MEDIOS DE COMUNICACION QUE USAN LOS HABITANTES DEL PROYECTO DE DESARROLLO RURAL DE LA "PROVINCIA DEL TEQUENDAMA"-CUNDINAMARCA

TESIS

Presentada al Programa de Estudios para Graduados en Ciencias Agrarias. Universidad Nacional-Instituto Colombiano Agropecuario, ICA

Por

EVANGELISTA RODRIGUEZ GOMEZ

Como requisito parcial para optar el grado de MAGISTER SCIENTIAE

Bogotá, Colombia

1974

COMITE CONSEJERO

VICENTE ALBA R., I.A. M.S. _____ Principal

CARLOS CORTES B., I.A. M.S. _____ Consejero

RAFAEL LOPEZ O., I.A. M.S. _____ Consejero

"El Presidente de tesis, el Consejero de tesis y el Consejero Examinador de Grado, no serán responsables de las ideas emitidas por el candidato". (Artículo 217 de los Estatutos de la Universidad Nacional).

MICROBIOGRAFIA

EVANGELISTA RODRIGUEZ GOMEZ, nació el 16 de mayo de 1939 en Nemocón, Departamento de Cundinamarca.

Bachiller del Liceo Nacional José Joaquín Casas, de Chiquinquirá e Ingeniero Agrónomo de la Facultad de Agronomía de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, Tunja, Boyacá.

Director de Técnicas agrícolas (1965 - 1966) en el Instituto Técnico Agrícola de "Valsalice", Fusagasugá.

Auxiliar de investigación (1967 - 1970) en la Estación Experimental "El Cucharo", San Gil, en el Instituto Nacional de Fomento Tabacalero e Instituto Colombiano Agropecuario, ICA.

Agente de Extensión (1970 - 1972) en Málaga y Moniquirá con el Instituto Colombiano Agropecuario, ICA.

Director Administrativo (1972) del Centro Demostrativo, Surbatá, ICA.

En octubre de 1972 ingresó al Programa de Estudios para Graduados en Ciencias Agrarias, especialización de Producción de Cultivos, la cual terminó en julio de 1974.

Dedico

MARIA HELENA SANCHEZ DE RODRIGUEZ

ARIEL FERNANDO RODRIGUEZ SÁNCHEZ

IVI HELENA RODRIGUEZ SANCHEZ

AGRADECIMIENTOS

Al Comité Consejero.

A Josué Franco Mendoza, Subgerente de Desarrollo, ICA.

A miltón Gerardo Muñoz, Programa de Comunicación de Masas, ICA.

A José Ricaurte García B., División de Sociología Rural, ICA.

A Manuel Arévalo A., Programa de Comunicación de Masas, ICA.

A Mercedes Rocha M., Mecanógrafa.

Al personal de Prácticos de la División de Sociología Rural y del Proyecto de Desarrollo de la "Provincia del Tequendama", ICA, en - cuestadores.

CONTENIDO

		Página
1.	INTRODUCCION	1
	1.1. OBJETIVOS	4
2.	REVISION DE LITERATURA	6
	2.1. GENERALIDADES DEL AREA	6
	2.2. ESTUDIOS SOBRE MEDIOS DE COMUNICACION ...	8
3.	MATERIALES Y METODOS	20
	3.1. AREA DE ESTUDIO	20
	3.2. DEFINICION DE TERMINOS	20
	3.3. LIMITACIONES	21
	3.4. FORMULACION DE HIPOTESIS	21
	3.5. MUESTREO	22
	3.6. INSTRUMENTO DE INVESTIGACION	24
	3.7. PRUEBA DEL CUESTIONARIO	24
	3.8. APLICACION DEL CUESTIONARIO	25
	3.9. TECNICAS Y ANALISIS ESTADISTICO	25
4.	RESULTADOS Y DISCUSION	27
	4.1. CARACTERISTICAS DE LOS INFORMANTES	27
	4.2. USO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION	28

Página

4.2.1. Medios extracomunitarios 28

4.2.2. Medios de comunicación extracomunitaria. 39

4.2.3. Medios extracomunitarios que participan de intracomunitarios 41

4.2.4. Medios de comunicación utilizados en la solución de problemas 42

4.2.5. Canal más adecuado para hacer llegar información agropecuaria y social 44

4.2.6. Relación del sexo y el uso de medios .. 48

4.2.7. Relación entre escolaridad y lectura de materiales impresos 48

5. CONCLUSIONES 54

6. RECOMENDACIONES 59

7. RESUMEN 62

8. SUMMARY 66

9. BIBLIOGRAFIA 70

ANEXO 1 (Formulario)..... 74

ANEXO 2 (Tablas) 79

LISTA DE TABLAS

Tabla		Página
1.	Medios extracomunitarios que usan los habitantes del área del Proyecto de Desarrollo Rural de la "Provincia del Tequendama", 1974	29
2.	Medios de comunicación que utilizan los campesinos del área del Proyecto de Desarrollo Rural de la "Provincia del Tequendama" para informarse de los sucesos del país, la región y la vereda,1974	32
3.	Programas agropecuarios más escuchados por los campesinos del área del Proyecto de Desarrollo Rural de la "Provincia del Tequendama", 1974 ...	34
4.	Medios de comunicación intracomunitarios que usan los habitantes del Proyecto de Desarrollo Rural de la "Provincia del Tequendama", 1974	40
5.	Preferencia, para recibir información por los habitantes del área del Proyecto de Desarrollo Rural de la "Provincia del Tequendama", 1974	46
6.	Comparación entre los principales medios preferidos por los habitantes del Proyecto de Desarrollo	

Tabla Página

Rural de la "Provincia del Tequendama" para hacerles llegar información agropecuaria y social, 1974 47

7. Relación entre el sexo de los habitantes del área del Proyecto de Desarrollo Rural de la "Provincia del Tequendama" y el uso de algunos medios, 1974 49

8. Relación de sintonía de programas agropecuarios con el sexo de los habitantes del área del Proyecto de Desarrollo Rural de la "Provincia del Tequendama", 1974 50

9. Relación entre la escolaridad de los habitantes del área del Proyecto de Desarrollo Rural de la "Provincia del Tequendama", 1974 52

LISTA DE TABLAS DEL ANEXO 2

Tabla		Página
1.	Emisora preferida por los habitantes del área del Proyecto de Desarrollo Rural de la "Provincia del Tequendama", 1974	79
2.	Emisora por la que oyen el programa preferido los habitantes del área del Proyecto de Desarrollo Rural de la "Provincia del Tequendama", 1974	80
3.	Hora preferida, para escuchar programas agropecuarios por los habitantes del Proyecto de Desarrollo Rural de la "Provincia del Tequendama", 1974	81
4.	Emisora preferida, por los habitantes del área del Proyecto de Desarrollo Rural de la "Provincia del Tequendama", para oír programas agropecuarios,1974	82
5.	Lugar donde los habitantes del área del Proyecto de Desarrollo Rural de la "Provincia del Tequendama" ven televisión, 1974	83
6.	Periódicos más leídos por los habitantes del área del Proyecto de Desarrollo Rural de la "Provincia del Tequendama", 1974	84

Tabla | Página

7. Lugar donde desean las reuniones los habitantes-del área del Proyecto de Desarrollo Rural de la "Provincia del Tequendama", 1974 85

8. Día preferido para las reuniones, por los habi - tantes del área del Proyecto de Desarrollo Rural de la "Provincia del Tequendama", 1974 86

9. Medios como obtienen información agropecuaria o del lugar, los habitantes del área del Proyecto de Desarrollo Rural de la "Provincia del Tequendama", 1974 87

10. Tema sobre el cual desean recibir información los habitantes del área del Proyecto de Desarrollo - Rural de la "Provincia del Tequendama", 1974 ... 88

1. INTRODUCCION

El Gobierno Colombiano preocupado por acelerar el desarrollo rural del país, ha aplicado sistemas de extensión y fomento agropecuarios. Actualmente se adelantan actividades en este sentido bajo el sistema de Proyectos de Desarrollo Rural, con la ejecución del Instituto Colombiano Agropecuario, ICA.

Un Proyecto de Desarrollo Rural es la acción concentrada e integral de la comunidad y las entidades vinculadas al desarrollo rural, con miras a lograr el mejoramiento económico y social de la población. Su radio de acción comprende uno o varios municipios (7).

Es el caso del Proyecto de Desarrollo Rural de la "Provincia del Tequendama", motivo de este estudio, donde se busca divulgar la tecnología y alcanzar el mejoramiento económico y social de 17.050 familias que ocupan 138.000 hectáreas, para un total de población rural de 119.350 habitantes.

Entre los problemas que afrontan los organismos dedicados al sector agropecuario de Colombia, existe el de cómo transferir y lograr adopción de las nuevas tecnologías a nivel del pequeño y mediano productor agropecuario, para incorporar al desarrollo agropecuario y social a varias zonas marginadas.

Uno de los sistemas, que utilizado eficazmente sirve para ahorrar

recursos económicos y humanos, multiplicando a la vez la transferencia de tecnología de tipo agropecuario y social está constituído por los medios de comunicación.

En el país se ha hecho muy pocas investigaciones encaminadas a identificar tanto los medios de comunicación que utilizan los campesinos, como las condiciones de uso. Sin embargo, el reducido número de estudios muestran que los resultados varían de una región a otra, especialmente por diferencias socioculturales de las personas, no siendo posible, por lo tanto hacer generalizaciones. De tal manera este estudio sería un aporte más hacia el conocimiento de la situación general en el país en cuanto a uso de medios de comunicación por los campesinos.

Ahora bien, para obtener el progreso y lograr el cambio en una comunidad rural, no se debe olvidar que los medios de comunicación constituyen parte esencial para obtener este fín.

Con los medios de comunicación usados adecuadamente podemos llegar a modificar o cambiar la forma de pensar, sentir y obrar de una comunidad, como también a través de ellos crear el conformismo.

Hoy en día es tan espectacular el auge que han tomado los medios de comunicación que se hace indispensable su uso, hasta llegar a cons

tituírse como una función vital del ser humano.

En un país como Colombia que busca su desarrollo rural agropecuario pero que está limitado por recursos económicos físicos y no pudiendo atender personalmente la solución de los problemas de cada familia rural, se hace necesario y obligatorio aprovechar el efecto multiplicador que tienen los medios de comunicación.

La División de Sociología Rural del ICA (6) expresa: "El problema consiste en que no se conocen cuál o cuáles son los medios más usados y adecuados que utiliza esta gente del campo, para que así los organismos interesados puedan transferir información agropecuaria y de tipo social a dicha población rural".

Castellanos (5) afirma que: "El proceso de divulgación objetiva de las diferentes tareas que se realicen en el área del Proyecto de la "Provincia del Tequendama" constituyen un elemento básico para asegurar la difusión de resultados y estimular la participación activa de los productores".

