

La metodología

- 3.1. ¿Por qué un Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural?
 - 3.1.1. Las percepciones y la comunicación
 - 3.1.2. Las diferencias entre el Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural y la investigación tradicional de comunicación
 - 3.1.3. Las diferencias entre el Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural y otros métodos participativos
- 3.2. Los principios del Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural
 - 3.2.1. Los principios que guían un buen Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural
- 3.3. Los preconceptos comunes que deben evitarse en el Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural
 - 3.3.1. Los preconceptos más comunes
- 3.4. Los tipos de Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural
 - 3.4.1. El Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural, exploratorio
 - 3.4.2. El Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural, temático
- 3.5. ¿Qué debe lograr el Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural?
 - 3.5.1. La información esencial necesaria para el diseño de una estrategia de Comunicación
 - 3.5.2. El perfil de la comunidad
 - 3.5.3. Las fuentes y redes de información y comunicación de la comunidad
 - 3.5.4. Las percepciones de la comunidad sobre sus necesidades, oportunidades, problemas y soluciones (NOPS)
 - 3.5.5. Los grupos potenciales de interacción en la comunidad y su descripción
 - 3.5.6. Los indicadores

Objetivo

Explicar la metodología del *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural*.

Al final del Capítulo, usted podrá:

1. Conocer cómo y por qué el *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* fue desarrollado como una metodología
2. Describir ciertos principios que guían un buen *Diagnóstico Participativo de Comunicación*
3. Reconocer los prejuicios más comunes en el *Diagnóstico Participativo de Comunicación*
4. Comprender el papel del *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* en varios ciclos de un proyecto
5. Saber como se planifica e implementa un programa de Comunicación para el Desarrollo

3.1. ¿Por qué un Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural?

El *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* se ha desarrollado como una alternativa a los enfoques tradicionales de investigación de la comunicación. Es una metodología participativa de investigación de la comunicación, cuyo fin es involucrar a la población rural en la identificación de los elementos esenciales para diseñar estrategias de comunicación efectivas para el desarrollo. El *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* tiene como fin crear el diálogo con grupos en las comunidades rurales para identificar y analizar sus problemas y necesidades; sus prácticas y conocimientos; sus sentimientos y sus actitudes como también sus percepciones sobre los temas de desarrollo que se investigan. También se propone encontrar las características de los diferentes grupos en la comunidad y diagramar las formas y redes existentes de comunicación.

3.1.1. Las percepciones y la comunicación

La percepción tiene un papel clave en la comunicación, y por eso existe la necesidad de un enfoque de investigación de comunicación que asegure que el proyecto y la comunidad no tienen diferentes percepciones de los temas o problemas que se quieren resolver. Por esta razón, el Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural se ha desarrollado para asegurar que los programas de comunicación para el desarrollo rural estén firmemente arraigados en la realidad de la comunidad rural. Sin embargo, el problema de no considerar las percepciones de la población rural y el conocimiento local, reside en el hecho de que la mayoría de estas comunidades ha desarrollado modos de ocultar sus sentimientos e información a los extraños y a personas ajenas, y en especial cuando estos extraños no pueden interactuar con la población de acuerdo a sus marcos de referencia. Ascroft (1978) llama a esta habilidad de la gente rural para tratar a los extraños de forma correcta, sin mostrarse a sí mismos, "la conspiración de la cortesía". Para superarlo, el *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* utiliza métodos visuales y técnicas de facilitación comunitaria para generar, analizar y presentar datos evitando esta conspiración y superando además, la barrera del analfabetismo. Sólo de esta forma, la investigación podrá descubrir a la comunidad y asegurar que los esfuerzos del desarrollo queden arraigados con firmeza en las realidades de la población rural, para poder responder a sus percibidas necesidades, capacidades y conocimientos locales.

3.1.2. Las diferencias entre el Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural y la investigación tradicional de comunicación

El Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural es diferente de la investigación tradicional de comunicación, porque es participativo y permite que la gente haga parte en las decisiones del desarrollo y en acciones que afectan directamente sus vidas.

La población rural que está involucrada en *el Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* comparte conocimientos y experiencias con los investigadores desde el comienzo hasta el final del proceso, participando en la recolección y el análisis de la información, en la identificación del problema y en la priorización de la toma de decisiones sobre cómo es la mejor forma de abordar los temas manifestados por *el Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural*.

A diferencia de la investigación tradicional, *el Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* no sólo revela los mejores modos para diseñar mensajes para la población base; también ayuda a identificar estrategias y materiales que permiten que la población rural articule sus propias percepciones sobre las necesidades de la comunidad, los conocimientos locales, las oportunidades, los problemas y las soluciones para la integración de los esfuerzos del desarrollo para mejorar sus estrategias de vida. De esta manera, *el Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* vuelve a poner a la población en el centro de su propio desarrollo como dueños de los procesos y no como simples beneficiarios que están destinados a recibir sólo educación y capacitación desde afuera, para solucionar sus problemas. Con un enfoque diferente al de la investigación tradicional de comunicación, *el Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* es más que una metodología para la investigación, porque se suman a sus características de investigación, los procesos de capacitación y de empoderamiento de la comunidad. A medida que se implementa *el Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* la población aprende también nuevas maneras de pensar y de interactuar con las circunstancias complejas y cambiantes en las cuales viven. Después de participar en *el Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* la gente cuenta con la capacidad de identificar y analizar sus problemas, necesidades y capacidades. A partir de ellos mismos, buscan destrezas adicionales, conocimientos y asistencia externa, cuando encuentran que sus problemas están más allá de sus capacidades y recursos. En este punto, la gente también toma conciencia de los varios factores externos tanto políticos como socio-económicos que obstruyen el logro de sus fines y con frecuencia utilizan sus nuevas destrezas y su propia movilización para resolver estos obstáculos.

3.1.3. Las diferencias entre el Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural y otros métodos participativos

El Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural pertenece a la misma familia del Diagnóstico Rural Rápido (DRR), el Diagnóstico Rural Participativo (DRP), el Marco Lógico y otros métodos participativos. Sin embargo es único, porque se enfoca específicamente en el estudio tanto de los sistemas de comunicación tradicionales como de los modernos de la comunidad y asesora en el desarrollo de estrategias de comunicación y materiales para compartir mejor la información y el conocimiento entre los varios participantes en el esfuerzo del desarrollo. (Ver Tabla 2)

Tabla 2: El Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural es único y diferente

Diagnóstico Rural Participativo (PRA)	Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural (DPCR)	Investigación tradicional de Comunicación
No holístico – investiga sólo las necesidades, oportunidades, problemas y soluciones de la comunidad sin atender los asuntos de la comunicación	<i>Holístico – Investiga las necesidades, oportunidades, problemas, soluciones, asuntos, redes y sistemas de comunicación</i>	No holístico – investiga sólo asuntos de comunicación
Participativo – El investigador es un facilitador que permite a la gente comprender y compartir su propia investigación y análisis hacia una acción local sostenible	<i>Participativo – El investigador es un facilitador que permite a la gente llevar a cabo y compartir su propia investigación y análisis hacia una acción local sostenible y a mejorar la comunicación</i>	No participativo – El investigador está interesado en aprender tanta información como sea posible para su propia utilidad
Empodera y fortalece las capacidades de las comunidades	<i>Empodera, fortalece las capacidades de las comunidades y mejora la comunicación entre ellos mismos y con el exterior</i>	Extractiva y no empodera o fortalece la capacidad de las comunidades
Conduce a la planificación de la acción de desarrollo en conjunto con la comunidad	<i>Conduce a la planificación de la acción de desarrollo y del programa de comunicación en conjunto con la comunidad</i>	Profesionales planean la intervención de la comunicación sin la comunidad
Trata con grupos de la comunidad diferenciados para compartir los problemas identificados. La gente es participante activa en los procesos de generar y analizar información	<i>Trata con los grupos interactivos identificados y segmentados de acuerdo a los criterios usados normalmente por la gente, para compartir un problema común. La gente es participante activa durante todo el proceso de investigación</i>	Trata con audiencias segmentadas de acuerdo con los criterios determinados por el investigador. La gente es considerada sólo como recipiente pasivo de los mensajes y no como fuentes activas
Los resultados del diagnóstico son presentados por la comunidad	<i>Los resultados del diagnóstico son presentados por la comunidad</i>	Los resultados de la investigación no se comparten con la comunidad. El investigador analiza y presenta los resultados a extraños

La comunidad es la dueña de los resultados y los guarda. Énfasis en el uso de métodos visuales, entrevistas y trabajo de grupo para generar, analizar y presentar información	<i>La comunidad es la dueña de los resultados y los guarda. Énfasis en el uso de métodos visuales, entrevistas y trabajo de grupo para generar, analizar y presentar información</i>	Los resultados permanecen con los investigadores. Énfasis en el modo verbal para preguntar y recolectar datos, a través de encuestas, entrevistas o discusiones de grupos focales
Énfasis en el cambio de actitud y conducta entre los facilitadores	<i>Énfasis en el cambio de actitud y conducta entre los facilitadores</i>	Énfasis en el cambio de actitud y conducta de la audiencia
Énfasis en el conocimiento local, las destrezas y capacidades para la resolución de los problemas	<i>Busca medios para crear comprensión mutua entre la gente local y los facilitadores del desarrollo para juntar las capacidades locales con el conocimientos y destrezas externos y hacer más efectiva la solución de los problemas</i>	Énfasis en cómo mejor transferir la experiencia externa a la población local

3.2. Los principios del Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural

El *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* se basa en un sin número de principios similares al de otros métodos de diagnóstico, los cuales procuran ser participativos. Estos principios han sido probados en el campo y son efectivos. Por esta razón hacen parte de los criterios para medir la efectividad del *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* con la gente.

