

630.98
BAL
c. 1

SUMARIO

INTRODUCCION

I parte

Capítulo 1
COMPLICACIONES IDENTIFICARIAS

Capítulo 2
Primeros Pasos: LA NECESARIA FUNDAMENTACION

REGIONALIZAR, LOCALIZAR LA COMUNICACION RURAL

Capítulo 3
REGIONALIZANDO LA COMUNICACION

Capítulo 4
Cuerpo Teórico: CONTENIDOS Y FACTOR

Lidia Baltra M.

Capítulo 5
Quinta Etapa: EL ESPACIO POLITICO

Capítulo 6
Sexta Etapa: EL ESPACIO SOCIAL Y CULTURAL

4376

Capítulo 7
ALTERNATIVAS DE LA COMUNICACION



Capítulo 8
LAS TRANSFORMACIONES EN EL RURAL

Grupo de Investigaciones Agrarias (GIA)
Universidad Academia de Humanismo Cristiano

Capítulo 9
Bibliografía

DONACION

REGIONALIZAR, LOCALIZAR
LA COMUNICACION RURAL

Lidia Baltra M.



© Inscripción 79.843

Lidia Baltra 1991

Derechos Reservados

Impreso por: GIA - Ricardo Matte Pérez 459

Diagramación Láser: AMICOM LTDA - Alonso Ovalle 1475, Fono: 6986127 Anexo 20

SUMARIO

INTRODUCCION

I parte

Capítulo 1

COMUNICACIONES RESTRINGIDAS

7

Capítulo 2

Primera Evaluación: LA NECESARIA RETROALIMENTACION

13

Capítulo 3

Segunda Evaluación: "PATERNALISTA Y PESIMISTA"

23

Capítulo 4

Tercera Evaluación: "INFORMACION SERIA Y CONFIABLE, PERO..."

27

Capítulo 5

REGIONALIZANDO LA COMUNICACION

33

Capítulo 6

Cuarta Evaluación: ¿QUIEN ES USTED, LECTOR...?

41

Capítulo 7

Quinta Evaluación: EL SESGO POLITICO

47

Capítulo 8

Sexta Evaluación: "ESFUERZO SIGNIFICATIVO Y DISTINTO"

51

Capítulo 9:

AL ENCUENTRO DEL LECTOR

55

Capítulo 10

LAS TRANSFORMACIONES EN MARCHA

65

Capítulo 11

Séptima Evaluación

EL LECTOR RECUPERADO

73

página

5

7

13

23

27

33

41

47

51

55

65

73

Capítulo 12
LOCALIZANDO LA COMUNICACION 77

Capítulo 13
¡VIVA LA COMUNICACION LOCAL! 89

Capítulo 14
CONCLUSIONES FINALES 95

BIBLIOGRAFIA 99

II parte

ANEXOS

ANEXO 1
Principales temas tratados en Realidad Agraria 133

ANEXO 2
Cuarta Evaluación (versión resumida) 135

ANEXO 3
Carta al lector 145

ANEXO 4
Tabla sobre distribución de medios del programa 144

ANEXO 5
Boletines del sector rural 149

ANEXO 6
Conclusiones Séptima Evaluación 153

ANEXO 7
Cartas de lectores 155

ANEXO 8
Historieta "Juancho", por Hervi. 165

INTRODUCCION

Cómo comunicarse con los campesinos ha sido siempre una preocupación de los técnicos y profesionales agrarios del sector urbano. En algunos casos, para conversar con ellos y obtener información y opiniones indispensables para sus estudios sobre alguna problemática rural en que estén empeñados. En otros, porque tienen un mensaje importante que comunicar a los hombres y mujeres del campo para mejorar la producción o para elevar su nivel de vida. O ambos.

Ha sido el caso del Grupo de Investigaciones Agrarias, GIA, una de las primeras instituciones académicas no gubernamentales que se abocó al estudio de la realidad en el agro post golpe militar. Nacido en 1978, definía su razón de ser como "contribuir a través del estudio científico del agro, a un desarrollo rural equilibrado que contemple las necesidades materiales y sociales del campesinado, su participación activa e informada a través de sus organizaciones en la vida nacional y agraria".

Y también, una de las primeras ONGs agrarias en buscar los medios de comunicarse con quienes trabajan por el desarrollo del sector.

Pero ¿cómo hacerlo sin herir sensibilidades? ¿Sin ser paternalista? ¿Sin pretender, una vez más, que la ciudad lo sabe todo y el campo lo ignora todo? ¿Es decir, respetando la cultura del hombre y la mujer rural?

Difícil tarea en un contexto en el que la comunicación es herramienta del poder. Donde jamás se da entre dos interlocutores iguales, sino entre un emisor que ha acaparado para sí el poder de emitir a un receptor que, como el nombre lo indica, se limita a recibir este mensaje en forma pasiva y ha ido perdiendo paulatinamente su derecho a la palabra o al "habla".

Situación que se da no sólo a nivel macro, donde unos pocos poseen y administran los medios de comunicación masivos que difunden sus mensajes a todos los demas, sino también en la vida diaria: entre padre e hijo, marido-mujer, profesor-alumno y también en la del técnico-campesino. Los primeros son los que saben, ordenan, aconsejan u obligan a quienes "no saben" y por lo tanto, deben escuchar, asentir, obedecer. Esta relación signada fatalmente por el autoritarismo ambiente se acentuaba en las condiciones de un país bajo dictadura militar.

El esfuerzo por dar a la comunicación su verdadero sentido de diálogo, de interlocución, era una necesidad imperiosa al mismo tiempo que una tarea difícil.

Generalmente se entiende por "comunicación rural" al extensionismo, vale decir, las acciones de difusión de innovaciones tecnológicas que efectúan los promotores o técnicos agrícolas, actividad que tradicionalmente se ejecuta con el objetivo de "modernizar" el sector rural. El extensionismo puede ubicarse dentro de la comunicación educativa, que busca lograr cambios en la conducta de sus destinatarios de acuerdo a determinados objetivos. En los procesos educativos

tradicionales, este tipo de comunicación puede ser muy verticalista. Pero depende de cómo se aplique. Si recurre a los principios y algunas metodologías de la educación popular, puede transformarse también en una comunicación popular, donde finalmente, todos saben y todos aprenden en un común intercambio de mensajes.

Existe un segundo tipo de comunicación cuyo objetivo principal es contribuir a la participación social, partiendo de su grado mínimo: la información de las personas sobre las materias que le interesan directamente. Es la "comunicación informativa", cuyo valor crece de acuerdo al contexto en que se desenvuelve. Porque si en ese medio nadie más se preocupa de informar a un determinado sector social, en este caso los campesinos, su función es más importante. Y si los contenidos que se ofrecen a esos actores olvidados del escenario nacional, no aparecen tampoco en ningún otro medio de comunicación, ello es doblemente valioso.

La experiencia que aquí relatamos se sitúa en este último tipo de comunicación. Durante 10 años hemos tendido lazos de expresión hacia el mundo rural a través de micromedios escritos, principalmente. No nos vamos a detener tanto en los contenidos que divulgamos, sino más bien en el cómo los comunicamos, las dificultades que tuvimos y cómo las superamos.

La comunicación es un proceso que para ser efectivo, requiere que el mensaje que se transmite entre los interlocutores sea un camino de ida y regreso: el único modo de saber si fue comprendido es que quien lo recibió reaccione frente a él, tenga una "respuesta", positiva o negativa. Si no recibimos esta respuesta, posiblemente significa que el mensaje no le llegó físicamente o no fue comprendido por el destinatario. En este último caso, querría decir que el lenguaje utilizado era extraño o que el medio utilizado no fue el adecuado.

El lector rural no acostumbra a escribir cartas a las publicaciones, ya que no hay hábito ni facilidades para hacerlo. Por ello, las cartas que recibíamos principalmente pedían ser incorporados a la lista de despacho. Debimos recurrir a otros métodos más elaborados para conocer su "respuesta" a nuestros mensajes.

Nos tomamos muy en serio este dato. Y justamente una de las características que hace distinta nuestra experiencia de comunicación rural, es el hecho que en su larga trayectoria de más de diez años, fue jalonada periódicamente por evaluaciones realizadas por personas ajenas al proyecto y en muchas ocasiones, ajenas a la institución. Esas siete, periódicas y sucesivas evaluaciones realizadas, a través de las cuales auscultábamos el pulso de nuestros lectores, nos iban indicando si estábamos "llegando" o no con nuestro mensaje. Y nos llevamos varias sorpresas. De particular importancia fueron aquéllas realizadas por el sociólogo y doctorado en comunicaciones, Manuel Canales, gran conocedor del sector rural y del mundo campesino. De ahí que hemos reproducido íntegramente la versión resumida de su primera investigación-evaluación (Anexo 2), que fue la que nos indicó que nuestro destinatario era confuso; y también completa la última, un análisis global del proyecto, en la segunda parte de este texto.

Gracias a estas evaluaciones y a nuestro contacto con los campesinos, en especial sus dirigentes y los técnicos que trabajan con ellos, al final, después de varios tropiezos, aprendimos a comunicarnos mejor con el mundo rural.

Pensamos que nuestra experiencia puede ser útil a muchos profesionales agrarios que hoy estén ante el mismo dilema: cómo comunicarse mejor con el sector rural.

Entre 1967 y 1973, bajo dos gobiernos democráticos de distinto signo progresista, en Chile se llevó a cabo una Reforma Agraria, aprobada en el Parlamento por la mayoría de los representantes de las diversas corrientes políticas. Su objetivo fue sacar la agricultura del estancamiento en que la tenía sumida la vieja estructura latifundista y entregar un papel protagónico al campesino, elevando al mismo tiempo su nivel de vida. Las diversas acciones que este proceso implicó: expropiaciones de fundos de más de 80 hectáreas, organización de asentamientos y cooperativas campesinas, además de las tomas no programadas, tenían gran difusión en la prensa y provocaban arduo debate. La información sobre lo que acontecía entonces en el agitado sector rural, circulaba. El debate era amplio.

Tras el golpe militar, en ésta como en tantas áreas del acontecer nacional, se produjo un cambio profundo. Los medios de comunicación censurados o restringidos, en materia agraria sólo difundían la política gubernamental de entonces. Como se realizaba un fuerte proceso de contra-reforma agraria, el lector, oyente o televidente leía o escuchaba de la "disolución de asentamientos", "liquidación de cooperativas" o "regularización de títulos de dominio" como la continuidad natural del proceso de reforma agraria (la Ley 16.625 que le dio vida sólo fue abolida en 1989). Pero lo que realmente estaba sucediendo en el campo, el desmantelamiento de la infraestructura e instrumentos de ese proceso y la implantación de una nueva política agraria, eran desconocidos para la mayor parte de la opinión pública y aún para la mayoría de sus protagonistas rurales.

"Hasta hace pocos años era fácil estar bien informado en nuestro país. Hoy las cosas han cambiado bastante. Existen menos canales de comunicación y la gran mayoría muestra sólo un aspecto de la realidad, haciendo mucho más difícil saber qué pasa".

Así decía en 1980, la introducción al primer *Realidad Agraria*, un boletín de ocho páginas tamaño carta en blanco y negro que apareció en julio de ese año en Santiago, publicado por el Grupo de Investigaciones Agrarias (GIA), uno de los programas permanentes de la Academia de Humanismo Cristiano (entidad creada por el Cardenal Silva Henríquez para acoger el pensamiento académico y profesional exonerado de las universidades intervenidas por el régimen militar).

Esas pocas líneas definen exactamente la finalidad de la publicación, que dos años más tarde transformaríamos en una pequeña revista mensual para informar a los habitantes del sector rural lo que realmente pasaba en el agro en ese período de gran cerrazón que fue la dictadura militar.

En sus investigaciones-reflexiones, el GIA había logrado clarificar el panorama existente en el agro con la implantación del neoliberalismo en el campo. Si en la etapa anterior, la de la reforma agraria, se había tratado de dar un espacio social y económico al campesino, sacándolo de su condición de inquilino en los latifundios, tras el advenimiento del régimen militar se hizo todo lo contrario: tratar de hacerlo desaparecer como tal, asimilándolo al resto de los agricultores, librado a su suerte para salir adelante; y quienes no lo logran, debían incorporarse como asalariados al nuevo proceso de capitalización en el campo.

En una agricultura ahora destinada primordialmente a la exportación, importaba que los costos de producción fueran los más bajos posibles y por tanto, había que desincentivar toda forma de organización de estos productores y de los trabajadores asalariados. Se estimulaba, en cambio, la producción individual, de modo que no existiera ninguna posibilidad de presiones por mejoras en los precios de los productos campesinos que son mayoritariamente para el consumo interno.

En fin, en el agro como en la mayoría de los sectores económicos y sociales de la chilenuidad, la revolución fundacional de la ultra derecha económica y política destruye el modelo de sociedad que se estaba construyendo entre 1964 y 1973, y sus efectos persisten hasta hoy.

Unas de sus víctimas, los campesinos, interesan al GIA desde su origen. Además de develar la realidad del sector agrario, también declaró su compromiso con el campesinado en su nueva situación de abandono y se comprometió con el mejoramiento de sus condiciones de vida y de participación nacional.