Teniendo en cuenta los conceptos anteriores y la importancia que tiene determinar qué medios de comunicación interpersonal, de grupo o masivo, utilizan los habitantes del Proyecto de Desarrollo Rural de la "Provincia del Tequendama" para informarse de asuntos agrope

cuarios y del hogar, surgió la necesidad de emprender esta investigación.

1.2. OBJETIVOS.

1.2.1. Generales. Determinar los medios de comunicación que utilizan los habitantes del Proyecto de Desarrollo Rural de la "Provincia del Tequendama".

1.2.2. Específicos.

1.2.2.1. Determinar el uso de medios de comunicación extracomunitaria.

1.2.2.2. Determinar el uso de medios de comunicación intracomunitaria.

1.2.2.3. Determinar los medios de comunicación que utilizan los campesinos para solucionar sus problemas.

1.2.2.4. Determinar cuál o cuáles son los medios de comunicación que los campesinos consideran más adecuados, para recibir información agropecuaria y social.

1.2.2.5. Determinar la posible relación existente entre sexo y esco

laridad de los habitantes del Proyecto y los medios de comunicación que estos usan.

Se espera que los resultados obtenidos en este estudio se utilicen para una mejor y más eficiente comunicación entre los agricultores y los agentes de cambio con el fin de facilitar y acelerar las labores de extensión, que necesiten los campesinos para lograr su desarrollo.

El estudio se realizó durante el primer semestre de 1974 en el Proyecto de Desarrollo Rural de la "Provincia del Tequendama", Departamento de Cundinamarca, Colombia, integrado por los municipios de: Anapoima, El Colegio, La Mesa, Quipile, Rafael Reyes, San Antonio de Tena, Tena, Tocaima y Viotá.

2. REVISION DE LITERATURA

2.1. GENERALIDADES DEL AREA.

El Proyecto de Desarrollo Rural de la "Provincia del Tequendama" comenzó a funcionar en marzo de 1973, en el Municipio de la Mesa como sede principal.

La región de la "Provincia del Tequendama" está ubicada en el Departamento de Cundinamarca, al sur-oeste de Bogotá. Su área geográfica se extiende desde unos 20 kilómetros al nor-este de Girardor hasta los límites con la Sabana de Bogotá en la parte nor-este, Castellanos (5).

El área del Proyecto en estudio es de unas 138.000 hectáreas correspondientes a los municipios de: Anapoima, Anolaima, El Colegio, La Mesa, Quipile, Rafael Reyes, San Antonio de Tena, Tena, Tocaima y Viotá. La altura va de 400 a 1.700 metros sobre el nivel del mar.

Este autor señala que inicialmente el proyecto está trabajando en los municipios de La Mesa, El Colegio, Tena y Anapoima, para luego extender sus actividades al resto del área. En general, la región presenta una topografía muy accidentada predominando las áreas quebradas y montañosas. Sin embargo existen áreas de topografía plana o ligeramente ondulada, especialmente en los municipios de Tocaima, Rafael Reyes, Viotá y La Mesa.

En la región del Proyecto predomina el clima cálido en un 48 por ciento del área, luégo el clima medio en un 42,9 por ciento y el clima frío en el resto, DANE (9).

En cuanto a vías y carreteables, todos los municipios en estudio se comunican con Bogotá por buenas carreteras y esto mismo se puede decir de las vías de comunicación entre municipios. Dentro del municipio la comunicación con la mayoría de las veredas, se hace por carreteras en regular estado y el resto por caminos de herradura.

Otra característica de la zona es que todos los municipios disfrutan de luz eléctrica urbana, así como también varias veredas de algunos de ellos.

Las características de la comunidad rural, según proyecciones del DANE para los años 1973-1974 en relación a la población rural existente en 1964 es de 119.350 habitantes de los cuales 51,8 por ciento son hombres y la otra parte mujeres. El número promedio calculado de personas por familia es de siete. El analfabetismo de la región llega al 58 por ciento, DANE (8).

Las parcelas propias y en arrendamiento eran las formas de tenencia predominantes hacia el año 1960. La situación relacionada con el tamaño de la propiedad es un reflejo de la situación existente en el

país bajo este aspecto. Según información catastral, en términos generales, mientras que 18.747 predios (menores de 10 hectáreas) comprenden solamente 42.780 hectáreas, o sea el 31 por ciento del área, los 2.318 predios restantes cubren 95.220 hectáreas, equivalente al 69 por ciento del área. Esto indica claramente el extremo grado de minifundio territorial que existe en la región, Castellanos (5).

En el área de la "Provincia del Tequendama" predomina la actividad agrícola tanto en número de parcelas, como en superficie ocupada. Los principales cultivos son: café, caña de azúcar, maíz, plátano, banano, fríjol, yuca y frutales. La actividad agrícola cubre unas 93.840 hectáreas, mientras que las explotaciones ganaderas ocupan 35.760 hectáreas, las 8.400 hectáreas restantes corresponden a explotaciones mixtas.

2.2. ESTUDIOS SOBRE MEDIOS DE COMUNICACION.

En Colombia son pocas las investigaciones realizadas sobre determinación de medios de comunicación en el área rural. Este tema se comenzó a estudiar en el país hace una década y tomó mayor impulso a partir del año 1970.

Entre los trabajos realizados se encuentra el de Granada y Velandia (12), quienes al estudiar los "Canales de comunicación que usan los

habitantes del área rural del Sur del Huila", obtuvieron entre otros los siguientes resultados:

- La radio es el medio más usado por los campesinos de la región, seguido por la prensa. Las reuniones y las visitas ocuparon también un lugar importante.

- Según los campesinos de la región la radio es el canal más adecuado para hacerles llegar información social y agropecuaria.

  Que hay relación entre sexo y audiencia de programas agropecuarios, lo mismo con lectura de prensa y asistencia a reuniones.

Muñoz y Alba (8) en el trabajo sobre "Canales de comunicación que usan los habitantes del Proyecto de Desarrollo Rural del Oriente de Cundinamarca", concluyen que:

- Los canales de comunicación extracomunitaria más usados por los campesinos son en su orden: la radio, la prensa y los almanaques.

- Los programas radiales preferidos son: noticiosos, musicales y agropecuarios en su orden.

- Las emisoras por las cuales oyen el programa preferido son Radio Sutatenza, Radio Santa Fé, Radio Melodía y la Voz de la Victor,

respectivamente.

- Las reuniones, los cursillos y las demostraciones, en su orden, son los canales intracomunitarios más utilizados.

- Las visitas son el canal más utilizado en la solución de problemas sobre agricultura, ganadería y del hogar.

- Principlamente la radio es considerada como el canal más adecuado para hacerles llegar información agropecuaria y social.

El análisis global de las investigaciones en comunicaciones agropecuarias en Colombia, realizado por Arévalo y Alba (3) les permitió obtener entre otras las siguientes conclusiones generales:

- La radio es el medio de comunicación masiva que más usa el campesino y en segundo lugar está la prensa. Le siguen las revistas y folletos.

- La comunicación interpersonal es el principal método de información que usan los campesinos para tomar decisiones.

- Los canales por los cuales el campesino quiere recibir información son en su orden: radio, Agentes de Cambio, publicaciones y periódicos.

Aristizabal (4) en una investigación realizada en los municipios de Chinchiná, Palestina y Villamaría del Departamento de Caldas, encontró que los medios de comunicación por medio de los cuales los agricultores obtuvieron mayor información sobre la "Roya del Cafeto" fueron en su orden: radio, carteles murales, extensionistas agrícolas, periódicos y amigos.

En un estudio para determinar los canales o medios de comunicación usados por los líderes rurales para obtener información agropecuaria en nueve municipios de la "Provincia de Ricaurte", Departamento de Boyacá, Hurtado (15) anota que la mayoría de los líderes tiene y oye radio. Los programas noticiosos son los más sintonizados, seguidos por los programas musicales y luego por los agropecuarios. Añade que el periódico es muy usado, pero menos que la radio.

En el Departamento de Caldas, municipios de Filadelfia, Franco (10) dice que en la comunicación interpersonal las fuentes principales en orden de importancia son: amigos, parientes.

En comunicación masiva, continua el mismo autor, que los canales de comunicación más usados son: radio, prensa, personas en general y por último radio y prensa combinados. Tambien evidenció que de los materiales impresos los más preferidos para lecturas en la comunidad eran: periódicos y libros.

Por último Franco dice que las fuentes directas de información de las amas de casa sobre preparación y conservación de alimentos eran: vecinos y amigos, en un ocho por ciento y en último lugar la maestra y la mejoradora con un 2,3 por ciento.

En un estudio realizado con una población de 207 líderes, en Colombia, Alba y Rincón (1) afirman que la radio es el medio más utilizado por los líderes para obtener información agropecuaria y que el semanario El Campesino es el más consultado por los líderes.

De otra parte, dicen que los folletos y revistas son medios poco utilizados; en cambio, las cartillas tienen buena aceptación.

Refiriéndose a la dificultad de los Agentes de Cambio del Instituto Colombiano Agropecuario, ICA, para obtener y comunicar información agropecuaria Alba et al (2) concluyen que: los principales obstáculos para comunicar eficientemente la información agropecuaria son: falta de educación del agricultor, dificultad de transporte y falta de ayudas audiovisuales.

- La forma ideal para los extensionistas comunicar la información agropecuaria es por medio de demostraciones de método y/o resultado.

- Para los profesionales las principales fuentes primarias de infor

mación son los plegables de divulgación del ICA, los Centros y Estaciones Experimentales.

Gómez y Gutierrez (11) encontraron que el tipo de programa radial preferido por los campesinos es el siguiente: musicales, novelas, noticieros, humorísticos, culturales, deportes, comentarios y varios.

Gutierrez y Mc Namara (14) en estudios realizados en Jamundí vereda del Municipios de Girardota departamento de Antioquia, obtuvieron que de 87 agricultores entrevistados 46 dijeron no haber leído ningún periódico jamás y 32 haber leído uno al mes.

- Esto mismo sucede con las revistas, a las cuales sólo un mínimo porcentaje ha tenido alguna exposición.

- Con respecto a la radio solamente un 50 por ciento de los entrevistados escucha algún programa radial. Adicionalmente se estableció que 86 por ciento de los entrevistados no conocía ni oía programas agrícolas.

- Los mismos autores anotan que el agricultor de esa zona no escucha radio para informarse de asuntos agrícolas, sino como medio de recreación.

Por otro lado dicen: los amigos y vecinos en un 32 por ciento son la principal fuente de comunicación para ese núcleo.

En una evaluación del periódico mensual del Instituto Colombiano de la Reforma Agraria, INCORA, hecho por Guarnizo (13) en el área de cuatro proyectos correspondientes a los Departamentos de Antioquia, Caquetá, Córdoba y Tolima la autora concluye: la distribución del periódico en el área de los proyectos es deficiente y el 57 por ciento no conoce al periódico como una publicación del INCORA.

- La lectura del periódico entre las amas de casa es menor, esto lo atribuyen a que "no les queda tiempo para leer".

