto con la comunidad, se utilizarán los resultados del estudio para diseñar un plan de acción de comunicación que apoyará el logro de los objetivos de desarrollo seleccionados durante *el diagnóstico participativo de comunicación rural*.

El plan de acción conocido como la estrategia de comunicación, contiene los problemas centrales que se trabajarán bajo el programa de comunicación y los grupos interactivos prioritarios más afectados por estos problemas. También se delinean las maneras y los medios para resolver los problemas incluyendo los objetivos a lograr con formas y enfoques específicos de comunicación tales como información, diálogo, motivación, promoción, movilización de grupos, capacitación y educación. La estrategia también delinea los recursos financieros, los materiales y los recursos humanos que se requieren para resolver el problema. Se incluye un plan de gestión que especifica las actividades y la gente responsable para su implementación y obtener productos que contribuirán a la solución

de los problemas. Para asegurar que el programa no vaya por otro camino, los resultados del estudio, especialmente las conclusiones de línea de base, proveen indicadores medibles para hacer el seguimiento de la implementación de la estrategia y sirve como base para evaluar el impacto.

Las conclusiones del estudio definen también los mensajes básicos, los temas de discusión y demandas para producir contenidos para una serie de canales y medios durante el proceso de diseño de comunicación, en las fases de diseño de mensajes y preparación de materiales.