A fines de los '70 y comienzos de los '80, en Chile no había medios de comunicación que canalizaran una voz de disenso que posibilitara, por ejemplo, algún cambio en la política agraria en el sentido de preocuparse del pequeño productor y del trabajador agrícola. Por otra parte, el GIA necesitaba al menos compartir los resultados de sus estudios, investigaciones y experiencias, con los protagonistas del drama agrario y con todos aquellos sectores interesados. Con los campesinos, para devolverles procesadas las informaciones que ellos mismos entregaron en alguna etapa de la investigación. Y, principalmente, para entregarle la información necesaria para su participación en las salidas que comenzaban a barajarse para paliar su difícil situación, tanto las inmediatas como aquéllas de mediano y largo plazo.

Los campesinos -en especial sus dirigentes- debían conocer, por ejemplo, que por primera vez se aplicaba en el país y en el campo un modelo económico neoliberal, desechando el antiguo enfoque de la agricultura como sector estratégico de la economía. Que uno de sus primeros efectos fue la realización de una contra-reforma agraria que dejó en el camino a gran parte de los trabajadores y de los que quedaron con tierra, más de la mitad debió vender sus parcelas por cuanto sus propietarios carecían de la ayuda técnica y crediticia para trabajarlas. Que al abandonarse la economía solidaria, dejaba de contemplarse la organización del hombre de campo o de la ciudad. Prueba de ello es que tras el aplastamiento inicial de la organización sindical en el campo, cuando se dictó una nueva legislación laboral, ésta tendía a atomizar y debilitar la organización.

Debían conocer también que se minusvaloraba la producción interna destinada al consumo de la población, que estaban principalmente en manos campesinas, favoreciendo aquélla para la exportación. Que el modelo agroexportador se basa en nuestras ventajas competitivas, que consisten no sólo en clima y suelos favorables, sino también en bajar los costos reduciendo las remuneraciones de los trabajadores agrícolas, en especial, de aquéllos de los sectores frutícolas y forestal. Por la misma razón, el nuevo modelo económico implicaba acabar con los trabajadores permanentes, favoreciéndose el incremento de los de temporada.

Difundir esta realidad o las proposiciones para revertirla, era difícil. Los medios de comunicación, controlados por el poder central, no transmitían más que los mensajes oficialistas. El GIA debió crear, entonces, su propio sistema de comunicaciones.

La política de comunicaciones del GIA

Cuando terminaba sus primeras investigaciones, el GIA decidió divulgarlas a través de publicaciones y jornadas de estudio y reflexión destinadas a dirigentes de organizaciones campesinas y a profesionales y técnicos de programas de apoyo al campesinado. En materia de publicaciones se trataba de los tradicionales *Documentos de Trabajo*, tediosos textos mimeografiados, que leían otros profesionales de las ciencias agrarias, pero no los dirigentes de las organizaciones campesinas ni los técnicos de las instituciones de apoyo al desarrollo rural.

Se idearon entonces los *Cuadernillos de Información Agraria*, folletos tamaño 1\16 y 80 páginas promedio, que resumían con lenguaje claro y sencillo los resultados de las investigaciones del GIA, acompañados por cuadros estadísticos y gráficos. Pero estos librillos carecían de imágenes y su texto era aún demasiado extenso para que fueran leídos en el campo.

Se requería un medio de comunicación ágil, que posibilitara además el comentario orientador o la información oportuna de la coyuntura agraria: qué pasaba con los precios de los productos campesinos, con la desocupación en el campo, con los poderes compradores, con las perspectivas de siembras de los distintos productos, con las organizaciones sindicales, cooperativas, etc. Tanto por lo elaborado del mensaje a transmitir, como por la mayor autonomía que permite en cuanto a los contenidos a difundir, se escogió como un nuevo medio de divulgación el *boletín*.

Partió con un par de hojas impresas (8 páginas), tamaño carta, que en un estilo informativo-periodístico abordaba la coyuntura agraria con temas tales como: estado de siembras y cosechas, división de tierras mapuches, organización sindical, impacto del precio en la producción de remolacha y comentarios sobre la política agraria. Los temas surgían de un taller de coyuntura agraria mensual organizado por el GIA con sus profesionales e invitados de otras ONG. Una periodista (Cecilia Binimelis, luego Elia Parra) elaboraba el boletín, recogiendo informaciones también a través de entrevistas directas a personeros del agro o comentando sus declaraciones y acciones de los medios masivos. El boletín mensual se llamó *Realidad Agraria*.

El proyecto comprendía tanto a ésta como los *Cuadernillos de Información Agraria* y contaba con financiamiento de una agencia de la cooperación internacional, la Fundación Interamericana, IAF. Su objetivo inicial se resumía en mejorar el nivel informativo sobre la realidad agraria de las organizaciones campesinas y de las instituciones no gubernamentales con programas de apoyo al sector rural.

La necesidad de entregar una información y orientación completa, con todos los antecedentes que explicaran esta realidad compleja sin caer en simplificaciones excesivas, además de la poca capacidad de hacer un medio de comunicación de difusión masiva -dadas nuestras limitaciones en materia de impresión y distribución-, determinó reducir el campo de sus lectores a quienes estuvieran en capacidad de comprender el mensaje y al mismo tiempo, multiplicarlo. Por ello se escogió destinar la publicación a dirigentes campesinos y a los responsables de los programas de apoyo al desarrollo rural. El boletín tenía una tirada inicial de 500 ejemplares.

En los primeros dos años de edición del boletín, sus editores desearon que como resultado de sus lecturas las lectoras leyeran y opinaran allí acerca de. Estas habrían sido seleccionadas de la lista de despidos. La dificultad por una inscripción de tipos, de modo que había desarrollado previamente un programa de diseño de suspensiones. No se había considerado como un libro. Era bastante común encontrar saber sus nombres y solía "dependen" de cómo se era suspendido o rechazado, si se aceptaba o no, a sus lectores. Más aún cuando los editores tenían el desafío de representar un pensamiento progresista, al menos se propusieron hacerlo sustentado por el régimen militar.

Unido a esta inquietud surgió la posibilidad de obtener financiamiento para mejorar el boletín. Se hicieron entonces debates en el seno del grupo, sobre la idea de un presupuesto más real, más ajustado a las necesidades y posibilidades del grupo, sobre la toma de una encuesta de opinión a los lectores.

Al momento de esta primera evaluación, en el campo de la Realidad Argentina, se registran 223 inscripciones. En el operario, 30 estudiantes, 100 docentes, 100 de apoyo y 28 regulares. En el personal de docentes académicos y apoyo. Entre los cuales se encuentran 1000 suscriptores entre la Quinta y la Décima Regiones, repartiéndose geográficamente entre 200.000 habitantes y que de la misma forma reduce las competencias en nuestro país.

Preparada por el entender de nosotros la del área de comunicaciones (educación), la del Héctor H. Larrain, la dirección se realizó en los primeros meses correspondientes a los sectores para sus actividades.

- * Si el material se debe ser ajustado a regulaciones (dentro de)
 - * Se debe considerar los tipos de lecturas y la necesidad (dentro de)
 - * Que se debe ser ajustado a los tipos de lecturas
 - * Que sea la base al boletín (dentro de)
- Capítulo 2**

Primera Evaluación: LA NECESARIA RETROALIMENTACION

La primera evaluación de este tipo de trabajo, que se realizó en los primeros meses correspondientes a los sectores para sus actividades, se realizó en los primeros meses correspondientes a los sectores para sus actividades. Los resultados de esta evaluación se realizaron en los primeros meses correspondientes a los sectores para sus actividades. Los resultados de esta evaluación se realizaron en los primeros meses correspondientes a los sectores para sus actividades.

En los primeros dos años de edición del boletín, sus editores desconocían cómo recibían sus lectores las informaciones y opiniones allí vertidas. Estos habían sido seleccionados de la lista de despacho facilitada por otra institución de apoyo, Icecoop, que había desarrollado previamente un programa de difusión campesina. No se tenía contacto directo con ellos. Era natural entonces querer saber si el mensaje estaba "llegando", es decir, si era aceptado o rechazado, si interesaba o no a sus lectores. Más aún cuando los editores tenían el handicap de representar un pensamiento progresista, disidente al proyecto de sociedad instaurado por el regimen militar.

Unida a esta inquietud surgió la posibilidad de obtener financiamiento para mejorar el boletín. Se decidió entonces elaborar un nuevo proyecto sobre la base de un diagnóstico más real, más ajustado a las necesidades y aspiraciones del lector, sobre la base de una encuesta de opinión a los destinatarios.

Al momento de esta primera evaluación, en el otoño de 1982, *Realidad Agraria* se enviaba a 223 organizaciones (36 cooperativas, 33 sindicatos, 96 instituciones de apoyo y 58 organizaciones o personas de ámbitos académicos u otros), entre los cuales se distribufan 1.000 ejemplares entre la Quinta y la Décima Regiones, espacio geográfico de unos mil 200 kilómetros y que es la zona donde radican los campesinos en nuestro país.

Preparada por la entonces coordinadora del área de comunicaciones institucional, la socióloga Bárbara Larraín, la encuesta se realizó en ese mismo espacio geográfico a 64 lectores para averiguar:

- * Si el material les llegaba oportuna y regularmente (distribución).
- * Si los contenidos interesaban y si se entendían (contenidos).
- * Si el lenguaje empleado era adecuado (lenguaje).
- * Qué uso le daban al boletín (utilidad).

La muestra incluía diversos tipos de organismos regionales, tales como cooperativas, sindicatos, iglesias; todas las organizaciones y ONG de nivel nacional o regionales y se centró en quienes trabajan directamente con grupos campesinos. El cuestionario fue semi-estructurado a fin de dar mayor agilidad a las respuestas.

Los resultados se conocieron en agosto de ese mismo año (Notas 1). El 79 por ciento de los destinatarios dijo leer regularmente el boletín, leerlo y repartirlo; leerlo y discutirlo a nivel interno; y el 45 por ciento, además dijo ocuparlo en instancias de capacitación a campesinos.

Conclusiones

Las conclusiones expresaron:

"La evaluación que hemos hecho, y cuyos resultados han sido entregados en las páginas anteriores, no permite, en modo alguno, asegurar en forma categórica que el objetivo que el Grupo de Investigaciones Agrarias se propuso al iniciar estas publicaciones, se ha estado cumpliendo. Este objetivo, como se recordará, era contribuir a un mejor conocimiento de la realidad agraria de nuestro país por parte de los dirigentes de organizaciones campesinas y de responsables de programas no gubernamentales de apoyo al campesinado. Dicha contribución se haría a través de la transmisión escrita y comprensible, de resultados de investigaciones que se han efectuado o están en curso sobre esta problemática.

"Creemos que las solas publicaciones no bastan para lograr este resultado tan ambicioso, para la consecución del cual se requeriría el concurso de muchas otras instancias, tales como medios de comunicación y diferentes instituciones y organizaciones que difundieran esta compleja temática, tan desconocida para la mayoría de los chilenos.

"Sin embargo, y aunque sea en forma indirecta, algunas respuestas de las antes comentadas, nos hacen suponer que al menos en parte, y a pesar de la escasa cobertura de nuestro programa, estamos acercándonos a este propósito. La lectura regular del material, su distribución, discusión y uso en jornadas de capacitación son algunos de estos indicadores. También la petición de un número mayor de ejemplares permite al menos asegurar que el material interesa".

La encuesta reveló también dificultades de lectura por parte de los destinatarios, los que pidieron una mayor simplificación en el lenguaje y la forma; una mayor variedad de secciones y temas (orientación legal y técnico-productiva, entrevistas, cartas y aportes de lectores); e información más próxima a la realidad de las diversas zonas geográficas. Algunos pusieron como modelo la revista *Haciendo Camino* que editaba Icecoop, que conservaba muchas entrevistas a campesinos de base y a dirigentes en regiones.

Este estudio entregó las bases para el diseño de una nueva revista, destinada al pequeño productor.

"Noticiero de la Realidad Agraria"

En noviembre de 1982 aparece el nuevo boletín con un nuevo equipo editor compuesto por dos periodistas: la autora de estas líneas, como directora (a medio tiempo), y el periodista Juan Veglia (a tiempo completo), cuya principal misión era salir a terreno y recorrer las diversas zonas y conocer en su medio los problemas de los pequeños productores.

Ambos teníamos una experiencia anterior en medios de comunicación para el sector rural: la revista *Haciendo Camino*, el programa radial *Punta de Arado* y unas *Cartillas Campesinas*, el programa de Icecoop. Pero había diferencias entre los objetivos y características de ambos proyectos: aquél tenía como objetivo central el fortalecer la organización campesina en momentos de su mayor decadencia (1977-1981) por el acoso del régimen militar. *Realidad Agraria* quería -según la institución editora-, poner en el tapete de la discusión de las organizaciones

campesinas e instituciones de apoyo, las causas de la nueva situación del agro y las alternativas de salida a la crisis de la agricultura campesina. Al comienzo se apoyaba tangencialmente a la organización campesina; ello fue incrementándose progresivamente en la medida que se constataba que la interlocución válida con el campesino era a través de sus organizaciones.

Se lo rebautizó como *Noticiero de la Realidad Agraria* para marcar el comienzo de esta nueva etapa utilizando una palabra que los campesinos utilizan como sinónimo de informarse: "noticiarse", y para vincularlo con los medios de prensa que son una forma de comunicación familiar al mundo campesino.