- Los medios masivos de comunicación más importantes para los entrevistados son en su orden: la radio, utilizada por el 90 por ciento, la prensa escrita, por el 85 por ciento y los folletos y revistas por el 66 por ciento.

Monge et al (17) buscaron determinar la efectividad de la prensa, radio, volantes y altoparlantes en las sub-culturas Cundi-boyacense y Antioqueño-caldense. Usó mensajes de "orientación humana y de orientación técnica" por cada medio. Estos mensajes inducían al campesino a afiliarse a la Asociación de Usuarios Campesinos.

Monge no halló diferencia significativa atribuible al tipo de mensa

je y tampoco hubo diferencia significativa entre los tratamientos de prensa, radio y volantes considerados separadamente.

Anota que había diferencia significativa cuando se realizó el análisis incluyendo además de los tratamientos mencionados, cualquiera de los que incluyen altoparlantes ya sea sólos o en combinación con otros tratamientos.

Concluye Monge expresando que: "el fenómeno encontrado" parece indicar que la principal función tanto de la prensa como los volantes (y probablemente de la radio) es la de llamar la atención sobre la idea que se quiere difundir; pero necesitan de un medio más personalizado, más local en cuanto a la forma en que es percibido por la audiencia y que incluye aún ciertos elementos de coerción, para que la acción llegue a realizarse rápidamente.

Peña y Pinzón (19) determinaron que en la zona de los municipios de Cunday e Icononzo, Departamento del Tolima, las emisoras más sintonizadas son las de Girardor y Radio Santa Fé. Los periódicos más leídos son la Voz Proletaria, El Tiempo y El Campesino.

No obstante, los medios de comunicación que más llegan al campesino son: el extensionista, las cartas circulares, las reuniones y la comunicación interpersonal.

Hyman et al (16) en un estudio sobre la educación del cambio social en las colectividades en vías de desarrollo muestran que un porcentaje de informantes señala el empleo en sus proyectos de uno de los seis medios de comunicación directos: conferencias, cursos de capacitación, discusiones de grupo, demostraciones, visitas del personal del proyecto a las casas y hogares y giras de estudio. Cinco expertos únicamente, menos del dos por ciento contestan, que no se utilizó ninguno de los medios de comunicación directa enumerados en sus proyectos más recientes. Entre la gran mayoría de los que declaraba haber utilizado al menos una de las técnicas enumeradas, un 75 por ciento de los informantes extranjeros señala que se recurrió sobre todo a la discusión de grupo, y el mismo porcentaje a las demostraciones, luego siguieron las visitas a domicilio con un 71 por ciento.

Respecto a la determinación de cuál era la eficacia relativa de los medios y cuál la menos eficaz, Hyman concluye: las demostraciones gozan de muchos partidiarios en comparación con las demás técnicas, si bien las discusiones de grupo les siguen muy de cerca.

Entre los medios de comunicación formal que se utilizaron con gran frecuencia están: películas documentales, películas de dibujos animados, programas de radio, programas de televisión en circuito cerra

do, artículos en periódicos, carteles o afiches, libros, boletines, folletos y volantes.

Este mismo autor señala que en los casos que se emplearon incentivos, los expertos tienden a juzgarlos más eficaces para la realización de los objetivos del proyecto que otros métodos de información y de persuación, y los informantes más experimentados comparten su opinión. Aproximadamente 6 de cada 10 informantes tanto extranjeros como nacionales, que tienen una opinión al respecto declaran haber empleado los incentivos con más eficacia que otros métodos; alrededor de 1 sobre cada 3 declara que su empleo fué tan eficaz y 1 sobre 10, más ó menos, que su empleo fué menos eficaz.

Además, la gran mayoría de los informantes, ocho de cada diez expertos extranjeros, declaran que el empleo de incentivos no obra en detrimento del proyecto. En otras palabras, cuando se emplearon incentivos contribuyeron ampliamente al éxito del proyecto. Los expertos consideran manifiestamente que este método es uno de los medios que permiten interesar a la población local en los programas de desarrollo.

En un estudio sobre comunicación y motivación en desarrollo comunal, realizado por Spector et al (20) en tres áreas del Ecuador se encontró que: una campaña de información sistemática es más efectiva que

una campaña no dirigida para inducir a la participación en las prácticas de desarrollo comunal.

También se encontró que:

- La comunicación por radio y la por otros medios (audiovisuales excluyendo radio) son cada una superior a la otra para ciertas prácticas. Así la radio es especialmente adecuada para inducir a las mujeres a intervenir tanto en las prácticas cooperativas como en las prácticas individuales que tengan relativamente bajo costo y que sus beneficios sean claramente perceptibles.

- La forma de otros medios es más adecuada para inducir a los hombres a participar en prácticas cooperativas de construcción, en que se necesite una relativamente grande inversión económica y de beneficios inmediatos.

- Aún cuando es más costosa que las otras formas solas, una combinación de radio y otros medios es moderadamente adecuada para cualquier tipo de prácticas.

- Ciertos métodos de grupo (como demostraciones, películas y diapositivas) son más efectivas que la radio para dar la instrucción sobre el "como" de las prácticas.

Concluye Spector que sea cual fuere el "modo" de comunicación, la participación está asociada con la educación, el alfabetismo, la interacción social y el mayor interés por los medios de comunicación masiva (sean o nó de las campañas).

Hablando de la influencia de la instrucción por radio de la agricultura práctica Umberger (21) entrevistó a 532 familias de agricultores de Ohio, Estados Unidos, para determinar qué tanto escuchaban la radio y el grado hasta el cual atribuían sus cambios de sistemas de trabajo a las diversas fuentes de influencia.

Su investigación indicó que la radio era la causa del 5,9 por ciento de los cambios informados y que la radio era considerada como medio de información superior a las cartas circulares, las exhibiciones, los letreros y varios otros tipos de influencia.

3. MATERIALES Y METODOS

3.1. AREA DE ESTUDIO.

Este estudio se llevó a cabo con campesinos del área del Proyecto de Desarrollo Rural de la "Provincia del Tequendama", Departamento de Cundinamarca.

3.2. DEFINICION DE TERMINOS.

3.2.1. Medios de comunicación: son los canales o conductos por los cuales se puede transmitir un mensaje.

3.2.2. Medios extracomunitarios: aquellos en que el mensaje se originaba fuera de la comunidad. Para el caso se consideraron: libros, manuales, folletos, radio, prensa, cine, televisión, almanaques, revistas y cartillas.

3.2.3. Medios intracomunitarios: aquellos en que el mensaje se originaba dentro de la comunidad. Incluye: reuniones, demostraciones, cursillos, días de campo y giras.

3.2.4. Medios extracomunitarios que participan de intracomunitarios: Aquellos en que no se conocía con certeza si el mensaje fué originado fuera o dentro de la comunidad. Se consideraron dentro de este grupo: carteles, cartas circulares y hojas volantes.

3.2.5. Visitas: se consideró como las visitas que hacía el entrevis

tado al despacho de un técnico, a una institución, a un almacén agropecuario, a una droguería o a la casa de un amigo y/o vecino.

3.3. LIMITACIONES.

3.3.1. Corto tiempo y escasos recursos económicos.

3.3.2. En una investigación de tipo social, como ésta, que se basa en opiniones de la gente, es muy difícil comprobar si las respuestas son verdaderas o falsas. Sería conveniente vivir por algún tiempo con la familia campesina para conocer más a fondo sus costumbres o problemas.

3.3.3. No se determinó la periodicidad en el uso de algunos medios de comunicación.

3.3.4. Los resultados obtenidos en el presente estudio no son generalizables para el país. No obstante pueden ser aplicados parcialmente en zonas con características similares.

3.4. FORMULACION DE HIPOTESIS.

En el presente estudio se formularon las siguientes hipótesis:

3.4.1. La radio es el medio de comunicación más adecuado para hacer llegar información agropecuaria o social, según el concepto de los

habitantes del área rural del proyecto.

3.4.2. El sexo de los habitantes del área del proyecto está relacionado con la audiencia de programas agropecuarios, la lectura de prensa, la asistencia a reuniones y la exposición al cine.

3.4.3. La escolaridad de los habitantes del área del proyecto está directamente relacionada con la lectura del material impreso: prensa, revistas, cartillas, libros, folletos, cartas circulares,hojas volantes, manuales y almanaques.

3.5. MUESTREO.

El muestreo se hizo teniendo en cuenta los 10 municipios que contempla el Proyecto. La población rural de estos 10 municipios es de 119.350 habitantes de los cuales el 51,8 por ciento son hombres y 48,2 por ciento mujeres, siendo de siete miembros el promedio calculado por familia. El 42 por ciento de la población rural sabe leer y escribir, el resto son analfabetas.

Mediante un muestreo aleatorio simple se determinó el tamaño de la muestra para esta área, tomando como variables críticas la escolaridad y el sexo.

La fórmula empleada tanto para escolaridad como para sexo y sólo vá

lida para poblaciones grandes es:

$$n = \frac{t^2 . p . q .}{d^2}$$

n = Tamaño de la muestra

t = 1,96 valor en la Tabla de "t" al nivel de error del 0,05

p = Proporción de personas analfabetas

q = Proporción de personas alfabetas

d = Límite de seguridad

Para el caso de la variable sexo se aplicó la misma fórmula, pero teniendo p como proporción de hombres y q la de mujeres, se obtuvo entonces un tamaño de muestra pormedio de 380 encuestas.

Para la distribución de la muestra en los 10 municipios se empleó el cálculo proporcional (Wi) de acuerdo con el número de familias que tenía cada municipio (Ni) y con el total de familias a estudiar en el proyecto (N). La fórmula usada fué:

$$Wi = \frac{Ni}{N}$$

La proporción obtenida Wi, multiplicada por el Ni, dió el número de encuestas por municipio.

Dentro de cada municipio se sorteó al azar un 10 por ciento de las veredas a encuestar. Se tomó el criterio de encuestar siete jefes de familia por vereda, ya que por limitaciones topográficas solo alcanzaba el encuestador a llenar siete formularios. Sin embargo en algunas veredas se recolectaron más de las encuestas establecidas lo cual elevó su número a 414. Sobre este total se hizo el análisis estadístico.

3.6. INSTRUMENTO DE INVESTIGACION.

El formulario contenía 32 preguntas, incluídas en dos aspectos:

3.6.1. Información general del entrevistado, sobre: edad, sexo, escolaridad, sabe leer y escribir, ocupación y tenencia de la tierra.

3.6.2. Uso de medios de comunicación. Extracomunitarios, entre ellos: radio, cine, T.V., periódicos, revistas, folletos, almanaques, cartillas, manuales y libros. Intracomunitarios: reuniones, demostraciones, cursillos, días de campo y giras. Extracomunitarios que participan de intracomunitarios como: carteles, hojas volantes y cartas circulares. Además, se incluyó el uso por el encuestado de medios de comunicación en la solución de problemas y el medio de comunicación que el encuestado cree más adecuado para recibir información.