3.2.1. Los principios que guían un buen Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural

- **La participación**

Un buen *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* debe involucrar todos los segmentos de la comunidad en el diagnóstico como los dueños de los procesos y de los resultados. Desde este punto de vista, el rol más importante del facilitador es asegurar que los grupos de la comunidad tomen un rol principal en el diagnóstico y que expresen sus ideas y prioridades sin temor. De esa forma, el diagnóstico es la base para la participación de la población no sólo en la investigación sino en las actividades a seguir; la participación de la población no debe ser sólo al nivel de la recolección de datos, debe estar presente a través de todo el proceso, en la investigación, la recolección y análisis de datos, el aprendizaje de la planificación, y la implementación de la acción.

El Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural fortalece a la gente cuando los anima a desempeñar un papel principal en la investigación y en el análisis. Para que suceda, es necesario que la gente esté comfortable con las herramientas y las técnicas del diagnóstico. Cuando se utilizan materiales locales, como la tierra para diagramar y dibujar mapas, o las semillas para cuantificar, estimar y valorar, la gente se desinhibe y se tranquiliza, y por consiguiente, participa, se expresa, comparte, verifica, confronta y analiza el conocimiento. El diagnóstico es accesible para todos los miembros de la comunidad porque pueden ver, señalar, discutir, debatir, modificar y corregir las

realidades representadas por tales objetos. En otras palabras, cada uno puede ver lo que se está “diciendo”, porque se está “haciendo”. Por lo tanto, las herramientas y las técnicas del *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* entregan a la comunidad materiales tangibles para la reflexión, la participación y la planificación para la acción de los grupos.

La clave para facilitar la participación de la población en el *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural*, es establecer un buen entendimiento y confianza con la comunidad desde el comienzo del diagnóstico. Para ello, la conducta y las actitudes de los facilitadores deben ser aceptables para la gente. Los facilitadores deben demostrar que son confiables, tener paciencia, y mostrar entusiasmo con todas las actividades del diagnóstico, como también con los puntos de vista y opiniones de la gente.

- **Trastocar el aprendizaje**

Con frecuencia, la población rural tiene un considerable conocimiento sobre sus problemas y sobre sus posibles soluciones, aunque podría no apreciar el enorme poder que este conocimiento puede proporcionarles. Significa que con una facilitación apropiada y si se le permite, la población rural tiene conocimientos para compartir. Se requiere un cambio en la actitud y en la conducta de los facilitadores del *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* hacia la población rural; también a los grupos en las comunidades, se les debe dar la oportunidad de explicar en sus propios términos sus puntos de vista sobre sí mismos. Los facilitadores del *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural*, deben tener cuidado para que su pre-concepción sobre la gente, adquirida a través de la capacitación y el análisis de información secundaria, no reprima sus capacidades para escuchar y aprender de la gente.

- **Compartir**

Un buen *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural*, no finaliza cuando los facilitadores aprenden de la comunidad. También comprende el compartir con la comunidad la información y el conocimiento que los facilitadores tienen, para ayudar a la gente a resolver sus problemas. Los conocimientos de los facilitadores no se deben imponer a la gente, pero se deben presentar como un tema a ser evaluado de forma crítica con ellos. La población rural puede tener amplios conocimientos sobre muchos temas y tener una experiencia práctica notable, pero los facilitadores también tienen su propio conocimiento que podría ser novedoso para esta población, como se explica en la Ventana de Johari, a continuación:

Tabla 3: La Ventana de Johari

Conocimiento abierto Lo que nosotros conocemos y lo que ellos conocen	Su conocimiento oculto Lo que ellos conocen y lo que nosotros no conocemos
Nuestro conocimiento oculto Lo que nosotros conocemos y lo que ellos no conocen	Ceguera Lo que nosotros no conocemos y lo que ellos no conocen

- **Sensibilidad de Género**

Los facilitadores del *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* deben tener en cuenta que inclusive en la misma comunidad, varios grupos tienen diferentes experiencias y percepciones de la situación de la comunidad. Además, en algunas comunidades, a grupos como el de las mujeres, tradicionalmente no se les permite expresar sus opiniones en la presencia de otros grupos, como frente a los hombres. Sin embargo, es esencial que durante el *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural*, diferentes grupos en la comunidad interactúen para descubrir sus propias percepciones sobre las condiciones en su comunidad.

Para lograrlo, es necesario que la comunidad se divida en varios grupos usando criterios diferenciales tales como género, edad, estado civil, etc. En muchas culturas podría ser obligatorio para las mujeres realizar sus actividades y discusiones con facilitadores femeninos, mientras los facilitadores masculinos trabajan con los hombres. Durante las sesiones del *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural*, es necesario realizar un esfuerzo deliberado con el fin de recabar la contribución de cada uno de los miembros del grupo. Se ha encontrado que separar a la comunidad por género resulta ser una ventaja para las mujeres, porque los hombres no están presentes para dominar tanto las discusiones como las actividades. Además, la gente tiende a discutir con más libertad y sin el miedo a la intimidación, cuando sienten que son un grupo homogéneo.

- **Una ignorancia favorable**

Significa que los facilitadores del *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural*, no deben intentar conocer todo sobre la comunidad, sólo lo necesario para ellos y para la gente con el fin de decidir sobre acciones específicas futuras. Esto exige fijar una agenda y el foco del diagnóstico con la comunidad, antes de empezar. Al mismo tiempo, la agenda deberá ser lo suficientemente flexible para disponer de espacios para los temas inesperados que pueden surgir y que tendrían una relación con los temas bajo discusión. Es importante saber lo que no es importante saber y de siempre hacerse la pregunta: ¿de qué forma esta información contribuye a la comprensión de los temas en discusión? En el *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* la relevancia de la información es más importante que la cantidad.

- **Rápido pero sin prisas**

Comparado con otros métodos de investigación, el *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* puede afirmar que es muy rápido en establecer confianza y una relación con la comunidad para descubrir la información necesaria y para producir los resultados para la planificación de la acción. Es relativamente rápido, porque no trata de recolectar información desde una muestra estadística válida. En su lugar, utiliza diferentes técnicas para obtener un perfil complejo de la situación en la comunidad y facilitar el acceso a la información en forma rápida y útil. Sin embargo, la rapidez sólo puede obtenerse si se utilizan las técnicas y herramientas correctas para construir confianza con premura y estimular la participación de la gente. Aunque el *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* parezca rápido, nunca lleva prisa. Debe tener la calma suficiente para permitir que la población rural piense en sus problemas y proponga sus propias soluciones que sin duda quiera implementar. Se logra con una planificación cuidadosa y con el uso de las herramientas adecuadas para explorar e indagar sobre los temas, en una forma rápida y detallada.

- **Flexible y adaptable**

El *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* puede utilizarse en diferentes formas, condiciones y contextos. Puede ser utilizado por varios de los sectores del desarrollo y en cualquier momento durante la preparación, implementación o conclusión de los esfuerzos para el desarrollo. Significa que el *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* no puede llevarse a cabo con

un plan, con un modelo prefabricado. Por lo tanto, los facilitadores deben estar preparados para adaptarse a la situación del campo, para estar en la agenda y programa de la población, en lugar de ajustar la situación a sus propios y preconcebidos esquemas de trabajo. Mientras se realiza un gran esfuerzo para anticipar la situación del campo a través de una cuidadosa preparación y planificación, el *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* debe ser lo suficientemente flexible para permitir que los facilitadores ajusten sus planes para tener la ventaja de las oportunidades repentinas y hacerse cargo de desafíos imprevistos. Los facilitadores deben aprender a pensar rápidamente.

- **El trabajo de campo**

El *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* requiere que el equipo del proyecto vaya al campo para conversar con la gente en su propio ambiente. Es una oportunidad para el equipo, porque puede observar y aprender de la gente, lo cual es esencial porque los proyectos no deben basar sus decisiones sobre la gente, sólo a partir de lo que se oye o se lee sobre ellos. Los esfuerzos para el desarrollo que se basan en la información de segunda mano, a menudo fracasan o empeoran las situaciones en una comunidad.

- **La triangulación y el chequeo cruzado**

La mayor ventaja del *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* es su conducción porque se lleva a cabo abiertamente; todos los presentes pueden mirar los resultados y pueden estar o no de acuerdo sobre su conveniencia. El utilizar grupos durante su implementación permite a la gente verificar la información mientras se recolecta y de esta manera se acerca a la verdad rápidamente. Sus herramientas se utilizan de tal forma que cada una de ellas va construyendo y verificando la información recolectada a través de la herramienta precedente. Además, se aplican herramientas muy diferentes y los miembros del equipo, de diferentes disciplinas, observan la misma situación desde diferentes ángulos y confrontan información con el máximo de segmentos de la comunidad. Como resultado, el aprendizaje se hace desde muchos puntos de vista con el *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* y así los facilitadores están en una mejor posición para identificar y resolver fácilmente las contradicciones.