Objetivo importante de la publicación era constituirse en un espacio de comunicación alternativo en lo agrario. Como veíamos más arriba, los medios de comunicación estaban fuertemente controlados por el régimen dictatorial y propalaban exclusivamente el proyecto de sociedad neoliberal y autoritario. Entonces un boletín-revista como el nuestro se constituía en la única voz disidente en materia agraria y rural, tanto a nivel de medios sectoriales como en el concierto de las comunicaciones en general.

En esa primera etapa, el GIA quería decirles a los campesinos y a los técnicos a través del medio, que la aplicación del modelo neoliberal en el campo dejando al mercado como único asignador de los recursos favorecía sólo a los grandes empresarios agrícolas; y que el pequeño productor no tenía nada que hacer en esa competencia entre "tiburones". Correspondía, entonces, producir para su subsistencia con el mínimo de medios, recurriendo a las tecnologías apropiadas e ignorando al mercado.

El nuevo boletín partió con un formato tamaño oficio, 16 páginas y un diseño artesanal, impreso en una pequeña imprenta Ricoh Offset en papel blanco, a un solo color, con dos colores en la portada y páginas centrales y un tiraje inicial de 1.200 ejemplares. Utilizaba una tipografía de máquina de escribir más grande que la habitual de los diarios; informaciones y artículos breves, de no más de una página, y la mayoría ocupando media página; una fotografía por página al menos y abundantes dibujos, incluyendo una historieta creada ex profeso por el humorista gráfico y dibujante Hervi.

Además de los rasgos ya señalados, "para facilitar su lectura a los campesinos -decíamos entonces- se empleará un lenguaje sencillo, directo, con frases cortas y empleo



eventual de voces campesinas. Se recurrirá también al sistema de entrevistas con pregunta-respuesta y el empleo frecuente de citas textuales de conversaciones con campesinos. Las cartas que envíen los lectores se transcribirán también textualmente con fidelidad a su modo de expresión, salvo en aquellas partes que dificulten su comprensión, las que sufrirán un mínimo de elaboración o redacción".

Desde un comienzo se estableció que la función del boletín sería informar, orientar y ser canal de expresión entre el GIA y sus beneficiarios campesinos. Y no formar, cambiar o reforzar actitudes en los destinatarios, aunque subsidiariamente lo intentara en algunos temas como tecnologías campesinas, organización, participación. Con el tiempo, este aspecto se concretó en unos "avisos educativos", donde se tomaban ideas-fuerza y se les daba un lenguaje y forma publicitarios.

En su temática inicial incluía:

- Política agraria (aspectos técnicos, económicos y sociales)
- Organizaciones campesinas (de productores, consumidores, sindicales, mapuche)
- Experiencias campesinas (entrevistas y reportajes en terreno)
- Tecnologías campesinas
- Resultados o avances de investigaciones del GIA u otras instituciones
- Mujer campesina (orientación organizacional, actividades)
- Reseña de publicaciones para el sector rural (del GIA y de otros)
- Suplemento agroeconómico (evolución cultivos estacionales, orientación para siembras, comercialización, etc.)
- Salud y nutrición (consejos y hasta recetas de cocina)
- Cultura campesina (folclore)
- Educación (escuelas rurales y sus problemas)
- Correo de los lectores
- Historieta (humor, ambientación campesina)

El Editorial de un número de 1983 daba cuenta de nuevas medidas económicas en una época de gran crisis, en que la agricultura nuevamente quedaba al margen; un estudio sobre cooperativas de la Cuarta a la Décima regiones; declaraciones de la confederación "El Surco" sobre la situación de los trabajadores agrícolas; y un reportaje a los pastores aymaras del norte. En materias técnicas, un campesino que obtuvo electricidad para su consumo de un canal de riego; el aventador de trigo, anuncio de ficha tecnológica recolectada por el GIA. En la separata agroeconómica (en páginas de color) qué sembrar al comienzo del año agrícola. En orientación legal, el despido y la necesidad de reclamar indemnización. Dos páginas de nutrición aconsejaban sobre la leche. La mujer campesina tenía cuatro páginas a cargo del proyecto Mujer Rural de la institución (se referían a organización, una reflexión sobre el Día Internacional de la Mujer, el teñido de lanas y una organización de tejedoras de Putaendo). Luego venían las tradicionales cartas de lectores y la historieta "El lagarto Colo-Colo".

En lugar de los tradicionales avisos comerciales pagados, incorporamos "avisos educativos", con recomendaciones como:

**¿ALIMENTOS CAROS Y ESCASOS...?
¡ARRANQUESELOS A SU TIERRA!**

**DOS CABEZAS PIENSAN MEJOR QUE UNA...
DISCUTA Y ARREGLE SUS PROBLEMAS
EN GRUPO...**

**LEER NOS DA IDEAS
PARA CONVERSAR CON OTROS**

**CON SUMO CUIDADO
CON EL CONSUMO
NO CONTAMINE SU TIERRA**

Lecturas grupales

La metodología de trabajo era periodística, es decir, un comunicador-periodista recorría los lugares donde viven y trabajan los campesinos, sus sedes sociales, etc., para recoger sus informaciones y opiniones y a su vez, entregar el mensaje del GIA respecto de la realidad agraria. Su ventaja es el contacto humano directo entre el GIA y sus destinatarios, la retroalimentación inmediata.

A los cinco números publicados, la revista-boletín cambió al formato un cuarto de mercurio, atendiendo a las opiniones recogidas por el periodista. Pero continuaba teniendo un aspecto artesanal, principalmente por su diagramación e impresión. Aunque el papel era bueno -hilado blanco 3 y separata amarillo- se seguía tipeando los artículos en una máquina de escribir del GIA -algunos artículos sólo con letras mayúsculas-, llevaba titulares con letras dibujadas manualmente, abundantes dibujos (algunos algo "naif") y fotografías borrosas.

Los temas tratados en cada número se definían en una reunión de pauta mensual. Al inicio del *Noticiero*, la dirección del GIA no consideró importante formar un consejo de redacción como eje de estas reuniones con representantes de las organizaciones campesinas; estimaba entonces que la participación de los campesinos ya se había hecho cuando sus profesionales recorrían terreno encuestándolos o conversando con ellos, como primer insumo de su proceso de investigación social, y que ahora sólo debía entregarles procesados esas informaciones de los campesinos y sus dirigentes.

De este modo, a las primeras reuniones de pauta sólo concurría la jefe del Área de Comunicaciones, la directora de la publicación que suscribe estas líneas, el periodista-comunicador y el economista agrario encargado de la separata agroeconómica. Al cabo de unos meses, terminaron reuniéndose sólo la directora y el periodista comunicador.

La necesaria retroalimentación para todo proceso de comunicación, sin embargo, sería suplida por jornadas de lectura reflexionada y dialogada del boletín con los campesinos destinatarios. Estas lecturas grupales tendrían por objetivo estimular al campesino a leer el medio; reforzar la comunicación escrita con comunicación oral (los comentarios grupales de la lectura)

y obtener una retroalimentación inmediata de cómo recibe el destinatario nuestras proposiciones de contenido.

Estas reuniones debían realizarse dentro de otras organizadas por el GIA como parte de sus metodología en otros proyectos, destinando a la lectura reflexionada al menos mediodía, con técnicas de dinámicas grupales y educación popular. El comunicador debía registrar las opiniones vertidas, tanto en aspectos temáticos como formales del boletín, entregando un informe que concretara la retroalimentación.

De estas jornadas se realizaron no más de dos o tres, debido a que el GIA no utilizaba frecuentemente entonces las reuniones como método en sus tareas habituales en otros proyectos. Y cuando las había, era muy difícil conciliar sus objetivos con los de la lectura del boletín. Por otra parte, la sola finalidad de leer el boletín en grupo no parecía motivo suficiente para movilizar a pequeños productores que debían trasladarse desde distantes puntos geográficos.

Sin embargo, se efectuaron unas pocas lecturas grupales que arrojaron algunas primeras impresiones de nuestros lectores respecto del boletín. En marzo de 1983, el comunicador informaba lo siguiente:

"Se pudo desarrollar la lectura en grupos con 5 miembros de la Federación Presidente Frei, 4 monitores del IER (Instituto de Educación Rural) y un grupo de campesinos. Esto, más las conversaciones con directivos de distintas instituciones y organizaciones dieron como resultado:

- * Los contenidos tocan problemas de los campesinos, los "inventos" (tecnologías apropiadas) son buenos, pero a veces denotan poco conocimiento; adecuado para dirigentes y monitores; faltan consejos agropecuarios; hay artículos muy abstractos; es auténticamente campesina y pone cosas que no salen en otros medios de comunicación; buenos los remedios caseros, los aplican; buena la valoración del trabajo de la mujer; más temas de parceleros y de mapuches; útiles los datos estadísticos".
- * En cuanto a la presentación: mejor el formato pequeño (cuando se cambió a tamaño 11/16; el anterior era difícil de guardar y de llevar; tiene "lenguaje de zona central", pero directo, llano, abierto; los párrafos concentran muchas ideas; la foto llega más que el dibujo; en todo caso, el dibujo mientras más parecido a la realidad, mejor; es revista "más para la zona central"; el diseño es "infantil", especialmente por los dibujos; no gusta la historieta "El lagarto".

En el boletín de diciembre de 1983, mejoramos la presentación introduciendo los textos en composición IBM y comenzamos a transformar la diagramación hacia una línea más sobria y limpia. Tres números antes, habíamos iniciado la historieta "Juancho" a cargo del dibujante Hervi, que tuvo enorme éxito entre los lectores y se mantuvo hasta el último número. Era el año del inicio de las protestas nacionales y tímidamente comenzamos a hablar de nuestro futuro proyecto social. Un aviso educativo rezaba:

**DEMOCRACIA:
DERECHO A OPINAR
Y A SER TOMADOS EN CUENTA**

**PENSEMOS JUNTOS
EL FUTURO DEL AGRO**

noticiero de la **REALIDAD AGRARIA** qia

ABRIL 1983

**SOLUCIONES
CAMPELINAS**

**A LA
CRISIS**

**SE BUSCA:
COOPERATIVAS SOLIDARIAS
ORGANIZADAS, MEJOR**

"PATERNALISTA Y PÉSIMISTA"

Partiendo a terminarse el proyecto de dos años y en vapores de refutación para su explotación, el GEA decidió hacer una nueva producción de la categoría y una explotación especial. María Eugenia Pontecilla, doctora en Comunicaciones de la Universidad de La Plata, Argentina. La profesional tuvo apenas dos meses para realizar el trabajo, involucrando el recorrido de las provincias de Jujuy y Salta sus destinatarios.

Los resultados fueron positivos (Núñez 3). Entre las conclusiones se dice:

— "La aceptación general es que existe entre los destinatarios un grado de "grietas" hacia la institución, y en los primeros momentos se expresaron opiniones positivas. La revista es buena, fundamentada. No obstante, debido al volumen de la revista, se fueron desarrollando los diferentes problemas que aparecen muy oportunamente en espacios o reuniones."

— "No puede dejarse de señalar que, al aplicar los métodos de estudio de campo de Ver se ve que se refiere específicamente a los materiales literarios seleccionados, como historias que se refieren específicamente al tratamiento de la información, el rol por medio de los diferentes trabajos (...) como se hizo más allá de la posibilidad de una visión "científica de mundo". El material de documentación jurídica era confuso, confuso y había un tema."

"Graves problemas de diagnóstico (...) y de implementación con los indígenas campesinos presentados en los dibujos (sobre la historia "Juicio" aparecen posteriormente que se van positivamente) Problemas de el tratamiento del contenido. Desaprovechamiento del sentido y experiencia de campo respecto de su propia documentación (...) de manera una permanente interpretación de la forma como el rol (...) experimenta los problemas del rol de ellos ellos declarar: "Nunca me interesa el trabajo, el trabajo, los problemas que tenemos muchos problemas y sabemos que muchos que vamos por adelante, pero..." **Capítulo 3** (relación al contrario, vamos siempre "avanzando", así como y no una palabra...) como un momento...")

En el análisis metodológico realizado, se lo que se refiere al tema (tratamiento significativo) de calidad "paternalista en el campo de los roles, "datos (cualidades) pueden, deben, tener", como el tipo de literatura (sobre un rol) con palabras de "superioridad" que, en el caso de la investigación, se es para cada el rol que se refiere a "superioridad" cultural.

Segunda Evaluación: "PATERNALISTA Y PESIMISTA"

En el análisis metodológico realizado, se lo que se refiere al tema (tratamiento significativo) de calidad "paternalista en el campo de los roles, "datos (cualidades) pueden, deben, tener", como el tipo de literatura (sobre un rol) con palabras de "superioridad" que, en el caso de la investigación, se es para cada el rol que se refiere a "superioridad" cultural.

Problemas de implementación, desde el campo del conocimiento. En lo que se refiere específicamente al rol de "superioridad" que, en el caso de la investigación, se es para cada el rol que se refiere a "superioridad" cultural.

Cada rol que se es para cada el rol que se refiere a "superioridad" cultural.

Próximo a terminarse el proyecto de dos años y en vísperas de reformularlo para su continuidad, el GIA decidió hacer una nueva evaluación. Se la encargó a una especialista externa: María Eugenia Fontecilla, doctora en Comunicaciones de la Universidad de Leeds, Inglaterra. La profesional tuvo apenas dos meses para realizar el trabajo, incluyendo el recorrido de las provincias donde estaban los destinatarios.