3.7. PRUEBA DEL CUESTIONARIO.

Se consideró importante hacer una aplicación preliminar del formulario, para comprobar su comprensión y confiabilidad. Esta prueba se hizo con 30 jefes de familia de la zona del proyecto, seleccionados al azar. Se tabularon y analizaron los resultados realizandose algunas modificaciones de forma, para mayor rapidez en su diligenciamiento y facilitar su interpretación por parte del entrevistado.

3.8. APLICACION DEL CUESTIONARIO.

En cada vereda donde se aplicó el formulario se encuestó entre un 40 y un 50 por ciento de mujeres. Esto para tener información de la influencia del sexo en el uso de algunos medios y dado que no se debe desconocer la importancia de la mujer en la toma de decisiones.

En cada familia seleccionada se encuestó únicamente al jefe del hogar, hombre o mujer y en caso de no encontrar a alguno de los dos se entrevistó al jefe del hogar de la familia más próxima.

Para diligenciar el formulario con el entrevistado, se contó con personal experimentado en esta clase de encuestas en el medio rural. Esto con el fin de que las respuestas obtenidas tuvieran alto grado de confiabilidad.

3.9. TECNICAS Y ANALISIS ESTADISTICO.

Se sometió la totalidad de los formularios al proceso de codifica - ción y tabulación manual. Posteriormente se pasó la información a tarjetas, para procesar la información en un computador IBM-370.

3.9.1. Se empleó la prueba estadística de diferencias de proporcio nes, para determinar los medios extracomunitarios e intracomunita- rios más usados, así como el más adecuado para recibir información.

3.9.2. Se empleó Chi-cuadrado (X^2) para someter a prueba la hipóte sis de relación de sexo con la audiencia de programas agropecuarios, lectura de prensa, asistencia a reuniones y la exposición al cine.

3.9.3. Se usó la prueba de dos muestras de Kolmogorov-Smirnov para someter a prueba la relación de escolaridad y la lectura de materia les impresos.

NOTA: La segunda y tercera pruebas estadísticas se programaron me- diante el sistema SPSS (paquete estadístico para ciencias so ciales), específico para esta clase de estudios.

4. RESULTADOS Y DISCUSION

Se hace aquí la presentación, análisis y discusión de los resultados obtenidos en la presente investigación.

4.1. CARACTERISTICAS DE LOS INFORMANTES.

4.1.1. Edad. De los 414 entrevistados 30,9 por ciento tenía más de 50 años; 25,5 por ciento 40 a 49 años; 25,8 por ciento de 30 a 39 años y 17,8 por ciento 20 a 29 años.

4.1.2. Sexo. Como se tuvo el criterio de entrevistar entre un 40-50 por ciento de mujeres, el resultado final de los 414 entrevistados dió 61,6 por ciento de hombres y 38,4 por ciento de mujeres.

4.1.3. Escolaridad. Del total de entrevistados 74,2 por ciento saben leer y escribir. El porcentaje restante corresponde a los analfabetas. Dentro de los alfabetas 55,3 por ciento estudió de 1 a 4 años de primaria y 18,9 por ciento tuvo más de 5 años de estudio. Tanto en hombres como en mujeres, la mayoría que no estudió pasa de 40 años de edad y quienes han cumplido más de 5 años de escolaridad tienen de 20 a 29 años.

4.1.4. Ocupación. Del total de la muestra, 55,4 por ciento son agricultores; 33,1 por ciento se ocupan en labores de hogar y el resto se dedica a otras labores, principalmente la de agricultor-ganadero.

4.1.5. Tenencia de tierra. Se encontró que 64,3 por ciento de los entrevistados posee tierra propia y el resto no la posee como propia.

Este dato está de acuerdo con los resultados del DANE para 1964. Todo parece indicar que la forma de tenencia de la tierra no ha tenido variación en los últimos diez años.

4.2. USO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION.

4.2.1. Medios extracomunitarios. Tal como se aprecia en la Tabla 1 la radio es el canal extracomunitario más utilizado por los campesinos del área del Proyecto de Desarrollo Rural de la "Provincia del Tequendama". Le siguen la televisión y la prensa con mínima diferencia. Ocupan los últimos lugares las cartillas y los manuales.

Los anteriores resultados coinciden con los obtenidos por otros investigadores en regiones colombianas donde encontraron que la radio es el principal medio de comunicación extracomunitaria usado por los campesinos, (12, 18).

Hay cierta diferencia de este estudio con los mencionados antes, en cuanto al uso de la prensa, ya que en esas investigaciones ocupó el segundo lugar como medio de información y la televisión un lugar no destacado.

TABLA 1. Medios extracomunitarios que usan los habitantes del área del Proyecto de Desarrollo Rural de la "Provincia del Tequendama", 1974.

Medio	Usa		No usa		No respondió		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Radio	411	99,3	3	0,7	-	-	414	100
Televisión	283	68,4	130	31,4	1	0,2	414	100
Prensa	274	66,2	140	33,8	-	-	414	100
Almanaques	190	45,9	224	54,1	-	-	414	100
Cine	127	30,7	286	69,1	1	0,2	414	100
Revistas	68	16,4	345	88,4	1	0,2	414	100
Folletos	52	12,6	362	87,4	-	-	414	100
Libros	45	10,9	369	89,1	-	-	414	100
Cartillas	25	6,0	389	94,0	-	-	414	100
Manuales	-	-	414	-	-	-	414	100

El segundo lugar que ocupa la televisión en la presente investigación se podría explicar porque hay varios de los encuestados que poseen televisor en su vivienda y allí se congregan los vecinos para ver y escuchar los programas de los canales nacionales de televisión.

En cuanto a los programas radiales preferidos por los entrevistados los resultados fueron: noticias 63,5 por ciento; música 24,2 por ciento; agropecuarios 6,8 por ciento y el resto escucha otra clase de programas. Este orden de preferencia de programas radiales está de acuerdo con los resultados de las investigaciones realizadas en el país, por (15, 14).

Los informantes entre 20 a 40 años oyen más música que los de mayor edad y los programas noticiosos son más escuchados por los informantes mayores de 40 años.

Las noticias son el programa preferido por los hombres y mujeres. Parece que la escolaridad de los informantes no influye en la audiencia del programa preferido.

Los hombres escuchan más programas agropecuarios que las mujeres.

Tanto en los hombres como en las mujeres se encontró que a mayor escolaridad mayor audiencia de programas agropecuarios.

De las emisoras preferidas y sintonizadas por el programa preferido están: Radio Melodia; Radio Santa Fé, Radio Sutatenza, (Anexo 2, Tablas 2 y 3).

La radio en nuestro país es más que todo comercial y sus programaciones se basan en música y noticias. Los programas culturales son casi exclusivos de emisoras con aportes oficiales o con aportes pagados por entidades vinculadas al sector agropecuario.

De los datos obtenidos en cuanto a programas radiales preferidos se puede afirmar que los habitantes del área del Proyecto de Desarrollo Rural de la "Provincia del Tequendama" utilizan la radio principalmente como medio de información y en segundo lugar de recreación. Esto se confirma aún más al observar la Tabla 2 sobre los medios de comunicación que usan los entrevistados para informarse de lo que pasa en el país, región o vereda.

De la Tabla 2 se deduce que los habitantes del área rural del Proyecto de la "Provincia del Tequendama", se informan de lo que sucede en el país, casi exclusivamente por la radio. De lo acontecido en la región se informan en un alto porcentaje por la radio y en segundo término por vecinos y amigos, son estos a su vez la primera fuente de información para los habitantes de la zona dentro de la vereda. Esto confirma lo encontrado por Gutierrez y Mc Namara (14).

TABLA 2. Medios de comunicación que utilizan los campesinos del área del Proyecto de Desarrollo Rural de la "Provincia del Tequendama" para informarse de los sucesos del país, la región y la vereda, 1974.

Medio	El país		La región		La vereda	
	N	%	N	%	N	%
Radio	404	97,7	328	79,2	36	8,7
Prensa	3	0,7	2	0,5	-	-
Televisión	3	0,7	-	-	-	-
Familiares, amigos-vecinos	1	0,2	58	14,0	347	83,8
Reuniones	-	-	-	-	-	-
Charlas	-	-	14	3,4	17	4,1
Autoridades	-	-	-	-	5	1,2
No se informa	-	-	2	0,5	2	0,5
No respondió	3	0,7	10	2,4	7	1,7
Total	414	100,0	414	100,0	414	100,0

En la Tabla 3 se presentan los resultados obtenidos en cuanto a programas radiales agropecuarios.

Se nota que 40,3 por ciento no recuerda el nombre del programa radial agropecuario que dijo escuchar y únicamente 19,9 por ciento lo recuerda. Además 63,5 por ciento de los entrevistados expresó haber escuchado programas radiales agropecuarios. Al comparar este porcentaje de audiencia, con el de preferencia por los mismos (6,8 por ciento), se comprueba que los programas agropecuarios en la región son de muy poca atracción para esos campesinos.

De otra parte, ese alto porcentaje (63,5) que manifestó haber oído programas radiales agropecuarios puede deberse también a que no se determinó la periodicidad en este aspecto. Es decir, es posible que la gente si escuche programas agropecuarios, pero no con frecuencia. Esto parece estar apoyado por el resultado de que 40,3 por ciento no recuerda el nombre del programa agropecuario escuchado. Además, pudo suceder que al formular la pregunta de si escuchaba o nó programas agropecuarios, el entrevistado por su mismo condición de agricultor y por factores psicológicos contestó afirmativamente y luego al preguntarsele por el nombre del programa se limitó a decir que no recordaba.

La mayoría de los informantes que dijo escuchar programas radiales

TABLA 3. Programas agropecuarios más escuchados por los campesinos del área del Proyecto de Desarrollo Rural de la "Provincia del Tequendama", 1974.

Nombre	Número	Porcentaje
No recuerda	167	40,3
No oye	151	36,5
Caracol en la tierra	34	8,2
Buenos días campesino	26	6,3
Profesor Bonilla	23	5,4
Otros	13	3,3
Total	414	100,0

agropecuarios expresó también escucharlos casi todos los días entre las cuatro y las seis de la mañana. Esto confirma los resultados encontrados por Muñoz y Alba (18).

Respecto a la disposición a oír programas agropecuarios 94,2 por ciento de los entrevistados desea escuchar programas de este tipo; y 5,8 por ciento no.

En esta pregunta pudo suceder también que dadas las condiciones de agricultor del entrevistado, factores psicológicos y sus mismos valores pudieron influír en la respuesta afirmativa de la mayoría.

De los 414 entrevistados 47,8 por ciento quiere oír programas agropecuarios todos los días; 23,2 por ciento el domingo y el otro porcentaje desean escucharlos en otros días o no les interesa.

En cuanto a la hora preferida para escuchar los programas agropecuarios, el Anexo 2, Tabla 3 muestra que la mayoría (25,1 por ciento) de los entrevistados prefiere la hora de cinco a seis de la mañana; sigue la de seis a siete de la mañana y en tercer lugar la de las cuatro a las cinco de la mañana.