3.3. Los preceptos comunes que deben evitarse en el Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural

A través de los años los practicantes de los diagnósticos participativos han descubierto algunos prejuicios o influencias comunes que pueden distorsionar los resultados de los estudios y hacer que el proceso sea de poca utilidad. Como los prejuicios presentados aquí son los más frecuentes y obvios, no significa que sean los únicos. Cuanto más se aplica el *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* más prejuicios que no están descritos en el manual se encontrarán. Se solicita compartirlos con el Centro de Comunicación para el Desarrollo-CCD para que sean incluidos en sus publicaciones. Para este manual se ha hecho un esfuerzo para presentar algunos de los prejuicios que se encuentran comúnmente en el *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* si los practicantes no están atentos. Una forma de evitar los prejuicios o influencias que se describen a continuación, es seguir los objetivos del *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* para la preparación y la implementación del diagnóstico.

3.3.1. Los preconceptos más comunes

- **Al borde de la carretera**

Se observa con frecuencia en muchas de las actividades de investigación rural. Los investigadores urbanos prefieren conducir sus estudios en aquellos poblados cerca a las áreas urbanas o en aquellas que tienen una buena red vial. Los profesionales urbanos visitan las áreas rurales en vehículos y también tratan de evitar los inconvenientes de las carreteras no pavimentadas y con polvo. Según comenta Robert Chambers, es posible que los oficiales con mayor rango quieran estar muy cómodos. Entonces, la comodidad de los visitantes se convierte en la principal preocupación de la mayoría de las visitas de campo. Se observa y se conversa con quienes están al borde de las carreteras. La información se recolecta sólo con los grupos que viven cerca de las carreteras. Esta práctica distorsiona los resultados de la investigación porque los puntos de vista de esos grupos que sólo se encuentran caminando porque viven lejos de las carreteras, se olvidan y se ignoran. Para evitar esta influencia, la información se debe recolectar con todos los grupos no importa que tan lejos se encuentren, porque los temas que están bajo discusión igualmente les conciernen.

- **La visibilidad**

Los investigadores rurales están predispuestos a entrevistar sólo aquellos que están presentes y visibles durante el estudio en la comunidad. Las discusiones se llevan a cabo con la gente que los investigadores ven o con aquellos que participan en las reuniones. Existe la propensión a que los grupos menos privilegiados se oculten a los ojos del visitante urbano. Los pobres, los discapacitados, los enfermos, los viejos, los excluidos: los llamados grupos invisibles en la comunidad no son identificados y no se habla con ellos. Las opiniones y las prioridades de estos grupos marginalizados no se requieren, y por lo tanto no se reflejan en los informes y en los planes, inclusive si son potenciales beneficiarios de los esfuerzos del desarrollo. Frecuentemente, en las reuniones los investigadores prestan más atención a aquellos discursos articulados y elocuentes sin insinuar que silencien sus puntos de vista.

- **La prosperidad**

No se refiere a hablar sólo con la gente que tiene dinero. Al graficar "la riqueza" en varias culturas se han demostrado que la concepción de quién es rico y quién es pobre difiere de país a país, de distrito a distrito y de lugar a lugar. La tendencia de la riqueza o la prosperidad, se relaciona con la visibilidad, porque el rico y poderoso en una comunidad, es también el más visible, con un mayor número de esposas, los más grandes hatos de ganado, las casas más grandes y por otros signos fácilmente reconocibles de riqueza. Muchos de los investigadores se sienten más cómodos discutiendo los temas con estos pobladores ricos que con la población pobre. Porque en la mayoría de las comunidades los ricos son también la gente que vive más cerca de las carreteras y tienen la oportunidad y los medios para hablar y recibir a los investigadores, antes de que se dirijan al poblado. Los puntos de vista expresados por este grupo de gente próspera podrían influenciar la interpretación de los investigadores sobre la situación de la comunidad.

- **Pro-alfabetismo**

Se relaciona con la prosperidad y ocurre cuando los investigadores hablan con la gente que puede hablar el idioma urbano, usualmente inglés (o español, según el país donde se trabaje). Para conversar con la gente alfabetizada no será necesaria la presencia de un intérprete. Cuando así sucede y se presta atención a estos grupos en la comunidad, se ignoran los puntos de vista de la población analfabeta.

- **Género**

Sucede cuando los investigadores se concentran en estudiar sobre su mismo género, dando poca atención a los puntos de vista del otro grupo. En muchos casos, los hombres en la comunidad dominan las actividades de investigación y el resultado es olvidar las preocupaciones de las mujeres. Como consecuencia frecuentemente se han diseñado las actividades de desarrollo sólo con los hombres cuando en la realidad las mujeres eran quienes estaban interesadas en ellas. Para evitar esta influencia, es necesario asegurar que se escuchen los puntos de vista tanto de las mujeres como de los hombres, porque sus percepciones, roles y capacidades son diferentes.

- **Los usuarios, los que adoptan**

Los investigadores tienden a visitar y hablar con la gente que ya ha adoptado y está utilizando las nuevas ideas o prácticas promovidas por las agencias del desarrollo. En las comunidades estos grupos se cercioran de que los investigadores puedan distinguirlos a través de objetos como las camisetas, las gorras y botones. Aquellos que no han adoptado la solución ofrecida, no se entrevistan para saber por qué tomaron una decisión negativa. En lugar de ello, los investigadores los consideran como rezagados y que no merecen participar en el estudio.

- **Las estaciones**

Las condiciones de vida en las áreas rurales varían con las estaciones. Cuando los investigadores visitan una comunidad durante una única estación, regresan a su oficina con sólo una parte del escenario. Por ejemplo, en la mayoría de las áreas rurales, el hambre y las enfermedades prevalecen durante la época de lluvias, pero los investigadores prefieren hacer sus visitas a tales áreas durante la estación de seca, cuando las sucias carreteras se pueden usar y cuando ellos no tienen que mojarse cuando realizan sus actividades de investigación. Significa entonces, que la población rural no se observa durante esos periodos, cuando hay lluvias, cuando la incidencia de enfermedades es alta y muchos están malnutridos. Así la estación lluviosa además de ser la estación de hambre y de enfermedad, se convierte en la estación invisible.

- **Los proyectos**

Los investigadores rurales prefieren muchas veces realizar sus estudio donde se está implementando un proyecto o donde existe una gran probabilidad de que se implemente uno.

Con esta misma disposición, algunos investigadores visitan sólo las comunidades donde existen proyectos con buenos equipos humanos y pobladores bien informados. Estos proyectos sirven como casos ejemplares para visitar y realizar relaciones públicas. En esta caso de influencia se desplaza la atención y la implementación de las actividades muy lejos de los más pobres de los pobres, quienes no tienen algún proyecto que celebrar.

- **Los especialistas**

Los investigadores se sienten más cómodos discutiendo aquellos temas que dominan, hablan de lo que más conocen y saben. Se sienten muy cómodos en su propia disciplina. De la misma forma, los investigadores también tienden a limitarse al mandato de las agencias de desarrollo donde trabajan y excluir las preocupaciones de la comunidad que están fuera de ese mandato. Como resultado, frecuentemente las agencias de desarrollo ofrecen proyectos que no son relevantes para las necesidades de una comunidad. Tales proyectos están destinados a fracasar, porque en primer lugar, los pobladores los aceptan, no porque los necesiten, sino para agradar a la agencia. Para los pobladores es prudente aceptar la oferta hecha porque nadie sabe que vendrá después. Tal vez la próxima vez, ofrecerán alguna proyecto que realmente necesiten. En otras palabras, los pobladores asumen la posición de que "a caballo regalado no se le miran los dientes".

- **Pro-innovación**

Muchos investigadores rurales llegan a una comunidad llenos de buenas ideas y de prácticas para resolver los problemas de la población y responder a sus necesidades. En tales casos, los investigadores están presentes en la comunidad no para apoyar a la población a determinar sus problemas sino para encontrar la forma de que esa población adopte las innovaciones sea que las necesiten o no. Los investigadores con esta tendencia, creen implícitamente en la innovación y buscan la forma para que la población abandone sus prácticas tradicionales por las nuevas, sin que la gente tenga una oportunidad para examinar la innovación de una manera crítica.

- **Pro-persuasión**

Los investigadores propensos a esta tendencia, son más que todo aquellos en el campo de la comunicación. Visitan los poblados para utilizar de la mejor forma la cultura de la gente para el diseño de los mensajes y poder manipular a la población desde afuera en forma efectiva. No están en la comunidad para encontrar la forma de que las agencias de desarrollo respondan más a las necesidades y problemas percibidos por la gente, sino para mejorar la efectividad de la persuasión de los mensajes y de los materiales para la promoción de estas agencias.