Los resultados fueron adversos (Notas 3). Entre las conclusiones se decía:

"La observación general es que existe entre los destinatarios un grado de "gratitud" hacia la Institución, y en los primeros sondeos siempre expresaron argumentos positivos: la revista es buena, fundamentalmente. No obstante, iniciado el sondeo más a fondo, se fueron develando los diferentes problemas que aparecen muy espontáneamente expuestos a continuación...

"No puedo dejar de señalar que, al aplicar firmemente el análisis de contenido de Veron en que se refiere específicamente a los contenidos ideológicos subyacentes, como Berelson que se refiere específicamente al tratamiento de la información, el 80 por ciento de los contenidos trabajados (...) están teñidos más allá de lo pensable de una visión catastrófica de mundo". El material de connotación política era recibido con recelo y hasta con temor.

"Graves problemas de diagramación... y no identificación con las imágenes campesinas presentadas en los dibujos (salvo la historieta "Juancho" aparecida posteriormente, que valoran positivamente) Problemas en el tratamiento del contenido. Desconocimiento del sentir y experimentar campesino respecto de su propia circunstancia. (...) Se constata una permanente interpretación de la forma como el campesino experimenta sus problemas (en el testeo ellos declaran: "siempre nos muestran amargados, entristecidos, nosotros sabemos que tenemos muchos problemas y sabemos que tenemos que trabajar para solucionarlos, pero no nos sentimos infelices, al contrario, estamos siempre "contentos", nos reimos y no nos pasamos sufriendo como nos muestran").

En el análisis morfológico realizado, en lo que se refiere al *tono* (intención-significación), se califica: "paternalista en el mayor de los casos, "usted (ustedes) pueden, deben, tienen", este tipo de llamada lleva implícita una postura de "superioridad" que, no le cabe duda a la investigadora, no es para nada el espíritu que alienta al equipo, sino más bien, la contaminación" cultural típica del intelectual medio, que rara vez descubre el contenido ideológico presente en su construcción semántica, en las operaciones casi inconcientes de elaboración paradigmática y sintagmática, que subyacen a la elaboración conciente del discurso, y que son producto de años de dominación del sector intelectual sobre el sector campesinos.

"Problemas de vocabulario, desadecuación del universo vocabular. En lo que se refiere específicamente al universo vocabular empleado, éste es más bien de difícil lectura para el "campesino letrado" que fue el que se sometió al testeo en terreno".

Cabe señalar que los encuestados tuvieron características muy diversas, desde técnicos agrícolas o promotores a dirigentes campesinos de base, lo que explica en parte algunas de las

opiniones en torno al "lenguaje o nivel muy elevado"; la valoración más positiva provino de los técnicos agrícolas.

Conclusiones

Y luego vienen las conclusiones y recomendaciones:

"Es preciso revisar el criterio con que trabaja el periodista encargado de recolectar la información.

"Es preciso pensar en una fórmula que permita la identificación del destinatario con la publicación. (Donde hubo mayor consenso en la encuesta, fue en calificar los temas y hasta el lenguaje de la revista como "muy de la zona central" o "muy de Santiago"; incluso un encuestado sugirió agregar una sección de "vocabulario con palabras técnicas y con palabras del Norte y Sur de Chile").

"Es preciso abrir cauces de participación del destinatario en las decisiones respecto de contenido y forma de la publicación."

"(...) Necesidad de capacitar monitores de entre los mismos destinatarios, para que en un período determinado sean capaces de elaborar parte de la revista en terreno, conservando el GIA la tuición central y facilitando la elaboración de secciones regionales".

Luego de recomendar también una capacitación del equipo periodístico para el tratamiento de los contenidos, sugiere evaluaciones permanentes en la forma que originalmente habíamos diseñado para el proyecto: "reuniones planificadas de los periodistas con grupos de destinatarios (nuestras lecturas en grupos); apoyarse con otros instrumentos de comunicación, como programas grabados en el sistema de cassettes para establecer discusión crítica en torno a los temas de mayor interés, para apoyar el contacto directo con los destinatarios".

Sugiere además, que la revista tenga secciones claramente diferenciadas; incluir cuadernillos didácticos separables que sirvieran a los dirigentes para trabajar los temas con sus bases, a los técnicos, entregar metodología de traspaso de innovaciones, etc.

Estos resultados fueron como un balde de agua fría para quienes pensábamos que ya sabíamos todo acerca de cómo comunicarnos mejor con los campesinos.

No obstante con esta conclusión, que estimamos es válida desde un punto de vista profesional, tanto a campesinos de base y de la institución agrícola o desde un nivel nacional, la agencia patrocinadora encargó una nueva evaluación a dos profesionales Guatemaltecos de Brera y Lasky Pujol, quienes trabajaron para Brera después de la emigración de los investigadores.

Esta vez no se hizo un esquema, sino que se estudió tanto la base de datos, revisión analítica de las publicaciones y reuniones y discusiones con investigadores del CREA, tanto a nivel nacional los programas de desarrollo, del campo campesino y andino, como se realizaron entrevistas con dirigentes y campesinos de base. Como los primeros se trataba de hacer un nuevo programa dentro del esquema de las actividades del CREA, se detuvo problemas de implementación como los recursos y los materiales, y con los campesinos de fortalecer la producción y eso que debe ser entregado a los publicaciones, incluir en el programa los aspectos de información agrícola.

La primera recomendación de esta evaluación (Brera y Lasky) es que el CREA era un centro de información valioso sobre los cambios que se están haciendo dentro en el agro andino y las relaciones modernas que se están haciendo para algunos problemas de desarrollo y principalmente. Y que las había una comunicación permanente con los campesinos de actividades y el apoyo por el equipo científico es a una más sistemática información y mejoramiento.

Sobre el futuro más afirmativo que "debería ser una institución en que el campesino puede reflejar su propia información, sus actividades y algunas actividades que los investigadores y las instituciones van a ser capaces".

- La mesa con los campesinos que se puede hacer en un momento que son como pueblo" (Linda Carlini, "Un gran momento")
- "No hay otra revista que haga un seguimiento de la situación de los campesinos" (Yolanda VEA del CREA, Director de la Unidad de Producción para el Desarrollo Social, PRODEP)
- "Las agrícolas que se hacen que se debe ser que se comparten sobre y con lo que el campesino se debe saber sobre la agricultura"
- "Las páginas más importantes de la información agrícola que se debe ser que se comparten sobre y con lo que el campesino se debe saber sobre la agricultura"

Tercera Evaluación:

"INFORMACION

SERIA Y CONFIABLE, PERO..."

Después de haber leído la información que se nos había suministrado por la institución agrícola, el equipo de investigadores que se le había encargado (precios, tecnologías, etc.) nos dimos cuenta de que había un aspecto que no había sido mencionado en el programa de información agrícola.

No conformes con esa evaluación, que estimábamos se había basado en encuestas aplicadas preferentemente a campesinos de base y no a los técnicos agrícolas ni a los dirigentes de nivel nacional, la agencia patrocinadora encargó una nueva evaluación a dos profesionales: Gustavo de Roux y Lesly Puyol, quienes trabajaron pocos meses después de la evaluación recién reseñada.

Esta vez no se hizo encuestas, sino que se trabajó sobre la base de una revisión analítica de las publicaciones y reuniones y discusiones con investigadores del GIA; visitas a ONG rurales con programas de desarrollo, así como cooperativas y sindicatos agrarios, donde se realizaron entrevistas con dirigentes y campesinos de base. Con los primeros, se trataba de situar nuestro programa dentro del conjunto de las actividades del GIA. Y detectar problemas de comunicación entre investigadores y destinatarios; y con los segundos, determinar la percepción y uso que daban los usuarios a las publicaciones, incluyendo también los *Cuadernillos de Información Agraria*.

La primera constatación de esta evaluación (Notas 4), es que el GIA era un centro de información confiable sobre los cambios que se han venido dando en el agro chileno y las soluciones concretas que se vislumbran para algunos problemas de sobrevivencia principalmente. Y que ha habido una retroalimentación permanente por el comunicador de terreno y por miembros del equipo elaborador en forma más sistemática (anteriores evaluaciones).

Sobre el *Noticiero* afirmaron que "destaca situaciones o condiciones en las que el campesino se ve reflejado; o provee información, recomienda y sugiere soluciones que las organizaciones y los campesinos ven a su alcance".

- "La revista nos ha mostrado que lo que hacemos es importante... valora lo que somos como pueblo." (Mario Curihuentro, dirigente mapuche).
- "No hay otra revista que juegue un rol informativo con la propiedad de *Realidad Agraria*" (Winfredo Van den Berg, director de la Fundación Radio Escuela para el Desarrollo Rural, FREDER).
- "Las noticias que trae tienen que ver con lo que el campesino sufre y con lo que el campesino necesita" (don Víctor, campesino de Purrehuín).
- "Las páginas amarillas de la revista (separata) traen las únicas recomendaciones serias y confiables".

Luego, los evaluadores aprecian: la "versatilidad de los contenidos permite cubrir temas variados que procuran reflejar situaciones que van de lo particular a lo nacional, pasando por singularidades regionales, así como temas múltiples sobre aspectos diversos y de interés general (precios, tecnologías, salud, recetas, etc.)", lo que a su juicio hace que "se refiera siempre a algún aspecto que necesariamente es de interés para alguien".

Mundos a conciliar

Señalan también los aspectos negativos o que requieren mejoramiento:

"El proceso de comunicación entre investigadores y campesinos se ve obstaculizado frecuentemente por dificultades de tipo semántico, especialmente porque en la vida del campesino las connotaciones se estructuran sobre su quehacer productivo y sobre una dimensión cultural diferente a la de los investigadores. Este hecho suele conducir a discontinuidad en la significación, afectando de esa manera la comunicación. Por otro lado, a nivel de formas de acceder al conocimiento, los campesinos y los investigadores están determinados por vertebraciones lógicas del pensamiento diferentes, que tienen efectos epistemológicos distintos. Así, mientras el conocimiento del campesino es experiencial y sus procesos de abstracción parten de su conocimiento pragmático, el investigador ha sido formado en un modelo lógico basado en generalizaciones y abstracciones. Esta polaridad tiene desde luego efectos directos sobre la sintaxis combinatoria de los signos.

"Por otra parte el hecho de tener valores, intereses y formas distintas de ver el mundo y de interpretar los fenómenos sociales y productivos, contribuye también a crear escollos en la comunicación de estos dos conjuntos sociales en tanto que dificultan la decodificación adecuada de los signos emitidos por cualquiera de ellos.

"Los problemas de comunicación más usuales entre investigadores y campesinos están entonces referidos a distintas maneras de concebir e interpretar la realidad y al uso de códigos propios para comunicar pensamientos que se estructuran en forma diferente, con sus correspondientes sintaxis y lenguajes. Estas dificultades las obvia el GIA en la medida que su "comunicación" con los campesinos se mediatiza a través de técnicos, dirigentes y monitores que están en contacto permanente con la cotidianeidad del campesino. Sin embargo, dicha dificultad no deja de ser un problema. A fin de cuentas es el campesino el destinatario final del mensaje y en consecuencia, éste debe ajustarse en la forma más precisa posible a su cosmovisión, a sus formas de percibir el mundo, la naturaleza, la técnica, así como a su manera de expresarse en él.

Sin embargo, los evaluadores recogieron de sus entrevistados las siguientes opiniones:

- "La revista trae ahora temas cortos, precisos y claros" (técnico de FREDER).
- "La revista se entiende (aunque) debería traer más fotos" (dirigente mapuche de Ad Mapu).
- "La revista es entretenida, las técnicas las explican en forma fácil" (campesino de Milla-huaymo).
- "Está en el lenguaje de nosotros, no hay palabras difíciles" (campesino de Pelarco).

Acuerdo con contenidos

En relación al lenguaje gráfico, las opiniones reafirman las de la evaluación anterior: los dibujos "ridiculizan a los campesinos"; "leo la revista de atrás para delante, porque lo que más me

gusta es la historieta" (Juancho). En cuanto a la letra, algunos la encuentran "a veces, demasiado chica", "palabras muy juntas", "letra artística que se lee mal".

Respecto de la aceptación de los contenidos y su apropiación por los lectores, Le Roux y Puyol constataron en muchos documentos base y en planteamientos verbales durante las entrevistas, así como en jornadas de reflexión -como la reunión de la Multisectorial del Sur en marzo de 1984-, que "se nota una apropiación real de los análisis e informaciones que se difunden en los Cuadernillos y en el *Noticiero*", "incluso con su misma terminología como es el caso de la 'crisis alimentaria', 'campesinización pauperizante' y la 'autosubsistencia campesina'". También se encontraron con el desacuerdo de algunos dirigentes de una confederación sindical con algunas posiciones sustentadas por la revista, lo que denota que la leen y que en ocasiones, consideran sus contenidos en controversia con los propios.

Información técnica

En referencia a su aporte a la información técnica, los campesinos piden algo que ya se hace recurrente: que en la separata agro-económica se informe de precios de sus productos en el mercado. Asunto que habíamos desechado porque el largo proceso de edición los hacía añejarse al momento de la llegada de la publicación a manos del lector. Sin embargo, algunos técnicos y dirigentes pidieron que se agregaran aunque fueran añejos, ya que era la única fuente de información a la que tenían acceso.

Los evaluadores también auscultaron entre los lectores la aplicación práctica de ciertos contenidos del *Noticiero* que al GIA le interesaba en ese momento difundir: las tecnologías campesinas o tecnologías apropiadas. Se trata de tecnologías recogidas por el GIA de los propios campesinos que las utilizan aún tras haberlas aprendido de sus padres y abuelos y fueron reelaboradas a partir de técnicas consuetudinarias, con bajo costo, con recursos asequibles en el mismo medio.