Puede ser una explicación de lo anterior, según experiencia personal, que tan pronto se despierta el campesino prende la radio y luego se dedica a hacer algunas pequeñas labores en su hogar, tales como orde

ñar, sacar los animales domésticos a pastorear, luego desayunar y emprender el viaje hacia el lugar de trabajo para estar en él hacia las siete de la mañana. Durante estas tres horas que han transcurrido, parece que es cuando el campesino está más dispuesto para oír radio. Muñoz y Alba (18), encontraron que estas tres horas eran las de mayor audiencia radial en el Proyecto Rural del Oriente de Cundinamarca.

De la preferencia por emisoras para escuchar el programa agropecuario 32,1 por ciento del total de los 414 entrevistados desean oírlo por Radio Sutatenza; 22 por ciento por Radio Melodía; 12,1 por ciento por Emisora Nuevo Mundo y el otro porcentaje está repartido en otras emisoras, sobre todo en las locales (Ver anexo 2, Tabla 4).

Televisión. De los 414 informantes 68,4 por ciento ha visto televisión y de estos 42,5 por ciento hace menos de un mes y 16,1 por ciento entre uno y doce meses. De otra parte en Bogotá ha visto televisión 24,4 por ciento del total de los entrevistados; 18,1 por ciento donde los vecinos y amigos y este mismo porcentaje la ha visto en los municipios del Proyecto. Sólo 6,5 por ciento ha visto televisión en su residencia (Ver anexo 2, Tabla 5).

Aunque se puede considerar alto el porcentaje de quienes han estado en contacto con este medio de comunicación hace menos de un mes, sin

embargo hay que dudar por ahora, del valor educativo de nuestra televisión para el medio rural.

Cine agropecuario. Del total de los informantes 26 por ciento había visto cine agropecuario y 74 por ciento no. De ellos 10,1 por ciento lo han hecho en los municipios del Proyecto; 8,5 por ciento en la vereda y en otros lugares el resto de porcentaje. De otro lado 17,9 por ciento han presenciado cine agropecuario hace menos de un año.

Datos muy similares a los encontrados para cine agropecuario se encontraron para el cine no agropecuario.

Estos resultados indican la poca exposición al cine de los campesinos del área del Proyecto de Desarrollo Rural de la "Provincia del Tequendama". Por experiencia se puede afirmar que a los campesinos les gusta y muestran interés por cualquier clase de cine que se les proyecte en el medio rural, de manera, que es bueno considerar el efecto que podría resultar del aprovechamiento del cine como un medio para obtener resultados positivos en un mayor número de personas.

Exposición a la prensa. Un 66,2 por ciento lee o le leen los periódicos. El tema preferido son las noticias con 44,9 por ciento; le siguen quienes lee o le leen todo el periódico con 14,3 por ciento.

De los periódicos leídos "El Tiempo" figura en primer lugar con 47,8 por ciento de lectores del total de los 414 informantes seguido por el semanario "El Campesino" con 10,6 por ciento (de lectores); en último lugar se situa el diario "La República" con el 0,2 por ciento (Anexo 2, Tabla 6).

En su gran mayoría los que dijeron leer la prensa la compran el día de mercado o el día de fiesta en uno de los municipios del Proyecto.

Se determinó que a mayor escolaridad hay una mayor lectura de prensa.

Sobre la lectura de los almanaques cuyo porcentaje 45,9 por ciento puede considerarse como bueno, hay que especificar que dicha lectura se debe en la mayoría de los casos a los dos almanaques conocidos como "El Bristol" y "El Creditario". También se determinó que a mayor grado de escolaridad hay mayor lectura de almanaques.

El uso de otros medios extracomunitarios estudiados es muy bajo en este medio rural debido a la falta de divulgación, pocos entrevistados los conocen. Además se presenta dificultad en su consecución.

Hay que tener presente que algunos medios de comunicación extracomunitaria sirven eficazmente como medios de motivación e información; pero no son muy eficientes al ser utilizados solos como medios para producir cambios o llegar a la adopción de técnicas en el medio rural.

Esto lo confirman varios investigadores, entre ellos Umberger (21) y Monge (17).

4.2.2. Medios de comunicación intracomunitaria. En la Tabla 4 se observa que 63,5 por ciento de los informantes ha asistido a reuniones y 11,6 por ciento a demostraciones.

Los temas más tratados en las reuniones son los de educación 17,1 por ciento; problemas comunales de la vereda 16,2 por ciento; industrias menores 12,8 por ciento y otros el porcentaje restante.

Quienes asisten a reuniones de tipo educacional son los padres de familia que tienen sus hijos en la escuela y van a ella por las calificaciones o entrega de libretas.

Otro tipo de reuniones son las de tipo agropecuario y mejoramiento familiar que son realizadas en su mayoría por el Comité Departamental de Cafeteros y por el ICA especialmente en los cuatro municipios que esta última entidad atiende.

El lugar preferido por los encuestados para asistir a las reuniones es la escuela de la respectiva vereda (Anexo 2, Tabla 7).

Los días preferidos por los informantes para asistir a las reuniones son: lunes (47,1 por ciento); sábados (18,8 por ciento) y domingos (17,9 por ciento) (Anexo 2, Tabla 8).

TABLA 4. Medios de comunicación intracomunitarios que usan los habitantes del Proyecto de Desarrollo Rural de la "Provincia del Tequendama", 1974.

Medio	Usan		No usan		Total	
	N	%	N	%	N	%
Reuniones	263	63,5	151	36,4	414	100
Demostraciones	48	11,6	366	88,4	414	100
Cursillos	41	9,9	373	90,1	414	100
Giras	19	4,6	395	95,4	414	100
Días de campo	13	3,1	401	96,9	414	100

El lunes en la mayoría de los municipios es un día de descanso y en otros es el sábado o el domingo.

De la hora preferida para asistir a las reuniones 21 por ciento desea a las 10 de la mañana; 19,4 por ciento a las 9 de la mañana; 18,1 por ciento a las 2 de la tarde; 12 por ciento a las 8 de la mañana y el porcentaje faltante corresponde a otras horas. De lo anterior se deduce que más de la mitad de los entrevistados desea las reuniones entre las ocho y diez de la mañana.

El uso insignificante, de otros medios intracomunitarios considerados en este estudio como demostraciones, cursillos, días de campo y giras, puede verse en la Tabla 4.

Los pocos entrevistados que han asistido a demostraciones y cursillos han sido invitados por el Comité Departamental de Cafeteros o por la Federación Nacional de Cafeteros.

4.2.3. En los medios extracomunitarios que participan de los intra comunitarios de los 414 entrevistados 71 por ciento ha visto carteles, 64,9 por ciento recuerda el mensaje y aproximadamente el mismo porcentaje recuerda el lugar donde vió el cartel.

Se debe tener presente que las encuestas se hicieron poco antes de la elecciones presidenciales, por eso en los municipios, caminos y

muros había carteles referentes a los candidatos. De ahí que sólo una cuarta parte de los entrevistados dijo haber visto carteles de tipo agropecuario y la mayoría de estos recordaban el mensaje.

De manera que no se puede hacer afirmación sobre el verdadero uso de carteles, sobre todo cuando se sale de lo normal como sucedió en el presente estudio.

Las cartas circulares y las hojas volantes son utilizadas en una mínima proporción, 0,7 y 7,7 por ciento respectivamente. Según la mayoría de los mismos informantes no han tenido exposición a ellos o no los conocen.

4.2.4. Medios de comunicación utilizados en la solución de problemas sobre agricultura, ganadería o del hogar. Se encontró que de los 414 informantes 49,5 por ciento busca información para solucionar esta clase de problemas; 28,3 por ciento no busca información y 21,5 por ciento manifestó no haber tenido problemas (Anexo 2, Tabla 9).

De los entrevistados que buscan información 49,5 por ciento lo hace por medio de la visita (ver definición de términos).

Lo anterior quiere decir que las visitas son el medio de comunicación más usado por los informantes del área del Proyecto en estudio para solucionar problemas de tipo agropecuario o social.

Se determino que un porcentaje mayor (6,3 por ciento) de los hombres consultan amigos y vecinos,contra 1,9 por ciento de mujeres. Esto puede ser explicable ya que los hombres salen más y están más expuestos a los vecinos y amigos. También sucede lo mismo en cuanto a visitas a instituciones ya que el 22,2 por ciento de hombres las visitan y en cambio solamente el 11,1 por ciento de las mujeres se acercan a las instituciones a buscar información.

Las instituciones más consultadas por los informantes son en su orden: Caja Agraria, Hospitales, almacenes agropecuarios, Comité de Cafeteros de Cundinamarca, Federación Nacional de Cafeteros, IDEMA, INCORA y Acción Comunal.

La Caja Agraria es la entidad más visitada, 63,8 por ciento de los informantes han ido a ella a tratar asuntos de crédito especialmente. El Comité Departamental y La Federación Nacional de Cafeteros son visitadas indistintamente y por un mismo porcentaje 33,5 por ciento. El ICA ha sido visitado por un 12,3 por ciento de los informantes.

El motivo de las visitas al ICA son en su orden: consultas varias 4,3 por ciento; crédito 3,4 por ciento; agrícolas 2,4 por ciento; ganaderas 1,7 por ciento y hogar 0,2 por ciento y el 87,9 por ciento no ha ido al ICA porque no lo conocen o no ha tenido necesidad.

Se determinó también, que hay un mayor porcentaje de hombres que visitan al ICA y que los informantes con mayor grado de escolaridad son quienes más lo hacen. Esto mismo se observó en visitas a la Caja Agraria.

Es de advertir que el ICA es la entidad del sector agropecuario menos visitada por los informantes; pero hay que tener en cuenta que solamente lleva un año de funcionamiento en la zona y solo está atendiendo cuatro municipios.

Los motivos principales que llevan al campesino de la zona del Proyecto a consultar las entidades del sector agropecuario son crédito, compra de insúmos y solución de problemas agrícolas y ganaderos.

Para solucionar los problemas del hogar los entrevistados consultan casi en su totalidad al hospital o médicos de los municipios del Proyecto.

4.2.5. Canal más adecuado para hacer llegar información agropecuaria y social. En la Tabla 5 se muestra la preferencia que es por la radio y la visita personal a la finca. Al hacer el análisis estadístico, se concluye que existe diferencia significativa al nivel del 0,01 entre quienes consideran la radio como el canal más adecuado y quienes consideran la visita personal a la finca como el segundo me

dio (Tabla 6).

Esto confirma la primera hipótesis de este estudio que dice: "La radio es el medio de comunicación más adecuado para hacer llegar la información agropecuaria o social según el concepto de los habitantes del área rural del Proyecto".