3.4. Los tipos de Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural

El Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural será más efectivo si se implementa al mismo tiempo que se define un proyecto con la comunidad. Sin embargo, se puede implementar en cualquiera de las fases del ciclo de proyecto para formular un programa de comunicación e iniciar o mejorar el diálogo entre los facilitadores del desarrollo y la población, asegurando que los fines y las actividades del proyecto consideren las necesidades, los problemas y las capacidades de la población.

Recuadro 5: El Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural en el ciclo del proyecto



¿Qué debe lograr el Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural? Información para el diseño de una estrategia de Comunicación



3.4.1. El Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural, exploratorio

El Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural será más efectivo cuando se ha hecho como parte de un estudio multidisciplinario con la comunidad, en las etapas iniciales de la formulación del proyecto. Se dice que es exploratorio porque se implementa para facilitar la participación de la población en la identificación y análisis conjunto de las necesidades, problemas y soluciones adecuadas, antes del diseño de un proyecto. En esta etapa se tiene como fin fortalecer a la población para articular sus ideas y sus preocupaciones y hacer escuchar sus opiniones sobre su situación. También ayuda al establecimiento de buenas relaciones y líneas de comunicación entre todos los socios participantes: las agencias de desarrollo y sus trabajadores, los ministerios y gobernaciones, los oficiales de provincias y distritos, el personal de extensión y la comunidad para realizar una planificación e implementación del proyecto. Aunque es holístico por esencia, se utiliza en la fase inicial del ciclo del proyecto para exponer el tema de la comunicación asociado con el proyecto en formulación.

3.4.2. El Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural, temático

Se utiliza generalmente por proyectos que ya están en operación. Se le conoce también como "diagnóstico". La evaluación en esta etapa del ciclo del proyecto sirve como una herramienta de seguimiento y evaluación. *El Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* por tema o temático como su nombre lo indica, es usado para investigar temas específicos, problemas, preguntas o desafíos que surgen durante la implementación de un proyecto. Sus resultados se aplican en el diseño de los programas de comunicación, para resolver problemas o mejorar el diálogo entre los socios participantes y asegurar de esta manera que se alcancen los objetivos propuestos. Estos resultados podrían plantear ajustes o replantear los objetivos del proyecto y actividades para cerciorarse de que sean pertinentes a las necesidades, problemas y capacidades de la población.

3.5. ¿Qué debe lograr el Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural?

Había una vez un ratoncito aventurero que vivía en un bosque. El ratoncito nunca había ido lejos de su casa, pero en un día soleado la urgencia por la fama y la fortuna, fue grande e irresistible. Además pensó, debo ver el mundo. A pesar de las advertencias de papá y mamá, el ratoncito tomó el dinero de su caja de ahorros, lo puso en el bolsillo y estuvo listo para buscar fama y fortuna. Al poco tiempo, el ratoncito encontró un águila.

- "¿Adónde vas?" preguntó el águila.

- "Voy en busca de fama y fortuna", contestó el ratoncito.

- "Está bien: por dos monedas te venderé esta pluma que te permitirá ir más de prisa a través del bosque".

- "Maravilloso", dijo el ratoncito y entregó dos monedas al águila. Más tarde, el ratoncito encontró a una ardilla.

- "¿Adónde vas?", pregunto la ardilla.

- "En busca de la fama y de la fortuna," contestó el ratoncito.

- "Perfecto. En tal caso desearás llegar pronto. Yo tengo estas nueces que son especiales y te darán energía para llegar rápidamente. ¿Tienes algunas monedas?" preguntó la ardilla.

- “Seguro”. Y le entregó a la ardilla dos monedas a cambio de las nueces y continuó su camino muy de prisa hasta que una hiena lo detuvo:
- “Pareces tener mucha prisa”, dijo la hiena. “¿Adónde vas?”.
- “Voy en busca de mi fortuna y voy tan rápido como puedo”, contestó el ratoncito.
- “Existe un desvío que te llevará inmediatamente”, dijo la hiena con una sonrisa entre los dientes. “Ve derecho hacia esa cueva”, y el pequeño ratón corrió hacia la cueva que le señalaba la hiena...Y al ratoncito nunca más se le vió.

(Adaptado de Krueger, Richard. Focus Groups: A Practical Guide for Applied Research. 2nd ed. London. Sage Publications. 1994.)

El *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* es una metodología tan adaptable y flexible que si los facilitadores no saben hacia dónde se están dirigiendo, como el ratoncito aventurero, podrían terminar en cualquier sitio y además podría costar mucho más que dos monedas. Entonces, es importante tener una imagen clara sobre qué es necesario alcanzar durante el *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* antes de aventurarse en el campo. Y antes de llevarlo a cabo, se deben determinar las categorías de información a recolectar con la población para lograr planificar una estrategia de comunicación efectiva y el diseño de los materiales apropiados. La estrategia de comunicación deberá emerger durante el *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* que se realiza en el campo.

3.5.1. La información esencial necesaria para el diseño de una estrategia de Comunicación

Los elementos claves que el *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* deberá mostrar para el diseño de una estrategia efectiva de comunicación, se describen a continuación y con más detalles en las siguientes secciones del manual.

Perfil de la comunidad

- Cómo la comunidad percibe y define su mundo

Recursos y redes de información y comunicación de la comunidad

La percepción de la comunidad sobre sus necesidades, oportunidades, problemas y soluciones (NOPS)

- Lista de NOPS y su valoración
- Árbol de análisis de los problemas principales
- La ventana de las percepciones

Grupos de interacción prioritarios

- Descripción o características de los grupos de interacción
- Los temas de comunicación relacionados con los problemas centrales
- Sistemas de comunicación y redes de los grupos de interacción
- Los recursos de información utilizados y preferidos por los grupos de interacción

Indicadores

- Indicadores cuantitativos
- Indicadores cualitativos

Estos datos esenciales incluyen las principales necesidades, los intereses, los problemas y las aspiraciones de la comunidad como también la cultura, las fortalezas, las debilidades, oportunidades y amenazas de la población. Otros incluyen información sobre los sistemas sociales de la población con el fin de diferenciar entre los grupos de la comunidad y sus percepciones, actitudes, conocimientos y prácticas con relación a las necesidades y problemas seleccionados. Durante *el Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* se identifican las fuentes de información que influyen y asesoran, como también las redes tradicionales y modernas de comunicación en la comunidad.

El *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* al mismo tiempo que subraya las necesidades y los problemas, detecta los obstáculos y temas que podrían resolverse con la aplicación de la comunicación.

La lista citada más adelante muestra las categorías de información y temas a ser discutidos con la comunidad durante *el Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural*. Estas categorías de información proporcionan tanto el contenido como el contexto para el diseño de la estrategia de comunicación. La lista sirve como una guía y puede acortarse o extenderse dependiendo de la experiencia del equipo con la metodología y los objetivos del diagnóstico.

3.5.2. El perfil de la comunidad

• Cómo la población percibe y define su mundo

Además de los datos obtenidos de fuentes secundarias, se debe trabajar con la población en el campo durante el *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* para desarrollar el perfil de la comunidad según la definen los diferentes grupos en ella. Esto permite que todos logren un entendimiento mutuo sobre cómo la población percibe y define su mundo y su realidad. Es necesario, porque la forma como los extraños ven a las comunidades o las descripciones hechas en los libros sus normas, valores, acciones y aspiraciones podrían no corresponder a la forma como la población se ve a sí misma y vice-versa. El conocimiento de las percepciones de la población sobre su situación, permite conocer el ambiente y el contexto para entender otras categorías de información que serán reveladas a través del *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural*, incluyendo los temas que conciernen a la comunicación.



Figura 6: La mujer con dos cabezas

Al mirar esta imagen, ¿cuál es la edad de la mujer?

Si usted observa sólo una mujer, por favor muestre la imagen a varias personas hasta que alguna le señale a la segunda mujer.

Ahora, para crear un entendimiento mutuo solicite a la persona que observó a la segunda mujer, que le muestre la imagen de la mujer a usted y usted a su vez, le mostrará a esta persona, la mujer que usted observó. Sólo entonces, cuando ustedes dos pueden ver el contenido real de la imagen, podrán decir que se ha creado un entendimiento mutuo entre ustedes dos.

Para recolectar la información requerida para diseñar el perfil de una comunidad, es necesario discutir los siguientes temas con la población:

Geografía de la comunidad: Esta categoría debe contener información sobre los rasgos naturales y físicos del medio ambiente de la población. Se incluye información sobre los modelos de asentamiento, mostrando las características y tamaños de los hogares, familias con mujeres como cabeza de hogar y los recursos de la población pobre; los límites de la comunidad, los recursos y la infraestructura, como también los modelos de tenencia de la tierra.

Historia de la comunidad: Se refiere a la información sobre eventos significativos que la población ha experimentado a través de los años como cambios y hechos positivos o negativos; las crisis en el medio ambiente, la migración de la población, los buenos y malos periodos agrícolas, etc. También se debe recolectar y documentar la información sobre cómo la población ha enfrentado los cambios en sus vidas y otras circunstancias.