Se constató que la simple lectura de estas tecnologías en la revista sugiere aplicaciones prácticas concretas cuando se trata de aquéllas cuya simplicidad no exige casi apoyo técnico: la abonera orgánica, consejos de salud e higiene o incluso, en una primera época, recetas culinarias. Un campesino de Purrehuin les manifestó que "por la revista algunos se han motivado para usar mejor lo que tienen". Pero ya cuando se trata del rodón, arado de tiro animal, enfardadora manual, etc. un técnico de la Fundación CRATE expresó: "la revista sólo crea motivaciones para la adopción de nuevas tecnologías, siendo necesario el apoyo técnico para su concreción".

Como por razones de espacio y la decisión de editar temas cortos, muchas veces se ponían resúmenes de tecnologías campesinas de más larga explicación, un dirigente campesino sugirió a los investigadores que se publicaran fichas completas, lo que se hizo en algunas ocasiones. Pero en general, durante mucho tiempo después de terminado este capítulo en la revista y en el GIA siguieron llegando cartas de lectores del país y del resto del continente, solicitando se les enviara la ficha completa de alguna o varias tecnologías campesinas.

Sus conclusiones y recomendaciones finales aparecen publicadas en la sección Anexos, por lo que citaremos las más relevantes.

- * Existe correspondencia entre las indagaciones del GIA, las necesidades del campesinado chileno y los contenidos de las publicaciones.

Y recomiendan:

- * Las tres publicaciones señaladas: *Noticiero de la Realidad Agraria*, *Cuadernillos de Información Agraria* y *Suplemento Agro-económico* (separata interior del primero), tiene buena receptividad entre sus audiencias respectivas. Son publicaciones complementarias, tanto desde el punto de vista temático, como desde la perspectiva de los usuarios, y se recomienda ampliar su tiraje.

A partir de las creencias, mitos y tradiciones de estos protagonistas, llegamos al momento de instrumentar el proyecto a la agenda de cada cultura para su continuidad por un nuevo periodo, se toma en cuenta las siguientes orientaciones:

- 1) Afianzar más el lenguaje (escrito y gráfico) de los destinatarios.
- 2) Rescatar la responsabilidad de los protagonistas.
- 3) Instalar un efectivo mecanismo para el trabajo comunitario.
- 4) Regionalizar la comunicación.

El primer experimento se dio en el momento de un encuentro de los grupos teatrales de los ganaderos, con lo cual se presentaba ya el inicio de la participación activa de los actores en el proceso, por tanto se indagó. Se eliminó la tradición de "Dato Cero", que los actores habían utilizado porque era difícil de aplicar. Se pudo mejorar bastante en la ejecución gracias a la ayuda de un grupo de teatro popular de carácter comunitario, que se encargó de explicar y dirigir la puesta en escena que era un tipo de información de trabajo que era un proceso permanente que era verificado periódicamente.

En cuanto a mejorar la información, se dio un primer paso, indagando el sistema de comunicación y organizando el proceso, se dio un primer paso en la comunicación comunitaria. Por lo tanto se puede mejorar mucho dentro de la comunicación, regionalizar. No se trata de una demanda de la cultura que se presenta en la cultura, sino de un proceso realista.

Capítulo 5

Comunicación y Roles Regionales

REGIONALIZANDO LA COMUNICACION

El primer experimento se dio en el momento de un encuentro de los grupos teatrales de los ganaderos, con lo cual se presentaba ya el inicio de la participación activa de los actores en el proceso, por tanto se indagó. Se eliminó la tradición de "Dato Cero", que los actores habían utilizado porque era difícil de aplicar. Se pudo mejorar bastante en la ejecución gracias a la ayuda de un grupo de teatro popular de carácter comunitario, que se encargó de explicar y dirigir la puesta en escena que era un tipo de información de trabajo que era un proceso permanente que era verificado periódicamente.

El primer experimento se dio en el momento de un encuentro de los grupos teatrales de los ganaderos, con lo cual se presentaba ya el inicio de la participación activa de los actores en el proceso, por tanto se indagó. Se eliminó la tradición de "Dato Cero", que los actores habían utilizado porque era difícil de aplicar. Se pudo mejorar bastante en la ejecución gracias a la ayuda de un grupo de teatro popular de carácter comunitario, que se encargó de explicar y dirigir la puesta en escena que era un tipo de información de trabajo que era un proceso permanente que era verificado periódicamente.

A partir de las conclusiones y recomendaciones de ambas evaluaciones, llegado el momento de reformular el proyecto a la agencia de ayuda externa para su continuidad por un nuevo período, se toma en cuenta las siguientes orientaciones:

- a) Adecuar más el lenguaje (escrito y gráfico) a los destinatarios.
- b) Mantener la retroalimentación en forma permanente.
- c) Indagar en el universo campesino para su mejor conocimiento.
- d) Regionalizar la comunicación.

El primer aspecto comenzó con el reemplazo de un miembro del equipo técnico: el diagramador, con lo cual la presentación gráfica de la publicación adquirió una fisonomía más limpia, sobria y ordenada. Se eliminó la historieta "Colo-Colo", que los lectores habían estimado confusa y difícil de entender. Se puso mayor atención en la expresión escrita cuidando de no entregar palabras técnicas o complicadas, sin su debida explicación. Valga la pena decir que esta tarea de adecuación de lenguaje fue más un proceso permanente que una actividad terminal.

En cuanto a: mantener la retroalimentación en forma permanente, indagar en el universo campesino y regionalizar el proyecto, se dieron conjuntamente en la nueva fase del proyecto. Pero a lo que mayor importancia dimos fue a lo último: regionalizar la comunicación. No en vano era una demanda de los lectores que se repetía en las tres encuestas y estudios realizados.

Comunicadores y Hojas Regionales

Expertos latinoamericanos en comunicación rural concuerdan en que ésta es más eficaz cuando se la aborda en forma regional o, mejor aún, local. Ello porque la variedad geográfica, climática, y productiva de las distintas zonas donde viven los agricultores o trabajadores agrícolas hace que tengan distintos problemas que enfrentar y distintas necesidades para resolverlos. Por lo tanto, los temas que interesan a lectores de una zona son distintos a los de otra. También hay diferencias culturales entre los campesinos del norte o sur del país: distintos modos de hablar o de nombrar los objetos y esto lo hicieron notar algunos de nuestros lectores en sus respuestas ya a las primeras encuestas.

El proyecto reformulado y puesto en práctica en el segundo semestre de 1984 mantuvo la publicación de los *Cuadernillos de Información Agraria* (con periodicidad trimestral) y la revista *Realidad Agraria* con las transformaciones antes anotadas y una separata donde se trataba en for-

ma intensiva un tema. Pero lo más importante fue la regionalización de la revista a través del agregado de cuatro suplementos zonales: *La Hoja Regional 1, 2, 3 y 4*.

Para ello, el proyecto se amplió con la presencia de tres comunicadores regionales -con residencia en capitales de provincia-, quedando el periodista de terreno para la zona central. Cada uno era responsable de recoger contenidos para las cuatro *Hojas Regionales*.

Las zonas de operación de cada comunicador se delimitaron aproximadamente según las que el GIA estructuró para sus estudios agrarios:

- * *Hoja Regional 1, Primera Zona (fruticultura)*: de la Quinta a la Sexta Regiones. Comunicador: periodista Juan Veglia, con sede en Santiago.
- * *Hoja Regional 2, Segunda Zona (policultivos)*: de la Séptima a la Octava Regiones. Comunicador: ingeniero agrónomo Pedro Segure, con sede en Concepción (400 Km. de Santiago).
- * *Hoja Regional 3, Tercera Zona (cerealera)*: Novena Región. Comunicador: médico veterinario Estanislao Gacitúa, con sede en Temuco (700 Km. de Santiago).
- * *Hoja Regional 4, Cuarta Zona (ganadera)*: Décima a Undécima Regiones. Comunicador: ingeniero agrónomo Ignacio Alvarez, con sede en Puerto Montt (1.200 Km. de la capital).

Las *Hojas Regionales* eran tamaño medio mercurio, de papel de roneo en un momento y blanco la mayor parte del tiempo, con un diseño parecido a la página de un diario. Sus informaciones provenían de las distintas localidades de la zona correspondiente, breves, con titulares grandes y una foto por lado. Más tarde se le incorporó una historieta "Juancho" también breve.

Al inicio estaba impresa por ambos lados. Luego, para alentar su aficheo en los diarios murales de organizaciones campesinas, decidimos imprimir dos páginas por un solo lado. Su más difícil manipulación nos hizo volver a la primera figura, en el número suficiente y las instrucciones para que se afichara una por un lado y la otra por el otro.

Su distribución también fue complicada, ya que había que agrupar las diferentes ciudades y localidades rurales en las zonas previstas y despachar la revista con la hoja correspondiente a esa zona. Sin el apoyo del computador y la informática, la tarea habría sido muy difícil. Pero también sin el importante trabajo manual del compaginador de la publicación, Pedro Huito -meter en el sobre de despacho la o las revistas con el número de hoja correspondiente, según indicaba la etiqueta salida del computador- la operación no habría sido posible.

La selección y puesta en marcha de los comunicadores regionales fue un proceso que tomó cuatro meses, desde el diseño del perfil del comunicador hasta su instalación en su zona, pasando por el cursillo de adiestramiento en comunicaciones.

Los comunicadores fueron seleccionados de entre jóvenes profesionales con formación agraria, porque estimamos más rápido entrenarlos en técnicas de comunicación que a comunicadores en materias agrarias. La selección de los comunicadores fue muy rigurosa. Primero se hizo

un perfil del comunicador regional y luego se afichó un aviso en la sede de la institución y se envió circulars a otras ONG y centros de estudio. Se entrevistaron muchos postulantes hasta llegar a los escogidos, procedentes en su mayoría de los cursos para agrónomos jóvenes que entonces dictaba el GIA.

Organizamos el cursillo de entrenamiento con apoyo de profesionales del GIA para las materias agro-sociales y directamente por los periodistas del proyecto para la parte comunicacional; también hubo algunos invitados externos para algunos aspectos como fotografía, relaciones públicas o dinámicas grupales y evaluación.

Función de los comunicadores regionales

La función principal de los comunicadores regionales era recoger informaciones sobre las actividades de las organizaciones campesinas de su zona y de las ONG con programas de apoyo rural y enviarlas a la oficina central de redacción del proyecto para alimentar *La Hoja Regional*.

Al mismo tiempo, debían "agitar el tema agrario" en su zona, poniendo sobre la mesa del debate regional (organizaciones y ONG) nuestra visión de la realidad agraria y los campesinos; y recoger las suyas.

Por último, debían retroalimentar al equipo editor central respecto de cómo recibían los destinatarios las publicaciones, su opinión sobre contenido y forma. Esto a través de sus contactos permanentes. Primitivamente se pensó que cada comunicador debía hacer entrega personal de las publicaciones GIA a cada destinatario, para fortalecer el proceso de comunicación con una presencia cara a cara; pero pronto se desechó por físicamente inviable y por los aspectos coercitivos que podría impensadamente involucrar una acción de este tipo.

En resumen, sus objetivos eran:

1. Mejorar la llegada y aprovechamiento de *Realidad Agraria* y *La Hoja Regional* a sus destinatarios.
2. Recoger informaciones y temas de interés de su zona para las publicaciones, en especial, *La Hoja Regional* correspondiente.
3. Recabar información sobre la coyuntura agraria regional desde los puntos de vista técnico-productivo, agro-económico y organizacional para entregar al Banco de Datos institucional, el taller de coyuntura agraria mensual del GIA e indirectamente, para el boletín agro-económico de la revista.
4. Animar el debate agrario regional a través de su contacto personal con organizaciones e instituciones con programas de apoyo al campesino y de su participación en eventos regionales como seminarios, talleres, encuentros y jornadas.

Su primer medio de comunicación era la comunicación interpersonal con dirigentes campesinos y técnicos o profesionales de ONG. Luego, debía organizar, apoyar o participar en reuniones sobre los problemas agrarios de su zona. Y finalmente, trabajar como reportero para su *Hoja Regional* recogiendo y entregando informaciones.

Durante los tres primeros años de esta experiencia, los comunicadores regionales recorrieron prácticamente toda su zona y visitaron a todos los destinatarios a lo menos una vez. En especial, a raíz de una encuesta para la investigación-evaluación que se realizó sobre recepción y opinión sobre las publicaciones. (Vale la pena decir aquí que el número de lectores de la lista de despacho nuestro llegó a contar con más de 700 personas o instituciones.) Posteriormente fueron seleccionando más las visitas de personas, reduciéndolas a aquellos dirigentes o técnicos que desarrollaban mayores actividades en sus organizaciones o instituciones.

En cuanto a su desempeño como "reporteros" de su *Hoja*, demostraron un alto nivel de cumplimiento en la entrega del material informativo en los plazos prefijados para que los suplementos aparecieran mensualmente junto con *Realidad Agraria*. Sólo en dos ocasiones por fuerza mayor no pudieron cumplir con la entrega y su *Hoja* no pudo salir a tiempo (a esto se debe que haya una edición menos de *La Hoja Regional 1* y de *La Hoja Regional 4* que de las número 2 y 3). Asimismo, su estilo de escritura fue mejorando paulatinamente hasta adquirir la agilidad y liviandad propias de un estilo periodístico, que es el que se había definido como el óptimo.