En tercer lugar figuraron las reuniones (10,6 por ciento), seguidas por folletos y la combinación radio-visitas personales. Esto junto con la visita personal es un indicativo que permite pensar que los campesinos desean no solamente oír sino que desean tener algo más objetivo, en tal forma que puedan aprender haciendo o viendo. Esto se lograría al emplear la radio como medio de motivación e información y los otros medios como refuerzos para poder llegar a obtener la práctica y posteriormente la adopción de las enseñanzas.

Como consideración general de la Tabla 5 se deduce que los entrevistados desean en alguna forma, obtener información para resolver los problemas de su finca o de su hogar. Solamente uno por ciento de los entrevistados no lo desea.

De otra parte 46,9 por ciento de los entrevistados desea información sobre agricultura y 22,9 por ciento sobre mejoramiento familiar (Anexo 2, Tabla 10). El alto porcentaje sobre agricultura se explica ya

TABLA 5. Preferencia, para recibir información, de los diferentes medios de comunicación por los habitantes del área del Proyecto de Desarrollo Rural de la "Provincia del Tequendama", 1974.

Medio	Uso	
	N	%
Radio	144	34,8
Visita a la finca	87	21,0
Reuniones	44	10,6
Folletos	26	6,3
Radio y visita a la finca	25	6,0
Demostraciones	23	5,6
Cursillos	21	5,1
Revistas y visitas	18	4,3
Radio y plegables	8	1,9
Radio y prensa	5	1,2
Revistas	4	1,0
No desea	4	1,0
Libros	3	0,7
No respondió	2	0,5
Prensa	0	0,0
Total	414	100,0

TABLA 6. Comparación entre los principales medios preferidos por los habitantes del Proyecto de Desarrollo Rural de la "Provincia del Tequendama", para hacerles llegar información agropecuaria y social, 1974.

Medio	Proporción	Z calculada	Z tabla	Significancia
Radio	0,348			
Visita finca	0,210	4,450	2,33	0,01

que la zona es en su mayoría agrícola. En cuanto al porcentaje de mejoramiento familiar es lógico por las amas de casa entrevistadas que fue de un 40-50 por ciento; ellas por su relación con el hogar desean que se les dé información sobre este tema.

4.2.6. En cuanto a relación entre el sexo y el uso de los medios de comunicación la segunda hipótesis decía: "El sexo de los habitantes del área del Proyecto está relacionado con la audiencia de programas agropecuarios, la lectura de prensa, la asistencia a reuniones y la exposición al cine".

La Tabla 7 permite concluír que existe diferencia significativa al nivel del 0,05 entre el sexo y la audiencia de programas agropecuarios. Por tal razón, se acepta la hipótesis para este caso y se rechaza para lectura de prensa, asistencia a reuniones y exposición al cine.

De la Tabla 8 se concluye que del total de personas que escuchan programas agropecuarios 65,6 por ciento son hombres y 34,4 por ciento mujeres. Es explicable que los hombres escuchen más programas agropecuarios que las mujeres, ya que aquellos están en mejor contacto con el campo y a estas les interesa más el hogar.

4.2.7. En relación entre la escolaridad y la lectura de materiales

TABLA 7. Relación entre el sexo de los habitantes del área del Proyecto de Desarrollo Rural de la "Provincia del Tequendama" y el uso de algunos medios, 1974.

Variables	X^2 Calculado	X^2 Tablas	Significancia
Sexo vs. audiencia de programas agropecuarios	4,73841	3,841	0,05
Sexo vs. lectura prensa	2,06756	3,841	N.S.
Sexo vs. exposición cine agropecuario	1,56282	3,841	N.S.
Sexo vs. exposición cine no agropecuario	0,17635	3,841	N.S.
Sexo vs. asistencia a reuniones	2,55022	3,841	N.S.

TABLA 8. Relación de sintonía de programas agropecuarios con el sexo de los habitantes del área del Proyecto de Desarrollo Rural de la "Provincia del Tequendama", 1974.

Sintonía Programas	Sexo					
	Hombres		Mujeres		Total	
	N	%	N	%	N	%
Si oye	172	65,6	90	34,4	262	100
No oye	82	54,3	69	45,7	151	100
Total	254	119,9	159	80,1	413	200

impresos la tercera hipótesis dice: "La escolaridad de los habitantes del área del Proyecto está directamente relacionada con la lectura del material impreso: prensa, revistas, cartillas, libros, folletos, cartas circulares, hojas volantes, manuales y almanaques".

La tabla 9 permite concluír que existe diferencia significativa al nivel del 0,01 entre la variable escolaridad y las variables: lectura de prensa, lectura de revistas, lectura de folletos y lectura de almanaques. Por tal razón, se acepta la hipótesis para estos casos.

Respecto a los medios: cartillas, libros, cartas circulares, hojas volantes y manuales no se hizo la prueba estadística ya que el porcentaje de lectores de cada uno de estos materiales era de menos del 10 por ciento y no se consideró por esta razón.

Al hacer los cruces para medios impresos se observa que los hombres leen más los periódicos que las mujeres. Una explicación a esto puede ser debida a que los hombres por sus negocios salen a los municipios del Proyecto y están en contacto más con vecinos y amigos.

El 63,6 por ciento de los hombres que lee prensa tiene más de tres años de escolaridad y este porcentaje es similar en las mujeres.

El mayor porcentaje de lectores de revistas son hombres y el 75,6

TABLA 9. Relación entre la escolaridad de los habitantes del área del Proyecto de Desarrollo Rural de la "Provincia del Tequendama" y lectura de materiales impresos, 1974.

Variables	X^2 Calculado	X^2 Tablas	Significancia
Escolaridad vs. lectura de prensa	59,8934	9,2110	0,01
Escolaridad vs. lectura de revistas	29,092	9,2110	0,01
Escolaridad vs. lectura de folletos	15,599	9,2110	0,01
Escolaridad vs. lectura de almanaques	27,872	9,2110	0,01

por ciento de hombres que las leen tienen más de tres años de escolaridad; en las mujeres este porcentaje es de 86,9 por ciento.

Sobre folletos y almanaques tal vez debido al mensaje de estos dos materiales, que es agropecuario en su mayoría, los hombres leen más que las mujeres. Tambien se observa que quienes los leen (hombres y mujeres) tienen más de tres años de escolaridad.

5. CONCLUSIONES

De los resultados obtenidos en el presente trabajo se sacan las siguientes conclusiones:

1. Los canales extracomunitarios más usados por los campesinos del área del Proyecto son en su orden: radio, televisión, prensa, almanaques, cine, revistas, folletos, libros, manuales, cartillas.

2. La radio es el canal más usado para informarse de los acontecimientos del país y de la región. De los sucesos de la vereda se informa principalmente por los amigos y vecinos.

3. Los programas radiales preferidos en orden de importancia son: noticiosos, musicales, agropecuarios y novelas.

4. Las emisoras preferidas son en su orden: Radio Melodía, Radio Santa Fé y Radio Sutatenza. Por estas mismas emisoras y en el mismo orden escuchan los programas preferidos. Las horas de mayor sintonía del programa preferido están entre las cinco y siete de la mañana y hacia el medio día (doce a una de la tarde).

5. El 63,5 por ciento de los entrevistados escuchan programas radiales agropecuarios. Los programas más sintonizados son: "Caracol en la tierra" y " Buenos días campesinos", respectivamente.

6. Casi la totalidad de los informantes, desea escuchar programas agropecuarios (94,2 por ciento). Así mismo cerca de 50 por ciento desea que se trasmitan todos los días, por Radio Sutateza y Radio Melodía entre las cinco y las siete de la mañana.

7. El periódico "El Tiempo" y el semanario "El Campesino" son los más leídos por los entrevistados. El primero lo consiguen en los expendios de los Municipios del Proyecto y el segundo en la casa cural. La edición más leída de "El Tiempo" es la dominical. En estos periódicos los temas más atractivos para lectura son los noticiosos.

8. Los almanaques "El Bristol" y "El Creditario" son los más consultados, en su orden.

9. Una cuarta parte de los informantes ha visto cine agropecuario hace algún tiempo (uno a cinco años), especialmente en municipios del Proyecto y en la vereda.

10. Un alto porcentaje de los entrevistados (68,4 por ciento) ha estado expuesto a la televisión de los cuales aproximadamente la mitad ha visto hace menos de un mes, especialmente en Bogotá, la vereda y el municipio.

11. Las revistas, los folletos, los libros, las hojas volantes, las

cartillas, las cartas circulares y los manuales son materiales muy poco usados por los informantes.

12. El canal intracomunitario más usado por los informantes son las reuniones. De estas asisten más a las que tratan de temas escolares y de acción comunal.

13. Más de la mitad de los informantes desea las reuniones en la escuela de la respectiva vereda. Prefieren que la reunión sea el día lunes, sábado o domingo, dentro de las horas de ocho a diez de la mañana.

14. Muy pocos de los informantes han asistido a demostraciones, cursillos, días de campo y giras.

15. De los medios extracomunitarios que participan de los intracomunitarios, 71 por ciento de los entrevistados ha visto carteles y casi todos recuerdan el sitio donde los vieron y el mensaje. El mayor porcentaje de carteles era de carácter político dada la época de la recolección.

16. La mitad de los encuestados busca información para resolver sus problemas y emplea la visita como medio para informarse (Ver definición de términos).

17. Caja Agraria, hospitales, Comité Departamental de Cafeteros, Federación Nacional de Cafeteros, son las principales fuentes de información en la solución de problemas agropecuarios o del hogar.

18. Las instituciones gubernamentales más visitadas son: Caja Agraria (63,8 por ciento), INCORA (24 por ciento) e ICA (12,3 por ciento). El porcentaje se refiere al total de los entrevistados.

19. La radio (34,8 por ciento) es considerada por los informantes como el principal medio para recibir información de tipo agropecuario y social. También se encontró en segundo lugar (21 por ciento) la visita personal a la finca.

20. El 99 por ciento de los entrevistados desea información para resolver los problemas de su finca y hogar.

21. Casi la mitad de los entrevistados desea información sobre asuntos agrícolas y una cuarta parte de ellos sobre mejoramiento familiar.

22. El sexo está relacionado con la audiencia de programas agropecuarios. Los hombres escuchan más programas de este tipo que las mujeres.

23. La escolaridad está directamente relacionada con la lectura de prensa, revistas, folletos y almanaques.

6. RECOMENDACIONES

Por los resultados y conclusiones obtenidas en el presente estudio se sugieren las siguientes recomendaciones:

1. Utilizar la radio como medio informativo y educativo. Para ello se debe preferir las emisoras Radio Melodía y Radio Sutatenza, en su orden.

2. Se recomienda la transmisión de programas agropecuarios todos los días o en su defecto los sábados y domingos. La hora recomendable para este tipo de programaciones entre las cinco y siete de la mañana.

3. Utilizar los programas noticiosos y musicales de Radio Melodía y Radio Santa Fé, para intercalar informaciones o noticias de carácter agropecuario o mejoramiento familiar.

4. Los programas radiales u otra clase de información que se quiera hacer llegar a ese medio rural deben ser en primer lugar sobre asuntos agrícolas y en segundo término sobre cuestiones de mejoramiento de hogar.