Las tendencias estacionales en la comunidad: Bajo esta categoría se identifican y se documentan las estaciones diversas del área. Se deben documentar y mostrar las anomalías y los cambios experimentados por la gente, recoger información sobre el agua y la disponibilidad de agua y alimentos en las diferentes estaciones, así como sobre las enfermedades regulares. Una información muy controvertida que aparece bajo esta categoría, es la diferencia entre el número de actividades diferentes realizadas en una estación particular por los hombres y por las mujeres. Es importante encontrar esta información.

La composición social de la comunidad: Bajo esta categoría se identifican los varios grupos de la comunidad por género, edad, etc., y se señalan las relaciones de poder al interior del grupo y entre los grupos. Es necesario documentar las instituciones en la comunidad, sus roles, su posición, su importancia y relación con los temas en discusión, para identificar quien en la comunidad tiene la autoridad para influenciar en la toma de decisiones. De esta manera, es posible identificar al interior de la población los líderes formales y no formales, y también los pobres entre los pobres.

La economía de la comunidad: Se deben documentar y discutir las fuentes de ingresos de la gente, su trabajo y modelos ocupacionales, incluyendo *quién hace qué y cuándo* en términos de género. Es necesario discutir y documentar los factores internos y externos que afectan sus fuentes para las estrategias de vida con el fin de tener una imagen completa de la economía de la población.

Los modelos de relación entre grupos en la comunidad: En general, se trata de la información sobre los roles de los distintos grupos en la comunidad y cómo cada grupo percibe a los otros en relación a sus capacidades, potenciales y limitaciones.

Recuadro 7: Un ejemplo en Zambia

Durante un Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural en un poblado de Zambia, el equipo de extensión y comunicación se refería continuamente a la población como productores. Casi al final del diagnóstico, cuando la gente no se sintió cómoda con el equipo, expresaron que ellos mismos no se percibían como productores. La gente proporcionó inmediatamente al equipo la definición de lo que consideraban productor: una persona con un título legal sobre la tierra. Como la población trabaja su tierra bajo el sistema tradicional de tenencia de la tierra, no se ven a sí mismos como productores. Resultado: la mayoría de las recomendaciones que se presentaron a la población, considerándolos como productores, no se implementaron en el poblado porque los pobladores no se consideraban productores.

- **La cultura de la comunidad:** La información sobre la cultura de la población explica muchas de sus acciones y actitudes. Es necesario que el *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* revele la información sobre la religión, las costumbres y los valores. Bajo estas categorías se debe observar el vocabulario y los idiomas utilizados por los grupos en la comunidad durante la discusión de los varios temas. Cuando se comprende la cultura de la gente, es más fácil apreciar por qué ellos toman ciertas decisiones, el significado que le dan a ciertos eventos en sus vidas y las formas como expresan sus emociones en canciones, danzas, teatro, etc. También es necesario identificar y discutir los procedimientos de socialización de la comunidad, como son las ceremonias rituales y de iniciación porque puede ser muy práctico durante el diseño de la estrategia de comunicación.
- **Los modelos de acceso y control de los recursos en la comunidad:** El *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* deberá determinar los diferentes niveles de acceso y control que los varios grupos tienen de los recursos en la comunidad para sostener sus estrategias de vida.
- **La experiencia de la comunidad con proyectos y programas de desarrollo:** Esta información es importante porque permite conocer cómo la población se relacionó con los esfuerzos del desarrollo en el pasado. Además permite conocer si la población estuvo o no satisfecha con esos esfuerzos previos para resolver sus problemas, con o sin apoyo externo.

3.5.3. Las fuentes y redes de información y comunicación de la comunidad

El *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* ayuda a identificar los modos de cómo comunicarse con la población sea en forma masiva, grupal o interpersonal. Con las herramientas del *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural*, la comunidad puede definir sus fuentes y redes tanto tradicionales como las modernas de comunicación; puede identificar los vínculos de comunicación entre la comunidad y otras comunidades, con organizaciones externas y con instituciones; identificar la naturaleza de la información transmitida a través de cada red y su uso potencial; determinar los atributos de los sistemas y redes específicos preferidos por la comunidad; e identificar tanto a los individuos como a los grupos influyentes que proveen información y asesoría sobre los problemas y temas seleccionados sobre el desarrollo.

- **Los niveles de educación en la comunidad**

El *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* muestra los niveles de alfabetismo en la comunidad, indicando cuál gente puede leer, cuál puede escribir, en qué idiomas, y también quiénes pueden manejar números y la aritmética, todo lo cual permite conocer si la comunidad puede comunicarse efectivamente con un mundo letrado y el idioma. Además, se identifica la población para la difusión de los materiales escritos, como los profesores y los escolares.

- **La distribución interna de los recursos de comunicación en la comunidad**

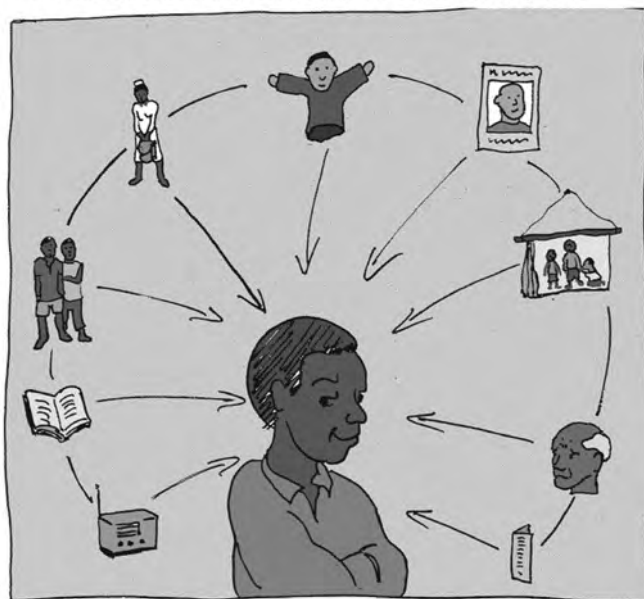
Durante el *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* se pueden observar la disponibilidad y acceso a recursos como las radios, los ambientes para reuniones, los centros de capacitación, las canciones, los grupos de danza, las asociaciones, los rituales, eventos, los grupos de iniciación, etc. en la comunidad.

- **Las fuentes de información externas a la comunidad**

Un *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* identificará las fuentes externas de información de una comunidad, (por ejemplo una compañía de semillas, los mercados y las subastas públicas) y sus características como la accesibilidad y su confiabilidad. Las fuentes externas podrían usarse como oportunidades y como lugares para interactuar con la comunidad.

Figura 7: Los posibles canales de comunicación

Posibles canales: medios, herramientas, etc.



y las fuentes de influencia

- **Los recursos de información y comunicación de los grupos interactivos**

A medida que el *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* va progresando con cada grupo interactivo prioritario, se definen los modelos de comunicación dentro del grupo. En este momento, es esencial identificar quiénes tanto en la comunidad como de fuera de ella, han tenido una fuerte influencia en los miembros de los grupos de interacción prioritarios a nivel de la conducta, en la toma de conciencia, en los conocimientos, en las actitudes y prácticas. Estas son las fuentes que realmente influyen y asesoran a diferencia de las aparentes fuentes de información y opinión. Pueden ser o modernas o tradicionales; en algunos casos se ha descubierto que la fuente más influyente en una comunidad, son los sanadores tradicionales, adivinos y la iglesia al mismo tiempo.



Figura 8: Los medios tradicionales y populares son bastante efectivos

Es esencial identificar el o los modelos de los distintos roles, tanto internos como externos para los miembros de los grupos interactivos. ¿Cuáles son sus características? Estas características pueden ser utilizadas en la selección de las fuentes de información/asesoría para el grupo interactivo prioritario, en caso se considere enviarles mensajes, como parte de la estrategia de comunicación.

Se puede añadir, que es esencial asegurar que se recolecte la siguiente información relacionada con los grupos interactivos:

- Su percepción sobre el problema del desarrollo y la solución propuesta.
- Su lugar en el proceso de adopción (si la adopción es un fin) y lo que perciben específicamente sobre lo que sería la solución, de acuerdo con su utilidad, beneficios, compatibilidad con su cultura, nivel económico, etc., complejidad y habilidad para tratar las posibles soluciones.
- La disponibilidad y efectividad de los canales de comunicación para conocer el tema.
- La flexibilidad social, cultural, económica y medioambiental para adaptarse al cambio.
- Su posición según los grados de participación en el proyecto.
- Los idiomas, referencias actuales o nuevas de acuerdo a los tópicos.
- Los sonidos y música asociados con el tema.
- Las imágenes visuales, símbolos y colores asociados con el tema.
- Los animales, insectos, reptiles, cualquier criatura asociados con el tema.
- Los eventos e historias relativas al tema.
- Los olores, sabores, tactos relacionados con el tema.
- Las peticiones negativas y positivas relacionadas con el tema.
- Los medios preferidos y relevantes (los actuales y los nuevos)
- El sistema de flujo de información.
- Los canales interpersonales preferidos y relevantes.
- Las actividades preferidas y relevantes, por ejemplo, las reuniones, los grupos, teatro, ceremonias, eventos, los días de mercado.
- La estructura de poder de la actual toma de decisiones relacionada con el tema (individual, un socio, un grupo, un líder, un tomador de decisiones externo...)
- Los métodos de capacitación que han sido aplicados con éxito en el pasado.