La recolección de informaciones agroeconómicas regionales para el Banco de Datos y el Taller de Coyuntura Agraria del GIA fueron más dificultosas, ya que o no existía esa información estadística o bien los organismos estatales del agro en tiempos de la dictadura militar se cerraban para las ONG rurales por no estar en consonancia con su proyecto societal.

Los comunicadores viajaban mensualmente a informar de su desempeño a una reunión con el equipo central en las oficinas de la institución en la capital. En ella, hacían un informe oral de las actividades del mes: situación de las ONG y organizaciones campesinas de su zona; muchas veces eran portadores de peticiones de parte de ellas a la institución o a la revista. Ese mismo "informe de terreno", en forma más concisa, lo entregaban por escrito.

Los comunicadores regionales tuvieron una excelente acogida en el medio agrario "alternativo" de las regiones, vale decir, en las ONG rurales y en las organizaciones campesinas cooperativas, sindicales y asociaciones gremiales. Tras entender su misión y valorar que fueran profesionales de nuestra institución (ésta había alcanzado un cierto prestigio debido a sus investigaciones de la realidad rural), eran considerada "el GIA en regiones", pese a que la intención inicial de la institución justamente era evitar esto por la responsabilidad que implicaba para un profesional joven, recién titulado o egresado de su carrera agraria y recién llegado a la institución, sin tener un desempeño en la sede que les diera una mayor confianza de cómo actuar en esa función. Pero ello fue inevitable.

Los comunicadores eran invitados permanentemente a encuentros, jornadas, foros, congresos y muchas veces, no sólo a participar como observadores, sino también como expositores de temas de su especialidad. Cumplieron, en este sentido, cabalmente el objetivo de "agitar el debate agrario regional".

Más aún, les solicitaban una actividad no programada en nuestro proyecto: brindar asesoría técnica para el diseño, puesta en marcha o mejoramiento de proyectos agroproductivos o

agroeconómicos, según su especialidad. También les solicitaban participar en investigaciones de las ONG regionales o de las organizaciones campesinas.

Evaluación interna

Por su parte, los comunicadores regionales se sentían satisfechos del grado de reconocimiento alcanzado por sus funciones en la zona. Les gustaban ambas funciones: la de invitados en calidad de expertos a distintos eventos regionales o investigaciones, así como la de "reporteros" de las actividades que se realizaban. A medida que corría el tiempo, aumentaban las demandas para su función reporteril: todos querían dar a conocer sus actividades en nuestras publicaciones.

Estos problemas se relacionaban con la no resuelta discusión de si el comunicador regional debía ser un "GIA regional" o sólo un "Realidad Agraria regional". En la práctica fueron las dos cosas. Pero en los informes oficiales institucionales se reconocía sólo este último perfil quedando el primero en una "tierra de nadie".

Los comunicadores valoraron su desempeño señalando que tras su presencia de tres años en la zona, se subsanaron problemas que existían a su llegada:

- * Entregar una visión *real* de lo que acontece en la región y no solamente lo que querían declarar los dirigentes o técnicos al periodista-comunicador de terreno, que iba "de paso" a la zona.
- * Ganarse la confianza de dirigentes y técnicos regionales hacia nuestras publicaciones y hacia nuestra institución.
- * Contribuir a un mejor conocimiento entre las instituciones u organizaciones de la zona, potenciando indirectamente una mayor coordinación entre ellas que la nula existente.

Sentían, sin embargo, que la institución no valoraba en su justa medida su papel en la provincia. Pensaban que la dirección del GIA desaprovechaba sus potencialidades, no dándoles suficiente respaldo o formalidad a las actividades para las cuales eran requeridos como profesionales de la institución.

Coincidió con estas apreciaciones de los comunicadores. Muchas de sus acciones escapaban a los objetivos del Área de Comunicaciones y hubieran sido útiles a la institución en su conjunto.

LA HOJA REGIONAL

Suplemento de REALIDAD AGRARIA para la Tercera, Cuarta, Quinta y Región Metropolitana. Dirección: Lidia Baltra M. Representante Legal: Cecilia Leiva. Corresponsal: Mario Lande. Imprenta: GIA, Ricardo Matte Pérez 459, Santiago.

Año VI - N° 59 - Febrero-marzo de 1991

Talagante: INAUGURAN JARDIN INFANTIL



Un Jardín de Temporales de entre 2 y 12 años estuvo de tener a su cargo el Jardín de Niños "El Bosque" en Talagante, recreación y alimentación adecuada mediante sus medidas educativas.

El Jardín de Niños "El Bosque" en Talagante, que fue inaugurado el día 17 de febrero, es el resultado de un estudio realizado por la Comisión de Talagante, que se reunió en el mes de agosto de 1989 para estudiar las necesidades de este sector. El Jardín de Niños "El Bosque" es el resultado de un estudio realizado por la Comisión de Talagante, que se reunió en el mes de agosto de 1989 para estudiar las necesidades de este sector.

El Jardín de Niños "El Bosque" en Talagante, que fue inaugurado el día 17 de febrero, es el resultado de un estudio realizado por la Comisión de Talagante, que se reunió en el mes de agosto de 1989 para estudiar las necesidades de este sector.

PROPUESTA GIA PARA TRABAJADORES DE TEMPORADA

Políticamente GIA denuncia situación irregular que afecta a los trabajadores hortícolas de temporada del país de entre la Tercera y Séptima Regiones.

Preocupación por los problemas que afectan a los cerca de 300 mil trabajadores de temporada que laboran en la horticultura. La mayoría del Grupo de Investigaciones Agrarias (GIA).

El Estado - a juicio de GIA - debería emprender un efectivo programa de fomento y desarrollo de las empresas para hacer cumplir la legislación laboral y sanitaria.

PEQUEÑOS AGRICULTORES PUEDEN RECUPERAR EL IVA

Los pequeños agricultores pueden recuperar el IVA de los insumos que utilizan para la producción de sus productos. El estudio de la Comisión de Talagante muestra que los pequeños agricultores pueden recuperar el IVA de los insumos que utilizan para la producción de sus productos.

LA HOJA REGIONAL

Suplemento de REALIDAD AGRARIA para la Región Metropolitana, Sexta y Séptima Regiones (Santiago a Curicó). Dirección: Lidia Baltra M. Representante Legal: Cecilia Leiva. Corresponsal: Enrique Fuentes. Imprenta: GIA, (Grupo de Investigaciones Agrarias), Ricardo Matte Pérez 459, Santiago.

Año V - N° 56 - Noviembre de 1990

HOMENAJE A HERNAN MERY

Son muchos los esfuerzos por vivir la memoria del fundador de la Corporación de la Tierra Agraria (CTA), asesinado a los 30 años, mientras cumplía la ley en la Unidad Prisionaria de O'Higgins. Su legado es el espíritu de lucha y la búsqueda de justicia social.

POSTULACIONES AL SUBSIDIO HABITACIONAL RURAL

Para el 17 de octubre ha pasado el plazo para solicitar el subsidio habitacional rural. Los interesados deben presentar un expediente con los requisitos establecidos en el artículo 11 de la Ley N° 17.112.

COYUNTURAS REGIONALES

El estudio de coyunturas regionales para el año 1991 muestra que las principales amenazas para el desarrollo agrícola son la sequía y la baja productividad.

Colchagua: AGUINALDO NAVIDEÑO DEMANDAN CAMPESINOS

La Federación "Progreso Agrícola" que preside Rogelio Rodríguez, exige a los funcionarios de la Intendencia de Colchagua el pago del aguinaldo navideño a los campesinos.

LA HOJA REGIONAL

Suplemento de Realidad Agraria para la Séptima y Octava Regiones (Talca a Los Angeles). Dirección: Lidia Baltra M. Representante Legal: Cecilia Leiva. Corresponsal: Mario Lande. Imprenta: GIA, Ricardo Matte Pérez 459, Santiago.

Año VI - N° 61 - Mayo - Junio 1991

Concepción: PROBLEMAS PARA SINDICALIZARSE TIENEN TRABAJADORES FORESTALES

Confederación de Trabajadores Forestales (CTF) denuncia "obstrucción permanente" que impide al trabajador organizarse.

El problema principal de los trabajadores forestales en Concepción es la falta de sindicalización. La CTF denuncia que los empleadores utilizan diversos métodos para impedir que los trabajadores se organicen.

Concepción: HAY QUE APOYAR AL MOVIMIENTO COOPERATIVO

No más del 1 por ciento de los productores de la región están organizados en cooperativas.

El estudio de la Comisión de Talagante muestra que los pequeños agricultores pueden recuperar el IVA de los insumos que utilizan para la producción de sus productos.

LA HOJA REGIONAL

Suplemento de Realidad Agraria para la Novena, Décima y Undécima Regiones (Angol a Coyhaique). Dirección: Lidia Baltra. Representante Legal: Cecilia Leiva. Corresponsales: Claudio Noyah y Natalia Paillín. Imprenta: GIA, Ricardo Matte Pérez 459, Santiago.

Año VI - N° 62 - Junio-Julio 1991

Quinquén: ORGANIZACIONES MAPUCHES CONTINUAN DEFENSA DE PEHUECHOS

Visita a Santiago a conversar con autoridades de diversos ámbitos.

Las organizaciones mapuches continúan defendiendo sus derechos territoriales en la zona de Peñuelas. El estudio de la Comisión de Talagante muestra que los pequeños agricultores pueden recuperar el IVA de los insumos que utilizan para la producción de sus productos.

CON LA LABOR INFORMATICA CUMPLIDA, DECIMOS: "¡HASTA SIEMPRE!!"

Este es el último número de La Hoja Regional en esta etapa. El estudio de la Comisión de Talagante muestra que los pequeños agricultores pueden recuperar el IVA de los insumos que utilizan para la producción de sus productos.

ONGS RURALES SALUDAN A DIRIGENTES CAMPESINOS

La Confederación de Agricultores Campesinos (CAC) saluda a los dirigentes de la Federación "Progreso Agrícola".

DESPIERTO Y FUERTE ESTADISTICO

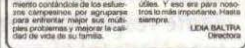
El estudio de la Comisión de Talagante muestra que los pequeños agricultores pueden recuperar el IVA de los insumos que utilizan para la producción de sus productos.

Chillán: AGRONOMO RODRIGO GARCIA DIRIGE INDAP REGIONAL

Durante ocho años se estableció en Chile agrario a presidente del Grupo de Investigaciones Agrarias GIA.

Gestiona Instalación Centro de Desarrollo Indígena

La construcción de un centro de desarrollo indígena en la zona de Peñuelas. El estudio de la Comisión de Talagante muestra que los pequeños agricultores pueden recuperar el IVA de los insumos que utilizan para la producción de sus productos.



Manuel Olivares, Raúl Ballesteros, Carlos Vial, Oscar Schmidt, Oscar Velasco y el ministro subrogante de Agricultura.

El problema de la CPT, Campesinos Pasa a ser de la Comisión de Talagante.

El estudio de la Comisión de Talagante muestra que los pequeños agricultores pueden recuperar el IVA de los insumos que utilizan para la producción de sus productos.

Manuel Olivares, Raúl Ballesteros, Carlos Vial, Oscar Schmidt, Oscar Velasco y el ministro subrogante de Agricultura.

El estudio de la Comisión de Talagante muestra que los pequeños agricultores pueden recuperar el IVA de los insumos que utilizan para la producción de sus productos.

Manuel Olivares, Raúl Ballesteros, Carlos Vial, Oscar Schmidt, Oscar Velasco y el ministro subrogante de Agricultura.

El estudio de la Comisión de Talagante muestra que los pequeños agricultores pueden recuperar el IVA de los insumos que utilizan para la producción de sus productos.

La nueva evaluación tuvo la modalidad de una investigación social. El equipo de comunicadores regionales se puso a las órdenes de un investigador de otra área de la institución, el sociólogo Manuel Canales, entonces candidato al doctorado en Comunicación de la Universidad Complutense de Madrid, hoy graduado. Se comenzó a fines de 1984, es decir, casi con la puesta en marcha del nuevo proyecto de comunicación rural regionalizado, comenzando por el diseño de una encuesta y un muestreo de los lectores.

Sus objetivos eran averiguar:

- * Si el lenguaje empleado en *Realidad Agraria* y *Hojas Regionales*, era o no comprensible para el público destinatario (legibilidad).
- * Si el mensaje que ellos transmiten es comprendido y adoptado o rechazado por los lectores para su propia interpretación de la realidad agraria.

Metodología

La labor comenzó con una comprobación de aspectos administrativos formales, como distribución y recepción del material. Al fin y al cabo, el primer requisito a cumplir en un proceso comunicativo es que el mensaje llegue físicamente al destinatario. Los comunicadores efectuaron 125 encuestas a técnicos y dirigentes de instituciones y organizaciones campesinas, en las que cerca de un 70 por ciento calificó la recepción de "buena" y sólo un 20 por ciento "con problemas". Las encuestas fueron preparadas y tabuladas para el computador por el Dr. Mario J. López, con estudios en informática en Inglaterra.

Esta tarea de "comunicación cara a cara", al hacer las encuestas, sirvió también para que los comunicadores conocieran personalmente a parte de los usuarios, pudieran corregirse las listas con los nombres, direcciones y hasta vías de distribución correctos. Secundariamente se utilizó para que apreciaran subjetivamente su interés por las publicaciones.