5. Utilizar la visita personal a la finca como medio para lograr la práctica y adopción de las técnicas o el cambio que desee hacer. Este medio es costoso pero son numerosos los campesinos que cree ser éste un buen medio y lo solicitan. Otra alternativa, sería

usar más las reuniones, pero con poca gente, para que puedan aprender "oyendo, viendo y haciendo".

6. Utilizar los periódicos "El Tiempo" y "El Campesino", para hacer llegar información agropecuaria y social. En el caso de "El Tiempo", la información debe aparecer el día domingo y en lenguaje adaptado al medio rural.

7. La proyección de cine agropecuario debe incrementarse ya que tiene buena aceptación en el medio rural.

8. Incrementar la distribución de material agropecuario o social escrito en el área rural del Proyecto.

9. Realizar las reuniones con los campesinos del área del Proyecto en la escuela de la respectiva vereda los días lunes, sábado o domingo en su orden y en las horas de ocho a diez de la mañana.

10. Para lograr mejor los objetivos que persigue el Proyecto de Desarrollo Rural, se debe incrementar las labores del ICA con demostraciones, cursillos, días de campo y giras.

11. Informar a los habitantes del área del proyecto sobre Funciones y Servicios de las entidades vinculadas al Sector Rural, como: Caja Agraria, INCORA, ICA, Federación Nacional de Cafeteros, Co

mité Departamental de Cafeteros, INDERENA e IDEMA, entre otras.

12. Estudiar más detalladamente el uso y periodicidad y efectividad que pueda tener la televisión, como medio para transmitir y lograr adopción de nuevos conocimientos.

7. RESUMEN

En el Departamento de Cundinamarca, Colombia, se llevó a cabo un estudio para determinar los medios de comunicación que usan los habitantes del área del Proyecto de Desarrollo Rural de la "Provincia del Tequendama".

El estudio se realizó en el primer semestre de 1974 y se encuestaron 414 jefes de hogar (hombres y mujeres) escogidos al azar. El número de campesinos encuestados se determinó mediante un muestreo aleatorio simple.

Se fijaron los siguientes objetivos:

1. Determinar el uso de medios de comunicación extracomunitaria.

2. Determinar el uso de medios de comunicación intracomunitaria.

3. Determinar los medios de comunicación que utilizan los campesinos para solucionar sus problemas.

4. Determinar cuál o cuáles son los medios de comunicación que los campesinos consideran más adecuados, para recibir la información agropecuaria y social.

5. Determinar la posible relación existente entre sexo y escolaridad de los habitantes del Proyecto y los medios de comunicación que éstos usan.

La información se recolectó por medio de un cuestionario el cual contenía 32 preguntas sobre características generales del encuestado y el uso de los medios de comunicación.

Previa la aplicación definitiva del cuestionario, se hizo una prueba del mismo con 30 campesinos del área del Proyecto seleccionados al azar. Se deseaba con esta prueba comprobar la confiabilidad y comprensión del formulario. Luego se recolectaron los datos definitivos, se codificaron, tabularon y se sometieron a procesamiento en computador IBM-370.

Entre los resultados obtenidos se destacan los siguientes:

1. Los medios extracomunitarios más usados por los campesinos del área del Proyecto son en su orden: radio, televisión, prensa, almanaques, cine, revistas, folletos, libros, manuales y cartillas.

2. Los programas radiales preferidos en orden de importancia son: noticiosos, musicales, agropecuarios y novelas.

3. Las emisoras preferidas y por las que escuchan los programas preferidos son en su orden: Radio Melodía, Radio Santa Fé y Radio Sutatenza. Las horas de mayor sintonía del programa preferido están entre las cinco y las siete de la mañana y hacia el medio

día (doce a una de la tarde).

4. Casi la totalidad de los informantes, desea escuchar programas agropecuarios (94,2 por ciento). Así mismo cerca de 50 por ciento desea que se transmitan los programas agropecuarios todos los días, por Radio Sutatenza y Radio Melodía entre las cinco y siete de la mañana.

5. El periódico "El Tiempo" y el "Semanario El Campesino" son los más comprados por los entrevistados. El primero lo consiguen en los expendios de los Municipios del Proyecto y el segundo en la casa cural. La edición más leída de "El Tiempo" es la dominical. En estos periódicos los temas más atractivos para la lectura son los noticiosos.

6. El canal intracomunitario más usado por los informantes son las reuniones.

7. Más de la mitad de los informantes desean las reuniones en la escuela de la respectiva vereda. Prefieren que la reunión sea el día lunes, sábado o domingo, dentro de las horas de ocho a diez de la mañana.

8. La mitad de los encuestados busca información para resolver sus problemas y emplea la visita como medio para informarse (Ver de

finición de términos).

9. La radio (34,8 por ciento) es considerada por los informantes como el principal medio para recibir información de tipo agropecuario y social. También se encontró en segundo lugar (21 por ciento) la visita personal a la finca.

10. El 99 por ciento de los entrevistados desea información para resolver los problemas de su finca y hogar.

11. Casi la mitad de los entrevistados desea información sobre asuntos agrícolas y una cuarta parte de ellos sobre mejoramiento familiar.

12. El sexo está relacionado con la audiencia de programas agropecuarios. Los hombres escuchan más programas de este tipo que las mujeres.

13. La escolaridad está directamente relacionada con la lectura de prensa, revistas, folletos y almanaques.

8. SUMMARY

The purpose of this investigation was to achieve a better understanding of the communication mediums used by inhabitants of a particular rural development project with in the province of Tequendama, Cundinamarca, Colombia.

The study was completed during the first semester of 1974. The subject sample tested, consisted of 414 heads of house hold, both male and female. Random sampling was used as the basis for subject selection.

The following objectives were set for the investigation:

1. To determine mediums used for interpersonal or group communication where the source and the object of the message were both located within the community.

2. To determine specific channels of mass communication media most used in order to receive information from the out-side world.

3. To determine whatforms of communication are most depended upon for seeking solutions to various types of perceived problems.

4. To determine the communication medium or media, considered to be most reliable by the subjects as a source of both agriculturally and socially related information.

5. To determine whether or not sex and educational level are signi

ficant intervening variables with respect to the farms of communication most neavily relied upon.

The investigative tool used was a questionaire containing 32 items whose relativity ranged from a general to a more specific nature with respect to use of and reliance upon communication media. The questionaire was given to a pre-sample of 30 subjects whose backgrounds similated the actual sample to be used. This was dane in order to gain some reliability and validity information so that necessary alterations could be made before the actual investigation had begun. All data for the investigation was coded, tabulated and processed by an IBM-370 computer.

Resulting observations:

1. Mass Media used in order from greatest to least frequency are as follows: radio, T.V., Press, Almanacs, Film, Magazines, Folders, Manuals, and Primers.

2. Radio programming formats in order from greatest to least preferred are as follows: News, musical, agricultural, and serial.

3. Broadcasting stations as a whole for their organization in order from greater to least liked are as follows: Radio Melodía, Radio Santa Fé, and Radio Sutatenza.

4. 94.2% of the subject population claimed that they listened to agricultutally related radio programs. Close 50% preferred this type of programming as presented by Radio Sutatenza and Radio Melodía, and desired listening to agricultural programming during the hores of 5 A.M. to 7 A.M.

5. El Tiempo which is published daily and El Campesino whichs published on a weekly basis were the newspapers found to have the greatest circulation among the sample tested. El Tiempo is available in small neighborhood stores and El Campesino on subseription basis. The sunday edition of El Tiempo was found to have the largest circulation. The news story format had the greatest appeal.

6. Town meetings were shownto be the largest used format for grounp communication within the community structure.

7. More than 50% of the subjects desired that the meetings be held in schools located near their homes. Saturday, Sunday, and Monday between the hours of 8 and 10 A.M. were the times most preferred.

8. 50% of those questioned expressed interest in finding solutions to their perceived problems by means of one to one interpersonal

communication.

9. 34.8% of the persons questioned, considered radio to be the most important source of agricultural and social information. 21% however were more dependent on the personal visits.

10. 99% of those questioned depended on some form of communication for solutions to perceived agricultural and home related problems.

11. Nearly half of the subjects expressed a need of more agricultura lly related information. 25% desired more family related infor mation.

12. Males were shown to have a significantly greater interest in agriculturally based programs than females.

13. A significant relationship was found between degree of educatio nal back ground and dependence upon reading formats such as press, magazines, folders and almanacs.

9. BIBLIOGRAFIA

1. ALBA y H. RINCON. 1970. Canales de comunicación que usan algunos líderes rurales para obtener información agropecuaria. Revista ICA (Colombia) 5(1):17-41.

2. ____; A.R. NOVOA B. y R. ROJAS C. 1970. Dificultades de los Agentes de Cambio del ICA para obtener y comunicar información agropecuaria. Bogotá, ICA, Departamento de Ciencias Sociales. 55 h. (Publicación No. 7).

3. AREVALO, M. y V. ALBA R. 1973. Análisis de las investigaciones en comunicaciones en Colombia. Bogotá, ICA, Programa Nacional de Comunicación de Masas. 118 h. (Mecanografiado).

4. ARISTIZABAL, R. 1972. Influencia de la comunicación masiva en la difusión de información sobre la "Roya del Cafeto". Tesis Ing. Agr. Manizales, Universidad de Caldas, Fac. de Agronomía. 70 h. (Mecanografiado).

5. CASTELLANOS, E.C. 1972. Proyecto de Desarrollo Rural de la Provincia del Tequendama. Bogotá, ICA, Departamento de Economía. 332 h. (Mimeografiado).

6. COLOMBIA. MINISTERIO DE AGRICULTURA. 1974. Canales de comunicación que utilizan los Proyectos de Desarrollo Rural. Bogotá, ICA, División de Sociología Rural. 30 p. (Mimeo-

grafiado).

7. COLOMBIA. MINISTERIO DE AGRICULTURA. 1974. Filosofía y Metodología de trabajo en los Proyectos de Desarrollo Rural. Bogotá, ICA, Subgerencia de Desarrollo Rural. 64 p. (Mimeografiado).

8. DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADISTICAS. DANE. 1973. Censo Agropecuario 1970-1971; datos preliminares. Bogotá. 16 p.

9. _____. 1964. Censo de población y vivienda. Bogotá. 70 p.

10. FRANCO, S.A. 1971. Valorización y análisis de las necesidades de la comunidad rural. Manizales, Universidad de Caldas, Fac. de Agronomía. 268 p. (Multilith).

11. GOMEZ, LUCIA y A. GUTIERREZ. 1970. Encuesta sobre radiodifusión entre campesinos. Bogotá, ACPO. 84 p. (Documento de trabajo No. 13).

12. GRANADA, MARIA CRISTINA y PATRICIA VELANDIA. 1974. Canales de comunicación que usan los habitantes del área rural del Sur del Huila. Tesis Sociología. Bogotá, Universidad de

Santo Tomás, Fac. de Sociología. 68 h. (Mecanografiado).