3.5.4. Las percepciones de la comunidad sobre sus necesidades, oportunidades, problemas y soluciones (NOPS)

Más allá de discutir temas generales, económicos, sociales y medio ambientales con la comunidad, el equipo del *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* debe apoyar a la gente a identificar, definir y priorizar sus necesidades, oportunidades, problemas y las posibles soluciones -NOPS. La identificación y selección de las prioridades de la población - NOPS, especialmente las necesidades y problemas, es el primer paso hacia el diseño de la estrategia de comunicación. Cuando se tiene la selección de los NOPS priorizados por la comunidad, se identifican los grupos o segmentos de la comunidad más afectados o los que pueden hacer algo sobre estos NOPS.

- **Qué son los NOPS? Las necesidades, las oportunidades, los problemas y las soluciones**

Las necesidades describen la falta de insumos materiales o psicológicos que la comunidad percibe como importantes para mejorar su bienestar. Las oportunidades son ocasiones que podrían estar presentes en ciertas situaciones y que si se explotan apropiadamente pueden convertirse en insumos valiosos a los esfuerzos para mejorar las condiciones de vida de la población. Los problemas son las situaciones negativas y no deseadas que impiden o detienen a las comunidades para lograr sus necesidades básicas. Las soluciones son modos de tratar con las situaciones difíciles, lo negativo y con los problemas.

- **Análisis del árbol de problemas**

Como fue discutido en el Capítulo 2, se identificarían muchos problemas durante el *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural*. Se aplica el análisis del árbol de problemas a los mayores problemas para definir sus causas y sus efectos, como también determinar los problemas centrales priorizados, los cuales ayudará a resolver la estrategia de comunicación. El análisis de los problemas permite identificar a los afectados por los problemas. Esta gente constituirá los grupos interactivos los cuales son los destinatarios de la estrategia de comunicación.

Figura 9: La ventana de las percepciones



El análisis del árbol de problemas proporciona las percepciones de la comunidad sobre el problema que el proyecto busca solucionar. Normalmente, la Ventana de las Percepciones se obtiene cuando el árbol preliminar de problemas, dibujado por el equipo del proyecto con anterioridad al *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural*, se compara con el árbol producido por la comunidad, para identificar las áreas de acuerdo o desacuerdo. Esto conduce a una nueva mirada del problema, acordada entre la población y el equipo del proyecto, y es la base de la estrategia de comunicación.

Miedo de terminar como pordioseros

- **La ventana de las percepciones**

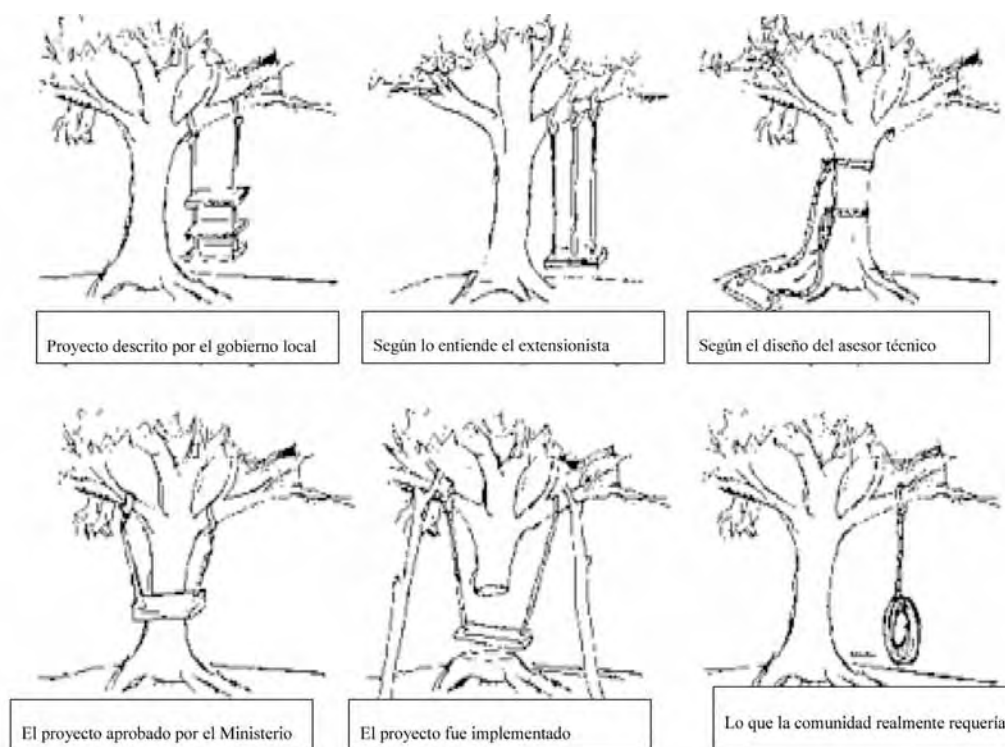
Las percepciones juegan un rol importante en la forma como se definirán los problemas.

Observe la figura de la mujer de dos cabezas. Imagine qué sucedería si esta imagen es un problema en la comunidad y el proyecto trata de definirlo de una manera y la comunidad de otra forma. Teniendo en cuenta esta posibilidad, es necesario hacer siempre un gran esfuerzo para llegar a un entendimiento común con la comunidad sobre los NOPS. ¿Cuáles son los problemas según lo que ellos piensan y cuáles son las soluciones? ¿Cuáles son los elementos necesarios para un cambio que valga la pena? La Figura 9 muestra diferentes percepciones sobre un mismo tema definido por el proyecto y comprendido por la comunidad, mientras la Figura 10 describe lo que sucede a menudo, cuando no se comprenden o se mal entienden los NOPS de la comunidad.

- **Las consecuencias de una mala interpretación de los NOPS de una comunidad**

El fracaso de muchos proyectos se debe a que los problemas de la comunidad no se comprendieron o fueron mal interpretados. Las caricaturas de la Figura 10 ilustran lo que sucede cuando la comunidad y el proyecto no tienen un entendimiento mutuo sobre los problemas o las soluciones que la población necesita.

Figura 10: Las consecuencias de la falta de entendimiento



3.5.5. Los grupos potenciales grupos interactivos en la comunidad y su descripción

• ¿Qué son los grupos interactivos?

Normalmente, en otros tipos de programas de planificación de la comunicación, estos grupos se conocen como “audiencias” y en Relaciones Públicas como “públicos”. El enfoque que se promueve en este manual es participativo, y el término “grupo interactivo” se utiliza para reemplazar la vieja definición que consideraba a la gente sólo como recipientes de información.

El término presupone que la población involucrada en un *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* y en el programa completo de comunicación no son recipientes pasivos, sino gente cuyo conocimiento y opiniones son valiosos y cuyas percepciones se toman en cuenta seriamente. Los grupos interactivos se consideran como fuentes de información e iniciadores de la acción, y como tomadores de decisiones. Pueden ser individuos, asociaciones, agencias, instituciones o cooperativas tanto al interior como al exterior de la comunidad y cuya actividades, necesidades, problemas afectan a la gente de manera positiva y/o negativa.

Toda comunidad está compuesta de diferentes grupos: hombres, mujeres, los alfabetos, los analfabetos, etc. Algunos de los grupos de la comunidad como los muy pobres, los inválidos, los excluidos, los enfermos, podrían ser invisibles. Si los temas discutidos son de importancia para estos “grupos desaparecidos”, es necesario buscarlos y dialogar con ellos.

• Los asuntos de comunicación relacionados con los problemas centrales

Una vez que se han definido los grupos interactivos, el *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* debe presentar un mejor entendimiento de sus percepciones sobre los NOPS y a la vez relacionarlos con sus conocimientos, actitudes, creencias y prácticas. También deben presentarse los sistemas de comunicación de los grupos y los idiomas que utilizan para discutir los asuntos de la investigación (Ver Sección 3.5.3.). Estos son los elementos esenciales para la formulación de la estrategia de comunicación.

EL *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* no solo descubre los NOPS de la comunidad sino que también define los asuntos de comunicación relacionados con los NOPS. Es necesario que cuando los NOPS estén definidos y los grupos interactivos seleccionados, se haga un esfuerzo para identificar aquellos NOPS que la comunicación puede ayudar a resolver. Tales obstáculos relacionados con la comunicación incluyen la falta de una buena participación de los grupos interactivos en la investigación, en la planificación o en la implementación de esfuerzos para resolver el problema o la necesidad. Otro de los problemas pudiera ser la falta o baja conciencia del problema, o la falta de compromiso, o conocimiento insuficiente para abordar y tratar el problema. En los proyectos que se están implementando, donde las soluciones han sido identificadas y presentadas a la población, los problemas se refieren por lo general a la no aceptación de las soluciones. Las causas de la no aceptación podrían estar asociadas tanto con los grupos interactivos o con el proyecto, tal como se sugiere en la Tabla 4.