Respecto de *Realidad Agraria*, un 47 por ciento la encontró "buena", sin objeciones, contra un 26 por ciento que la calificó de "buena, pero con algunas sugerencias para mejorarla". En cuanto a las *Hojas Regionales*, como recién empezaron a circular en noviembre de 1984 y tuvieron dificultades para un despacho eficiente a cuatro zonas geográficas distintas, sólo la mitad de los encuestados declaró conocerlas. De ellos, un tercio (33 por ciento) las encontró "buenas" y casi otro tercio (27 por ciento) "buenas con algunas sugerencias para mejorarlas".

La segunda parte del trabajo consistió en 15 entrevistas abiertas y en profundidad efectuadas por Manuel Canales, sobre una muestra seleccionada del universo de lectores. Ellas se orientaban a identificar las posiciones con que los distintos tipos de lectores enfrentan y asumen los contenidos y formas de los mensajes que la revista está entregando. En otras palabras, se trató de

identificar y evaluar grados y modos de "legibilidad" de la revista para sus lectores. Se entiende por "legibilidad" la cercanía de los códigos lingüísticos, pragmáticos e ideológicos entre el emisor y el receptor del texto. (Traducción: el medio es "legible" si los códigos de lenguaje empleados son compartidos por el destinatario, si éste acepta que el editor le envíe los mensajes y la correspondencia entre la temática de la revista y los intereses de lectura del destinatario).

Conclusiones

Las entrevistas en profundidad se efectuaron por lo menos seis meses después de las primeras encuestas sobre distribución (verano de 1986) y el análisis global del estudio (Notas 6) arrojó los siguientes resultados:

- a) Visión que los lectores tienen de *Realidad Agraria*, aspectos positivos:
- * *Medio de comunicación de alcance nacional*: al técnico agrícola lo hace parte de una línea de trabajo que involucra a otros congéneres en otras instituciones y en otros lugares geográficos. Y al dirigente campesino le produce un "efecto país" al encontrar informaciones del movimiento campesino -del que se siente parte- y de la situación agraria en otros lugares, no visibles desde lo local, sin descuidar, sin embargo, los procesos regionales.
 - * *Veraz y realista* ("la voz de la verdad") en relación a los medios de comunicación masiva en general (prensa, radio, televisión) y especializados ("Revista del Campo" del Mercurio y "Nuestra Tierra" del Ministerio de Agricultura).
 - * *Opositora y pluralista*: se la ubica como un medio opositor al régimen militar y como pluralista en la selección de informantes y en las proposiciones de opinión. Trabaja el tema agrario desde una perspectiva amplia que integra dimensiones económicas, técnicas y políticas. Su aproximación a lo "político" se evalúa como "profesional" y ponderada.
 - * *Recoge la realidad campesina*: coincide con sus lectores en una aproximación a la realidad agraria desde la óptica campesina, a diferencia de otros medios especializados que se abocan a la realidad de los empresarios agrícolas.
 - * *Instrumento de trabajo*: objeto útil en el trabajo diario de técnicos y dirigentes, en tanto trae (o debería traer) información y orientación propias del trabajo de dirigentes o técnicos.

Entre los aspectos negativos, surgió uno muy importante:

- * *Sus lectores no se reconocen como tales*: tanto técnicos agrícolas como dirigentes campesinos evalúan la revista en cuanto a su adecuación a los intereses y competencia de lectura del campesino de base ("temas muy elevados") para quien la estiman destinada.

No se reconocen ellos mismos como destinatarios de ella. Por esto sus críticas remiten a incorporar temas de mayor utilidad, interés y facilidad de lectura para el campesino.

- b) Otra dimensión del estudio se refería a confrontar los contenidos de *Realidad Agraria* con los temas que interesan a sus lectores. Y cómo estos reciben la opinión que entrega.
- * Los temas de la revista coinciden en lo sustantivo con las interrogantes que se plantean sus lectores: la nueva realidad del agro y los nuevos desafíos (nuevos actores en el campo, nuevos estilos de desarrollo, nuevos desafíos de la organización y de la asistencia técnica).
 - * *Hay respuestas pendientes a las interrogantes hoy comunes que plantea la revista y que se hacen también sus lectores: cómo articular mañana intereses campesinos y nacionales, dados los cambios que se han producido en este último tiempo (postrimerías de la dictadura militar). Se plantea como difícil encrucijada para la revista cuando haya que cristalizar respuestas y haya que escoger opciones determinadas.*

El resultado de esta evaluación (versión completa en Anexo 2) realizada -como decíamos- durante dos años de encuestas, entrevistas y conversaciones grupales con los destinatarios y a cargo de un especialista externo al proyecto, nos provocó encontradas reacciones: de satisfacción por la alta estimación de nuestras publicaciones por parte de sus lectores, especialmente en lo que se refiere al tema de *veracidad y credibilidad*; y de honda preocupación, por el hecho de que nuestros destinatarios no se sintieran tales, en suma, que aún no lográramos comunicarnos con él.

Una falla grave en un proceso de comunicación que seguramente es muy común, pero no siempre queda tan en evidencia tras un estudio serio como el que se había hecho. ¿Cómo podíamos estar aún tan lejos de comunicarnos con nuestros lectores? ¿Conocíamos poco a uno de ellos... o a los dos? ¿Era su dualidad -dirigentes campesinos y técnicos agrícolas- lo que dificultaba esta tarea? ¿Era imposible solucionar esa dualidad satisfactoriamente?

Capítulo 7

Quinta Evaluación: EL SESGO POLITICO

A fines de 1985, cuando aún no se repite los resultados de aquella evaluación a cargo del Dr. Cumbre, la revista perteneciente al tiempo que nuestra evaluación de revistas publicaciones y apo de sus asesores chilenos, el ingeniero agrónomo Alejandro Quiro. Los resultados de su trabajo los entregó en el mes de 1987.

El informe final establece que el objetivo de esta evaluación fue medir el nivel cumplimiento de los objetivos que se propuso el proyecto en el convenio aprobado conjuntamente por la fuente financiera externa, y planear recomendaciones para la definición interna del cuerpo editor.

La evaluación se realizó sobre revistas agrarias, sus derivados con temas de debate agrario que se hacen en ese tiempo, *Revista Regional* y *Cuadernillo de Información Agraria* y consultó los datos de la Quinta a la Decena regional. Los más conocidos para los encuestados fueron la prensa y los representantes regionales. Tanto los editores de ONG como los dirigentes campesinos las estimaron buenas, pero si bien los primeros se tienen dificultad de leerlas, se valoraron su el lenguaje más comprensible para el campesino y los más fáciles para otros publicaciones.

El otro cambio más notable respecto propositos y de contenidos fue, al menos respecto la presentación gráfica al inicio de la revista del Ministerio de Agricultura, (Naturaleza Tierra).

El destinatario, otra vez

La evaluación muestra que el destinatario final de las publicaciones es el productor y mediano productor y por esto hay que la presencia de un campo más un intelectual y un gestor de país es difícil, cuando un productor. Algunos que se publican para las revistas entre otros revistas regionales más de otros y algunas que los autores no están necesariamente comprometidos a la calidad. Además, en los productores no se publican. Y que es el lenguaje agrícola la ligadura para "desarrollar un campo de trabajo".

Capítulo 7

Quinta Evaluación: EL SESGO POLITICO

Según se ve, en el informe de evaluación de las revistas agrarias (la revista y el material del que, está en la revista, se ve la distribución de las publicaciones, o periódicos).

El informe de evaluación de las revistas agrarias y sus derivados, muestra que, según que revista, información dada por el representante regional. Y se ve que que no se ha aprovechado para su formación profesional.

Se afirma, finalmente, que se han compuesto parcialmente excluidos, ya que las publicaciones han creado hoy día "mayor conciencia" y los niveles por características, pero que "el grado de utilidad, calidad, comprensión y estado de los temas tratados, está restringido por el nivel del estado de lecturas".

A fines de 1986, -cuando aún no recibía los resultados de nuestra investigación a cargo del Dr. Canales-, la agencia patrocinadora encargó una nueva evaluación de nuestras publicaciones a uno de sus asesores chilenos, el ingeniero agrónomo Alejandro Ayres. Los resultados de su trabajo los entregó en el verano de 1987.

El informe final establece que el objetivo de esta evaluación fue medir el nivel cumplimiento de los objetivos que se propuso el proyecto en el convenio aprobado conjuntamente por la fuente financiera externa, y plantear sugerencias para la reflexión interna del equipo editor.

La evaluación se realizó sobre *Realidad Agraria*, una *Separata* con temas de debate agrario que se hacía en ese tiempo, *Hojas Regionales* y *Cuadernillos de Información Agraria* y consultó lectores de la Quinta a la Décima regiones. Los más conocidos para los encuestados fueron la primera y los suplementos regionales. Tanto los técnicos de ONG como los dirigentes campesinos los estimaron buenos, pero si bien los primeros no tienen dificultad de lectura, los campesinos sí: solicitaron lenguaje más comprensible para el campesino y letra más grande para ambas publicaciones.

Pidieron también más temas técnico-productivos y de orientación legal, así como mejorar la presentación gráfica "al estilo de la revista del Ministerio de Agricultura" ("Nuestra Tierra").

El destinatario, otra vez

El evaluador asume que el destinatario final de las publicaciones es "el pequeño y mediano productor" y por esto hace suya la petición de los campesinos: un lenguaje menos intelectual y un glosario de palabras difíciles, cuando sea pertinente. Afirma que "la publicación parece más atractiva para estratos culturales más elevados" y sugiere que "los emisores no están suficientemente compenetrados de la realidad cotidiana de los receptores de la publicación". Y que es el lenguaje utilizado la limitante para "alcanzar un mayor universo de lectores".

Sugiere además, un comité editor conformado por dirigentes campesinos ("a imagen y semejanza del que existía en la revista *Haciendo Camino*") para su mayor participación en la elaboración de las publicaciones, repitiéndose de este modo la sugerencia de Puyol y De Roux.

El informe destaca que no más del 10 por ciento de los encuestados dijo conocer a los comunicadores regionales y entre éstos, que no entendían bien su rol, salvo que recogían informaciones para el suplemento regional. Y se comenta que no se ha aprovechado bien su formación profesional.

Se afirma, finalmente, que se han cumplido parcialmente los contenidos, ya que las publicaciones han estado llegando "mayoritariamente a los usuarios pre-establecidos", pero que "el grado de utilidad práctica, comprensión e interés de los temas tratados, está restringido a un sector del estrato de lectores".

Un ingrediente nuevo

Esta estudio causó conmoción en el equipo y en la institución por cuanto por primera vez se realizaba, exageradamente pensábamos, el factor político en un contexto nacional no apto para ello. La evaluación política surgió inevitablemente según los evaluadores, por cuanto los encuestados mismos lo habrían planteado "dados los tiempos que se vivían en el país".

En efecto, se dice que tanto el GIA como la revista son de tendencia izquierdizante, lo que "limita la difusión y alcance de las publicaciones por el temor de parte de los usuarios de ser 'pillados' portando dichas publicaciones y por la no identificación de parte importante de los lectores con una izquierda extremada".

Lamentaba el informe que *Realidad Agraria* constantemente tiene un tono de denuncia, que jamás reconoce ningún logro al gobierno militar y que se le da preferencia como fuente informativa o de aparición en sus páginas, a las organizaciones campesinas de la misma tendencia y las de otras, apenas aparecerían. También se la acusa de promover "cambios globales para la sociedad" y de "cerrarse en cierta forma a los cambios parciales y paulatinos, que son de carácter más particular y por tanto atañen más directamente al destinatario previsto (pequeños y medianos agricultores)".

Aunque esta evaluación nos pareció sesgada, recogimos algunas buenas sugerencias -reforzadas por otras fuentes- como por ejemplo, poner en marcha un comité editor conformado con representantes de los destinatarios y agregar un glosario de palabras técnicas a la sección Momento Agrícola cuando fuere necesario.

El evaluador afirma que el destinatario más de las publicaciones es "el pequeño y medio productor" y por tanto hace falta la práctica de los campesinos en lenguaje menos intelectual y un glosario de palabras técnicas, cuando sea pertinente. Añade que la publicación parece más atractiva para quienes estudian las ciencias y agrarias que los campesinos que están interesados en la actividad cotidiana de los productores de la producción. Y que es el lenguaje utilizado la limitante para alcanzar un mayor número de lectores.

Sugiere además un comité editor conformado por dirigentes campesinos (a imagen y semejanza del que existe en la revista *Veinte y Cuatro*) para su mayor participación en la elaboración de las publicaciones, requiriéndose de este modo la capacitación de Pujos y De Rosa.

El informe destaca que no más del 10 por ciento de los campesinos que trabajan en los comités regionales y en los centros de los usuarios que recogen información para el suplemento regional. Y se comenta que no se ha aprovechado bien la formación profesional.

Se afirma, finalmente, que se han cambiado parcialmente los contenidos, ya que las publicaciones han estado dirigidas "mayoritariamente a los usuarios pre-empleados", pero que "el grado de utilidad práctica, comprensión e interés de los temas tratados, está restringido a un sector del estrato de lectores".