13. GUARNIZO, MARIA E. 1967. Evaluación de Progreso Campesino, periódico mensual del INCORA para sus beneficiarios campesinos. Bogotá, INCORA. 62 p. (Mimeografiado).

14. GUTIERREZ, S.J. y R.L. Mc NAMARA. 1968. Algunos factores que afectan el proceso de la comunicación en una vereda colombiana. Revista ICA (Colombia) 3(3):143-154.

15. HURTADO, R.G. 1972. Canales y dificultades de los líderes rurales de la Provincia de Ricaurte para obtener información agropecuaria. Tesis Ing. Agr. Tunja, Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, Fac. de Agronomía. 92 h. (mecanografiado).

16. HYMAN, H.H.; G.N. LEVINE y C.R. WRIGHT. 1967. La inducción del cambio social en las colectividades en vía de desarrollo. Bélgica, Instituto de Investigación de las Naciones Unidas para el Desarrollo Social. 247 p.

17. MONGE, F. et al. 1967. Estudio sobre la eficacia de diversos medios de comunicación en la realización de una campaña de divulgación. Bogotá, IICA-CIRA. 64 p. (Mimeografiado No. 97).

18. MUÑOZ, G.M. y V. ALBA R. 1974. Canales de comunicación que utilizan los habitantes del Proyecto de Desarrollo Rural del Oriente de Cundinamarca. Bogotá, ICA, Programa Nacional de Comunicación de Masas. 75 h. (Mecanografiado).

19. PEÑA, A.R. e ISABEL PINZON. 1966. Plan de campaña. Bogotá, IICA-CIRA. 17 p.

20. SPECTOR, P. et al. 1963. Comunicación y motivación en Desarrollo Comunal, un experimento. Washington, Institute for International Services. 114 p.

21. UMBERGER, H. 1940. La influencia de la instrucción por radio en la agricultura práctica. In: Josephine H. Mac Latchey. Education on the oir. 3er. anuario Inst. Education by radio Columbus, Ohio State Univer. pp. 274-290.

ANEXO 1

INSTITUTO COLOMBIANO AGROPECUARIO ICA
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS SOCIALES
PROGRAMA NACIONAL DE COMUNICACION DE MASAS

CANALES DE COMUNICACIONES QUE USAN LOS HABITANTES DEL PROYECTO DE DESARROLLO DE LA PROVINCIA DEL TEQUENDAMA (CUNDINAMARCA)

Vereda _____Municipio_____Depto._____

1. INFORMACION GENERAL SOBRE EL ENTREVISTADO.

1. Edad___años 2. Sexo M___ F___

3. Sabe leer? Sí___No___ 4. Sabe escribir? Sí___No___

5. Cuál fue el último año de estudios que ganó de:

Primaria _____

Secundaria _____

Otros _____

6. Cuál es su ocupación? Agric.___Ganad.___Agric.-ganad.___

Hogar___Otro___(cuál) _____

7. La tierra que usted trabaja es propia? Sí___ No___

2. CANALES DE COMUNICACION.

8. La última vez que usted tuvo problemas sobre agricultura, ganaderia o del hogar, buscó información? Sí___ No___ No ha tenido problema___.

9. Cómo obtuvo esa información _____

10. En general como se informa delo que pasa en:

	El país	La región	La vereda
Canal			
Dónde			

3. MASIVOS.

11. Oye usted radio? Sí___ No___

12. Cuál es la emisora que más oye? _____

13. De todos los programas de radio que usted oye, cuál le gusta más? (anotar solo uno).

	Por cuál emisora	A que hora A.M.	P.M.
Música			
Noticias			
Deportes			
Novelas			
Agropecuarios			
Religiosos			
Humorísticos			
Otro(s) Cuál(es)			

14. Escucha programas agropecuarios? Sí___ No___

15. Cuál programa agropecuario escucha más?

Nombre del programa	Emisora	Hora A.M.	P.M.

16. Le gustaría escuchar programas agropecuarios? Sí___ No___

17. Cuáles días preferiría para escuchar programas agropecua - rios?

Día(s)	Emisora	Hora			
		A.M.		P.M.	
		De	A	De	A

18. Ha visto cine o películas?

	Sí	No	Dónde	Cuanto hace que vió la última?
Agropecuarias				
Otras películas				

19. Ha visto televisión? Sí___ No___

Donde	Cuanto hace

20. Lee la prensa o periódicos? Sí___ No___

21. Le leen el (los) periódicos? Sí___ No___

22. Cuál es el periódico que más lee o le leen? (anotar solo uno)

Nombre del periódico	De qué día	En donde lo consigue (sitio específico)

23. Lee o le leen en este periódico temas sobre:

Agric.___Ganad.___Mej.familiar___Otro___(Cuáles)_____

24. Fuera de periódicos que otra cosa lee o le leen?

Clase	Sí	No	Nombre	Dónde lo consigue
Revistas				
Folletos				
Almanaques				
Cartas circulares				
Hojas volantes				
Cartillas				
Manuales				
Libros				
Otro (cuál)?				

25. Ha visto afiches o anuncios? Sí___ No___

26. Cuál es el mejor que recuerda? _____

27. En dónde lo vió _____

28. Ha asistido usted a:

	Sí	No	Que tema le gustó más?
Reuniones			
Demostraciones			
Cursillos			
Días de campo			
Giras			
Otro (cúál)?			

29. Preferencias para las reuniones:

Día_____Hora A.M.___P.M.___ Lugar _____

30. Ha ido usted a:

	Sí	No	A qué (motivo principal) por qué (si la respuesta es no).
Caja Agraria			
ICA			
INDERENA			
INCORA-CECORA			
Asociación de usuarios y Acción Comunal			
IDEMA			
Comité de Cafeteros			
Secretaria de Agricultura			
Cooperativa			
Fedecafeteros			
Alcaldía			
Otro (cuál)			

31. Principalmente sobre que tema desea usted información (especificar) _____

_____

32. Por qué medio le gustaría recibir la información que necesita para resolver los problemas de su finca? _____

_____

Encuestador _____
Fecha _____

ANEXO 2

TABLA 1. Emisora preferida por los habitantes del área del Proyecto de Desarrollo Rural de la "Provincia del Tequendama", 1974.

Emisora	Número	%
Melodía	135	32,6
Santa Fé	74	17,9
Otras emisoras	62	15,0
Sutatenza	45	10,9
Nuevo Mundo	31	7,5
Radio Super	25	6,0
Radio Girardot	19	4,5
Voz del Centro (Girardot)	11	2,7
Ecos del Combeima	9	2,2
No oye radio	3	0,7

TABLA 2. Emisora por la que oyen el programa preferido los habitantes del área del Proyecto de Desarrollo Rural de la "Provincia del Tequendama", 1974.

Emisora	Número	%
Melodía	142	34,2
Otras	56	18,5
Santa Fé	67	16,2
Sutatenza	44	10,9
Nuevo Mundo	38	9,2
Radio Super	31	7,5
Radio Girardot	14	3,4
Voz del Centro (Girardot)	12	2,9
Ecos del Combeima	7	1,7
No oye radio	3	0,5

TABLA 3. Hora preferida, para escuchar programas agropecuarios por los habitantes del Proyecto de Desarrollo de la "Provincia del Tequendama", 1974.

Hora	Audiencia	
	Número	%
No respondió	6	1,4
No desea escuchar	18	4,3
Cualquier hora	5	1,2
4 - 5 A.M.	51	12,3
5 - 6 A.M.	104	25,1
6 - 7 A.M.	64	15,5
7 - 8 A.M.	36	8,7
8 - 9 A.M.	30	7,2
12 - 1 P.M.	23	5,6
1 - 2 P.M.	10	2,4
5 - 6 P.M.	9	2,1
6 - 7 P.M.	17	4,1
7 - 8 P.M.	19	5,3
Otra hora	22	2,4

TABLA 4. Emisora preferida, por los habitantes del área del Proyecto de Desarrollo Rural de la "Provincia del Tequendama, para oír programas agropecuarios, 1974.

Emisora	Número	%
Sutatenza	133	32,1
Radio Melodía	91	22,0
Nuevo Mundo	50	12,1
Otras	36	8,7
Santa Fé	29	7,0
No desea escuchar	20	4,8
Radio Girardot	16	3,9
Voz del Centro	15	3,6
Radio Super	15	3,6
Ecos del Combeima	9	2,2

TABLA 5. Lugar donde los habitantes del área del Proyecto de Desarrollo Rural de la "Provincia del Tequendama" ven televisión, 1974.

Lugar	Número	%
No ha visto	130	31,4
Bogotá	101	24,4
Vecinos-amigos	75	18,1
Municipio Proyecto	75	18,1
Residencia	27	6,5
Otros	6	1,4
No respondió	1	0,2

TABLA 6. Periódicos más leídos por los habitantes del área del Proyecto de Desarrollo Rural de la "Provincia del Te - quendama", 1974.

Periódico	Número	%
El Tiempo	198	47,8
No leen	139	33,6
El Campesino	43	10,6
Voz Proletaria	16	3,9
El Espectador	13	3,1
El Siglo	2	0,5
No respondió	2	0,5
La República	1	0,2

TABLA 7. Lugar donde desean las reuniones los habitantes del área del proyecto de Desarrollo Rural de la "Provincia del Tequendama", 1974.

Lugar	Número	%
Escuela	243	58,7
Vereda	66	15,9
Vecinos-amigos	58	14,0
Municipio Proyecto	21	5,1
No desea	17	4,1
No respondió	5	1,2
Otro	4	1,0

TABLA 8. Día preferido para las reuniones, por los habitantes del área del Proyecto de Desarrollo de la "Provincia del Tequendama", 1974.

Día	Número	%
Lunes	195	47,1
Sábado	78	18,8
Domingo	74	17,0
Martes	20	4,8
No desea	19	4,6
Viernes	10	2,4
Cualquier día	7	1,7
Miercoles	6	1,4
Jueves	5	1,2

TABLA 9. Medios como obtienen información agropecuaria o del hogar, los habitantes del área del Proyecto de Desarrollo Rural de la "Provincia del Tequendama", 1974.

Canal	Número	%
No busca información	117	28,3
No ha tenido problema	89	21,5
Consulta Instituciones	74	17,9
Consulta Técnicos	66	15,9
Consulta droguerías, almacenes	46	11,1
Consulta amigos, familiares	19	4,6
No respondió	2	0,5
Otros	1	0,2
Total	414	100,0

TABLA 10. Tema sobre el cual desean recibir información los habitantes del área del Proyecto de Desarrollo Rural de la "Provincia del Tequendama", 1974.

Tema	Número	%
Agrícola	194	46,9
Mejoramiento familiar	95	22,9
Ganadero	55	13,3
Agrícola-ganadero	28	5,6
Educación	18	4,3
Industrias menores	11	2,7
Otros	9	2,2
No desea	6	1,4
No respondió	3	0,7