Tabla 4: Las causas de la no adopción de soluciones

Etapas del proceso de aceptación de la innovación	Las causas del proyecto para un proceso incompleto	Las causas de los beneficiarios para un proceso incompleto
Desacuerdo	Las características de la innovación comunicadas incorrectamente	La innovación fracasa al no alcanzar las expectativas
Adopción	Fracaso en desarrollar productos relevantes o mejorar los viejos	La innovación no es relevante u otro producto es más atractivo/relevante
Prueba	Respuesta de conducta no especificada en comunicaciones Un sistema de distribución pobre	Se percibe la alternativa como igualmente buena. La innovación no está disponible
Legitimación	Pobre efecto de la fuente de comunicación	La opinión del grupo o del líder presiona contra la adopción. Leyes/sanciones tradicionales contra el uso de la adopción
Actitud	Falta de comunicación persuasiva	Complacencia/suspensión del juicio/opinión
Comprensión	Una comunicación difícil de comprender	Retención selectiva
Toma de conciencia	Comunicación pobremente utilizada o muy poca	Exposición selectiva Percepción selectiva
Percepción del problema	Falta de la participación de la gente en la identificación del problema Investigación pobre Problema mal interpretado	Falta de problema

Para encontrar más información sobre los grupos de interacción y su relación con los NOPS se puede utilizar la Tabla 4 para identificar y analizar sus conocimientos, actitudes, creencias y prácticas con relación a los NOPS.

- **El conocimiento**

Es necesario aprender sobre el conocimiento autóctono y el adoptado de los grupos interactivos con relación a los asuntos que están en discusión. El conocimiento técnico autóctono de los grupos, son aquellas técnicas y prácticas que se han desarrollado y transmitido de padres a hijos. Se han construido sobre siglos de experiencia y adaptación y están en armonía con las condiciones del ambiente y las limitaciones en la comunidad. Se expresan en los idiomas locales. Aunque esencialmente son locales, este conocimiento ha tenido influencia de la innovación que surge de las mismas comunidades o de otros sistemas. Tal conocimiento podría permitir una mirada para conocer como el grupo normalmente resuelve los problemas y sus necesidades.

Por otra parte, el conocimiento adoptado son aquellas técnicas, procesos y prácticas que fueron originalmente introducidas desde fuera de la comunidad. Es necesario evaluar si el grupo conserva este conocimiento. Incrementar tal conocimiento podría convertirse en un objetivo de la estrategia de comunicación, si se encuentra que el nivel es bajo.

- **Las actitudes**

El *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* explora aquellas posiciones mentales adquiridas - negativas o positivas - que un grupo tiene en relación a una idea u objeto. A menudo las actitudes pueden expresar la conducta de la gente sobre una idea u objeto. Alguna gente podría tener conocimientos sobre algunas técnicas, y porque no tienen una actitud positiva hacia esas técnicas, se rehúsan a utilizarlas aunque podrían ayudarles a la solución de los problemas. Entonces, es importante conocer la actitud de la gente hacia ciertos asuntos bajo discusión. Con esta información se puede diseñar una estrategia de comunicación con el fin de cambiar actitudes negativas y resolver problemas.

- **Las creencias**

El *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* explora las creencias de los grupos interactivos con relación a los asuntos bajo discusión. Aunque algunas de estas creencias parecieran supersticiones, hacer una referencia positiva a ellas en mensajes o discusiones podría determinar el éxito o fracaso de un programa de comunicación. Las creencias afectan las actitudes y por lo tanto a las prácticas.

- **Las prácticas**

Es necesario discutir y observar las prácticas de los grupos interactivos con relación a un asunto en particular. Las prácticas como los conocimientos, pueden ser tanto autóctonos como pueden ser adoptadas. Responda a pregunta: ¿Por qué la gente toma decisiones para actuar de una cierta forma y sobre qué se basa?

3.5.6. Los indicadores

Finalmente, el *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* debe apoyar la identificación de los indicadores tanto cualitativos como cuantitativos para el seguimiento y la evaluación de un programa de comunicación.

- **Los indicadores cuantitativos**

El *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* debe proporcionar las bases para el diseño del estudio de línea de base, porque indirectamente ayuda a identificar los indicadores cuantitativos para el seguimiento y evaluación de un programa de comunicación.

La línea de base permite afinar los objetivos del programa de comunicación y permite medirlos durante la última evaluación que se hace al final del programa de comunicación.

- **Los indicadores cualitativos**

El *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* ayudará a la comunidad a identificar sus propios indicadores cualitativos para el seguimiento y evaluación participativos del programa. Estos indicadores son definidos por la comunidad y reflejan a menudo la medida de su satisfacción o insatisfacción con el programa. La evaluación generalmente se realiza con un *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* después de la implementación para valorar el impacto cualitativo del programa sobre la población.

Las herramientas y las técnicas del Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural

- 4.1. Una revisión general de las herramientas y técnicas del Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural
- 4.2. Las herramientas y las técnicas del Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural para conocerse unos a otros, animarse y energizarse
 - 4.2.1. Las herramientas y las técnicas para conocerse unos a otros
 - 4.2.2. Las herramientas y las técnicas para el calentamiento
 - 4.2.3. Las herramientas y las técnicas para energizar
- 4.3. Las herramientas y las técnicas del Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural para conocer más sobre la comunidad
 - 4.3.1. Las herramientas y las técnicas para recolectar datos geográficos
 - 4.3.2. Las herramientas y las técnicas para recolectar datos históricos y otros relacionados con el tiempo
- 4.4. Las herramientas y las técnicas para recolectar datos sobre los asuntos de comunicación
 - 4.4.1. Las herramientas y las técnicas para identificar los recursos y redes de comunicación de la comunidad
 - 4.4.2. Las herramientas y las técnicas para descubrir las percepciones de la comunidad
 - 4.4.3. Las herramientas y las técnicas para estudiar las creencias, los conocimientos y las prácticas de una comunidad
- 4.5. Las herramientas y las técnicas del Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural para examinar y analizar los asuntos críticos
 - 4.5.1. Las herramientas y técnicas para la identificación y análisis del problema
 - 4.5.2. Las herramientas y las técnicas para encontrar similitudes, clasificar y categorizar
 - 4.5.3. Las herramientas y las técnicas para sondear y explorar

Objetivo

Presentar un resumen de las principales categorías de herramientas y técnicas del *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* y de la información que comúnmente generan.

Al final del Capítulo, usted podrá:

1. Identificar las principales categorías de herramientas y técnicas del *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural*
2. Indicar las herramientas y técnicas sugeridas por el *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* para facilitar ciertas actividades o para recolectar diferentes tipos de información
3. Describir las actividades y la información que facilitan las herramientas y técnicas del *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural*
4. Describir las diferencias entre las herramientas y técnicas del *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* para recolectar información y las que permiten examinar y analizar.

4.1. Una revisión general de las herramientas y técnicas del Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural

Las herramientas y técnicas utilizadas son prestadas en su mayoría, de otros diagnósticos y evaluaciones con enfoques participativos, tales como el Diagnóstico Rural Participativo, el Aprendizaje y Acción Participativos, etc. Como la mayoría de estas herramientas y técnicas son visuales por naturaleza, se elimina la necesidad de altos niveles de alfabetismo y operaciones aritméticas por parte de los miembros de la comunidad.

El fin principal de las herramientas y las técnicas del *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* es permitir a los grupos en la comunidad expresar y analizar sus conocimientos; ayudar a la gente a hacer un mapa de y a diagramar su situación y su medio ambiente en la forma más cómoda y no intimidadora, usando materiales y símbolos a los cuales están acostumbrados. Las herramientas y las técnicas también les ayudan a identificar y priorizar sus necesidades, sus oportunidades, los problemas, las fortalezas, debilidades y amenazas; facilitan el desarrollo de un lenguaje visual común a la población y a los equipos del proyecto, lo cual asegura una mejor comunicación y un mutuo entendimiento.

Cuando se seleccionan las herramientas y las técnicas para el *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural*, se sugiere empezar con aquellas que puedan atraer al mayor número de gente y presenten una imagen amplia de la comunidad. Estas herramientas y técnicas entusiasman a la población. Cuando se seleccionan las herramientas y técnicas es necesario tener en cuenta:

- Algunas de las herramientas del *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* son flexibles y pueden ser usadas para recolectar una variedad de información;
- Las herramientas del *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* deben ser usadas de tal manera que se complementen y sirvan para verificar información obtenida;
- Otras herramientas sólo pueden ser usadas efectivamente, cuando se crea una relación de confianza entre el equipo y la comunidad;
- Algunas herramientas son para revelar información mientras otras ayudan a confirmar y descubrir circunstancias importantes de la situación;
- Algunas herramientas pueden ser apropiadas para una cultura y no para otras;

- Todos los materiales generados por las herramientas y técnicas del *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* deben entregarse a la comunidad. El equipo del proyecto deberá hacer copias para su propio uso.

4.2. Las herramientas y las técnicas del Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural para conocerse unos a otros, animarse y energizarse

4.2.1. Las herramientas y las técnicas para conocerse unos a otros

En un *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* la presentación de unos a otros entre los participantes es una parte crucial del ejercicio. Es cuando el equipo del proyecto tiene la oportunidad para explicar a la comunidad quiénes son y de dónde vienen. Es el momento de comenzar la discusión con la comunidad sobre el enfoque y la posibilidad del *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* y así garantizar que exista un mutuo entendimiento entre el equipo y la comunidad sobre la agenda del diagnóstico.

Estas presentaciones pueden realizarse de muchas maneras: de forma muy simple y directa, otras pueden ser más innovativas, complejas y entretenidas. La más simple, incluye la auto presentación o la presentación del equipo y de los miembros de la comunidad a través de sus líderes respectivos. Las formas más complejas, incluyen entrevistas por parejas, o la propia presentación acompañada por algún tipo de demostración que permita describir parte de su personalidad o su profesión. Por ejemplo, un carpintero de la comunidad, se podría presentar con una mímica indicando que está haciendo una mesa o algún otro mueble

4.2.2. Las herramientas y las técnicas para el calentamiento

Generalmente, un calentamiento precede a la presentación descrita con anterioridad. Puede ser con canciones de bienvenida o danzas realizadas por la comunidad. El equipo del *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* debe participar en tales actividades, sólo si es aceptable para la comunidad.



Figura 11: Un diálogo con los hombres Ovahimba en Namibia

Manual DPCR

Aparte del calentamiento inicial, se sugiere empezar la recolección de información para el *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* con las herramientas y técnicas que permiten quebrar las barreras de inhibición y de timidez buscando construir la confianza y estimular la creatividad, tanto del equipo como de la comunidad. Estas herramientas y técnicas ayudan a la construcción de equipo y asisten a la población a describir la geografía y la historia de su comunidad, información que le es familiar, no es intimidante y de la cual se sienten orgullosos. Para empezar, se sugieren las herramientas que se trabajan con mapas y líneas históricas. El dibujar mapas permite a la comunidad modelar su poblado e identificar los recursos que tienen, tanto estructurales, humanos como de comunicación. Las líneas históricas por otra parte, promueven el recuento de la historia de la comunidad y ayudan a establecer el manejo de la población de ciertos cambios ocurridos en el transcurso de la historia de su vida.

Figura 12: El equipo comparte conocimientos con las mujeres en un poblado en Zambia



4.2.3. Las herramientas y las técnicas para energizar

Estas técnicas son usadas entre las sesiones del *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural*. Se utilizan para promover el trabajo en equipo, para revitalizar la creatividad de la gente, o para romper una discusión. Se pueden usar para articular una actividad con otra. Se sugiere estimular a la comunidad a utilizar sus propias actividades energizantes.

4.3. Las herramientas y las técnicas del Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural para conocer más sobre la comunidad

4.3.1. Las herramientas y las técnicas para recolectar datos geográficos

Se utilizan varios tipos de mapas y transectos para recolectar información geográfica sobre la comunidad. Estas herramientas y técnicas ayudan a la población a definir visualmente los varios tipos de gente en el poblado, las áreas de vivienda, la infraestructura, los almacenes, los suelos, las fuentes de agua, las instituciones, los recursos de comunicación, etc., que existen en su comunidad. También permiten observar los alrededores, las tierras, los corrales de ganado, la vida silvestre y otros importantes elementos como colinas, ríos, etc.

Los mapas más comunes son: el mapa del poblado/los recursos, el mapa social, el mapa temático, el diagrama de la finca, una maqueta o modelo tri-dimensional. Estos mapas son de gran ayuda para la comunicación, porque la gente, inclusive la que no ha ido a la escuela, puede construir y utilizar los mapas. El dibujar los mapas, ha demostrado ser un ejercicio que las comunidades disfrutan y que puede ser usado como la primera herramienta del *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural*, para estimular la participación. Trazar mapas es una actividad llevada a cabo con mucho entusiasmo y que da inicio a una activa participación por parte de la comunidad en el *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural*.

Los transectos son caminatas, que llevan el equipo y algunos de los miembros de la comunidad, por el poblado y permiten observar los diversos elementos, recursos y condiciones a través de la zona. Los transectos se realizan después del dibujo de los mapas y pueden utilizarse para verificar la información recolectada en ellos. Las caminatas raramente siguen una línea recta, se camina en zig-zag por diferentes áreas.

4.3.2. Las herramientas y las técnicas para recolectar datos históricos y otros relacionados con el tiempo

La información relacionada con el tiempo y la historia de la comunidad puede descubrirse aplicando las herramientas y técnicas del *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural*, como las líneas de tiempo, líneas de tendencias y los calendarios estacionales.

4.4. Las herramientas y las técnicas para recolectar datos sobre los asuntos de comunicación

4.4.1. Las herramientas y las técnicas para identificar los recursos y redes de comunicación de la comunidad

Los principales sistemas, canales y redes de información y comunicación de los grupos interactivos claves se pueden definir con las herramientas del *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural*, como los diagramas de los enlaces de comunicación, la ordenación por rangos en parejas, las matrices directas de ordenación por rangos y por puntaje.

Estas herramientas se pueden utilizar para exponer las fuentes de información, modernas o tradicionales, preferidas por los grupos, sea al interior de la comunidad como fuera de ella. Estas fuentes pueden ser muy diversas: eventos culturales y religiosos, rituales, artes, dibujos, historias y cuentos, danzas, canciones, teatro, medios audiovisuales e impresos. También estas herramientas pueden ayudar a identificar tanto la gente influyente como a las instituciones con credibilidad, por ejemplo los líderes, el modelo de los diferentes roles, los que marcan las tendencias, etc.

4.4.2. Las herramientas y las técnicas para descubrir las percepciones de la comunidad

Para identificar cómo los varios grupos de la comunidad perciben y definen sus problemas, sus soluciones y sus necesidades, se pueden utilizar herramientas y técnicas del *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* como las discusiones de grupos focales, el árbol de problemas y la ventana de las percepciones. Los grupos focales de discusión pueden ser muy útiles para determinar el nivel de conciencia de una comunidad con relación a los asuntos que se están considerando. De la misma manera, la actitud y el nivel de interés en un asunto particular pueden determinarse con la discusión de los grupos focales y con la calificación que asignen al asunto con las distintas herramientas del *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural*, especialmente el árbol de problemas.



Figura 13: Los hombres discuten sobre las fuentes preferidas de información en un poblado de Zimbabwe.

4.4.3. Las herramientas y las técnicas para estudiar las creencias, los conocimientos y las prácticas de una comunidad

La discusión de los grupos focales, las entrevistas y la observación son las herramientas que se sugieren para estudiar las creencias, los conocimientos, las destrezas y las prácticas, con relación a los problemas y soluciones que están siendo discutidos.

Mientras se localiza la información descrita, es importante identificar con los grupos, otras informaciones adicionales, conocimientos, destrezas y recursos que podrían requerirse para solucionar el problema. Las herramientas y las técnicas también permiten identificar los idiomas, el vocabulario, las normas culturales y las asociaciones, los símbolos e historias que la comunidad emplea cuando discute los temas del desarrollo.

4.5. Las herramientas y las técnicas del Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural para examinar y analizar los asuntos críticos

4.5.1. Las herramientas y técnicas para la identificación y análisis del problema

Para la identificación y análisis del problema, se utilizan las herramientas y técnicas como el perfil de acceso y control, los mapas de las estrategias de vida, el análisis de género, la lluvia de ideas y el árbol de problemas. Estas herramientas también se pueden aplicar para definir las necesidades, oportunidades, problemas y soluciones (NOPS) de grupos específicos de la comunidad. Es necesario recordar que todas las otras herramientas y técnicas contienen elementos específicos que permiten indicar los NOPS de la comunidad.

Si bien los NOPS podrían no ser tan evidentes mientras que se utilizan las herramientas mencionadas, sondear o entrevistar a la comunidad sobre las herramientas y las técnicas frecuentemente permite reconocer las necesidades, las oportunidades, los problemas y las soluciones además de las fortalezas, debilidades y amenazas de la población.

4.5.2. Las herramientas y las técnicas para encontrar similitudes, clasificar y categorizar

Durante un *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* se manifiestan gran cantidad de datos, sobre las necesidades, las oportunidades y los problemas de los grupos específicos. Sin embargo y teniendo en cuenta tanto las capacidades de la gente como los limitados recursos de cualquier agencia de desarrollo, sólo se le dará preferencia a la información más importante. Para apoyar a la comunidad a clasificar, categorizar, comparar, calcular, jerarquizar y dar puntajes a la información encontrada se recomiendan ciertas herramientas y técnicas como son: la categorización valorativa, la ordenación por rangos en pareja, la ordenación por rangos abiertos y cerrados, etc.

4.5.3. Las herramientas y las técnicas para sondear y explorar

Con frecuencia, durante un *Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural* la información que emerge no contiene todos los detalles necesarios para tomar las decisiones correctas. Para asegurar que estos detalles cruciales se descubran, se utilizan las herramientas y las técnicas como los grupos focales y los grupos dinámicos de discusión, las entrevistas con informantes claves, y las entrevistas de profundidad para sondear y explorar mas información. Las herramientas y técnicas que se han mencionado en este Capítulo, se encuentran en la Caja de Herramientas de este manual.