Simultáneamente con esta evaluación sobre el papel de la acción publicitaria había solicitado un análisis de contenido de las publicaciones e investigadores expertos en comunicaciones de CEMELA (Comunicación y Educación para el Desarrollo, Giselle Mesinger). En opinión era importante evaluar, no sólo la calidad de un haber, sino también su presencia en Chile, de modo que se pudiese medir la efectividad respecto a la acción.

La profesora, para dar inicio a la investigación de los materiales, se "preocupó" por definir "tipologías" generacionales que al primer momento de la lectura del mensaje se proyecta. Además los criterios de investigación práctica, reflexivos y por valores, destacando que "en primer lugar, que los dibujos, sea "de buen nivel", simples y atractivos", sólo se muestra ejemplos de fotografías que "describen a grandes rasgos el contenido" (en realidad no se muestra, desafortunadamente, como se ve en la revista plenamente educativa, intención que resulta fundamentalmente a través de imágenes más universales). Faltó una del lenguaje, además la "estructura" de los mensajes, abandonando el espacio "luzido", considerando que "la construcción tipográfica selectiva de imágenes en el sentido de repeticiones aceleradas y reforzantes de los ideas" (como el caso de la muestra) puede ser el modo de permitir al lector de "clarificar" y "reflexionar" el texto.

Entre sus conclusiones se ve:

- "Resulta lo importante de la educación en todos los niveles, de reforzar la acción de la escuela y sobre particularmente".
- "Se refuerza a la participación y a la "capacitación" (desarrollando un "mensaje" para permitir para los cambios".
- "Se refuerza una importante fundamentación de la lectura infantil desde el punto de vista de la poesía (que se ha hecho a través del que habíamos en el momento de la publicación). Esto puede ser una muestra de un tratamiento de la vida cotidiana como lo que aparece el trabajo y los algunos métodos de enseñanza de la vida cotidiana".
- "Se refuerza una importante fundamentación de la lectura infantil desde el punto de vista de la poesía (que se ha hecho a través del que habíamos en el momento de la publicación). Esto puede ser una muestra de un tratamiento de la vida cotidiana como lo que aparece el trabajo y los algunos métodos de enseñanza de la vida cotidiana".
- "Se refuerza una importante fundamentación de la lectura infantil desde el punto de vista de la poesía (que se ha hecho a través del que habíamos en el momento de la publicación). Esto puede ser una muestra de un tratamiento de la vida cotidiana como lo que aparece el trabajo y los algunos métodos de enseñanza de la vida cotidiana".
- "Se refuerza una importante fundamentación de la lectura infantil desde el punto de vista de la poesía (que se ha hecho a través del que habíamos en el momento de la publicación). Esto puede ser una muestra de un tratamiento de la vida cotidiana como lo que aparece el trabajo y los algunos métodos de enseñanza de la vida cotidiana".

Capítulo 8

Sexta Evaluación:

"ESFUERZO

SIGNIFICATIVO Y DISTINTO"

Es decir, un esfuerzo que se lo juzga desde una "perspectiva" de la vida.

La "Sexta Evaluación" de una "perspectiva" de la vida y de la acción de la vida con la intención de "de la vida" (que se ha hecho a través del que habíamos en el momento de la publicación). Esto puede ser una muestra de un tratamiento de la vida cotidiana como lo que aparece el trabajo y los algunos métodos de enseñanza de la vida cotidiana.

Simultáneamente con esta evaluación sobre recepción, la agencia patrocinadora había solicitado un análisis de contenido de las publicaciones a la socióloga experta en comunicaciones de CENECA (Comunicación y Cultura para el Desarrollo), Giselle Munizaga. Su opinión era importante además, por cuanto es autora de un trabajo sobre prensa campesina en Chile, de modo que conocía todo lo hecho al respecto hasta el momento.

La profesional partió también de la base que los destinatarios son "pequeños y medianos agricultores" (información que al parecer obtuvo de la lectura del convenio-proyecto). Advierte los cambios de presentación gráfica realizados y los valora, estimando que la diagramación, títulos, dibujos, son "de buen nivel, simples y atractivos"; sólo le merecen reparos las fotografías que "adolecen a menudo de indefinición". En cuanto a su esencia, define *Realidad Agraria* como "una revista plenamente educativa, función que realiza fundamentalmente a través de artículos informativos." En el uso del lenguaje, señala la "utilización excesiva de un lenguaje altamente especializado", añadiendo que "la construcción lingüística adolece de reiteración en el sentido de repeticiones aclaratorias y reforzantes de las ideas". (Esto último es, a nuestro juicio, un elemento positivo si se trata de aclarar conceptos al lector).

Entre sus conclusiones dice:

- "Resalta la importancia de lo educativo en todos los contenidos. Se refuerza la necesidad de conocer y saber para transformar"
- "Se estimula a la participación y a la organización, conformando un "nosotros" indispensable para los cambios.
- "Se rescata una importancia fundamental de la revista mirada desde el punto de vista de la prensa campesina histórica tradicional, que había estado centrada básicamente en lo político. Esta publicación rescata otros ámbitos de la vida campesina como lo productivo, el trabajo y en alguna medida, aspectos de la vida cotidiana.
- "Se valoriza como positivo el refuerzo con caricaturas y dibujos que recogen necesidades y aspiraciones de la vida campesina.
- "Notamos la falta de un lenguaje coloquial, narrativo y expresivo que signifique reconocimiento e identidad para el campesino".

Es decir, nuevamente se la juzgaba como una revista destinada al campesino de base.

Respecto de *La Hoja Regional*, Giselle Munizaga dice:

"La "Hoja Regional" es una publicación con apariencia de periódico y de alguna manera, con la función de éste, lo que la hace particularmente interesante. Podemos presumir que puede ser vista por sus lectores como una publicación cercana al universo de los medios de comunicación tradicionalmente establecidos y, por lo tanto, con los atributos informativos de éstos. Posee, además, la ventaja de ser una fuente informativa acerca de la realidad campesina, la cual aparece

escasamente en los diarios masivos. Representa una experiencia de periodismo rural-regional sumamente interesante en vista a una descentralización del sistema de comunicación nacional".

Añade que en ellas "destaca lo informativo por sobre lo educativo, aún cuando la modalidad de sus informaciones no deja de tener un elemento didáctico que se hace presente a través de la forma clara, objetiva y racionalizable de entrega de sus contenidos". Respecto del lenguaje, dice que "utiliza un lenguaje directo; los conceptos utilizados son de uso cotidiano y, por lo tanto, cercanos y de fácil comprensión".

Orientación menos política

Y en las conclusiones generales afirma:

"En general, las diferentes publicaciones cumplen con los objetivos para los cuales fueron concebidas. Su edición presenta grados significativos de dificultad pues aunque sus contenidos son similares deben ser comunicados en diferentes niveles. Nos explicamos, *Realidad Agraria* es una revista informativa didáctica amplia; *La Hoja Regional* tiene una finalidad más periodística directa y concisa; los *Cuadernillos* son más técnicos y especializados, etc. Asimismo sus destinatarios también son heterogéneos, con diferentes roles y funciones y con diferencias culturales regionales.

"Todas estas publicaciones nos indican un esfuerzo significativo de comunicación campesina, distinto de lo que han sido históricamente las publicaciones para el mundo agrario que han tenido una orientación más directamente política."

- Se estimula a la participación y a la organización, conformando un "nosotros" indistinto de conocer y saber para transformar.
- Se resalta una importancia fundamental de la revista mirada desde el punto de vista de la prensa campesina histórica tradicional, que hasta ahora estaba básicamente en el ámbito de la política. Esta publicación resalta otros ámbitos de la vida campesina como lo productivo, el trabajo y en algunos momentos, aspectos de la vida cotidiana.
- Se valoriza como positivo el trabajo con cartones y dibujos que recorren necesidades y aspiraciones de la vida campesina.
- Promovemos la falta de un lenguaje ideológico, narrativo y épico que signifique un movimiento e identidad para el campesino.

Es decir, nuevamente se le juzga como una revista destinada al campesino de base.

Respecto de *La Hoja Regional*, Graciela Aranzaga dice:

"La *Hoja Regional* es una publicación con énfasis de periódicos y de alguna manera con la función de este, lo que la hace particularmente interesante. Podemos pensar que puede ser vista por sus lectores como una publicación cercana al universo de los medios de comunicación tradicionalmente establecidos y por lo tanto, con los atributos informativos de éste. Pero, además, la revista de ser una fuente importante acerca de la realidad campesina, la cual aparece

Hasta ahora, lo más claro para el equipo editor era la necesidad de difundir la voz disidente del agro, dando los primeros pasos en 1981-1983 y a ellas le habíamos la máxima importancia. Proponíamos una política agraria que, entre otras cosas, no abandonara, como la vigente, a los pequeños productores ni al sector de la agricultura familiar. De ahí que era claro para el lector que éramos una revista opositora.

Frente al Modelo seguía cumpliendo función el rol de espacio para el intercambio de experiencias, experiencias e inequidades entre organizaciones campesinas de áreas campesinas, indígenas, cooperativas, promesas y críticas; y entre organismos no gubernamentales (ONG) involucrados al estudio del agro del país, de especial interés campesino.

Desde la partida notábamos visualmente que la complejidad de los temas económicos, sociales y culturales que proponía el CISA, definieron una agenda crítica de la realidad en el mundo campesino de base. En teoría, al menos, se había optado por elegir como destinatarios a sectores intermedios entre nosotros, profesionales-investigadores y los campesinos, que estuvieran efectivamente vinculados y legitimados por ellos: los dirigentes y los líderes.

La producción del material profesional de CISA, en los 80s comprendió un compromiso por nosotros, los periodistas del equipo, que regularíamos siendo como destinatarios principal a los campesinos, como un ser social y crítico. Nos servía también aprender a conocer las distintas etapas de funcionamiento del sector rural campesino, regularidad de los procesos agrícolas, de sus dirigentes en un contexto de desarticulación rural, porque venía desde el inicio de la década, siendo un desafío en los 80s de recuperar, escribir.

A los temas agrícolas, rurales, porque venían desde también en áreas específicamente el ámbito de los círculos gubernamentales del agro, hoy entendiendo la **Capítulo 9** importancia de comprender para comprender el desafío en los 80s de recuperar, escribir.

Nuestra primera publicación en el ámbito agrícola y rural, 1981, tenía un carácter de compromiso de base y a sus dirigentes y líderes por sus roles de se diferenciaba mucho por su calidad también de producción. A él se vinculaba mucho en aspecto de control y crítica lo que expresamos en México y otros países de CISA, tanto a los líderes de base de las organizaciones campesinas, como los involucrados a control y crítica, también, los estudiantes.

AL ENCUENTRO DEL DESTINATARIO

En México, desde el inicio de los 80s, el equipo editor de CISA, tenía un carácter de compromiso de base y a sus dirigentes y líderes por sus roles de se diferenciaba mucho por su calidad también de producción. A él se vinculaba mucho en aspecto de control y crítica lo que expresamos en México y otros países de CISA, tanto a los líderes de base de las organizaciones campesinas, como los involucrados a control y crítica, también, los estudiantes.

En México, desde el inicio de los 80s, el equipo editor de CISA, tenía un carácter de compromiso de base y a sus dirigentes y líderes por sus roles de se diferenciaba mucho por su calidad también de producción. A él se vinculaba mucho en aspecto de control y crítica lo que expresamos en México y otros países de CISA, tanto a los líderes de base de las organizaciones campesinas, como los involucrados a control y crítica, también, los estudiantes.

El resultado de la experiencia de CISA fue el compromiso de base y a sus dirigentes y líderes por sus roles de se diferenciaba mucho por su calidad también de producción. A él se vinculaba mucho en aspecto de control y crítica lo que expresamos en México y otros países de CISA, tanto a los líderes de base de las organizaciones campesinas, como los involucrados a control y crítica, también, los estudiantes.

Hasta ahora, lo más claro para el equipo editor era su característica de difundir la voz disidente del agro, dados los tiempos que se vivían -1982/1985- y a ello le dábamos la máxima importancia. Proponíamos una política agraria que, entre otras cosas, no abandonara, como la vigente, a los pequeños productores ni abusara del trabajador agrícola. De ahí que era claro para el lector que éramos una revista opositora.

Pero el *Noticiero* seguía cumpliendo también su rol de espacio para el intercambio de conocimientos, experiencias e inquietudes entre organizaciones campesinas diversas (cooperativas, sindicatos, asociaciones gremiales y étnicas); y entre organismos no gubernamentales (ONG) dedicados al estudio del agro del país, de apoyo al sector campesino.

Desde la partida habíamos visualizado que la complejidad de los temas económico-sociales y culturales que proponía el GIA, dificultaban una difusión masiva de la publicación en el mundo campesino de base. En teoría, al menos, se había optado por elegir como destinatarios a sectores intermedios entre nuestros profesionales-investigadores y los campesinos, que estuvieran efectivamente vinculados y legitimados por ellos: los dirigentes y los técnicos.

La selección del técnico o profesional de ONG como lector, no fue bien comprendida en un comienzo por nosotros, los periodistas del equipo, que seguíamos viendo como destinatario principal a los campesinos, como un ser total y único. Nos costó también aprender a conocer los distintos tipos de habitantes del sector rural: parceleros, minifundistas, trabajadores agrícolas. A sus dirigentes en un comienzo los conocíamos poco, porque venían recién saliendo de la clandestinidad unos; o surgiendo los de reemplazo, en otros.

A los técnicos agrícolas, menos, porque constituían también un actor prácticamente eliminado de las oficinas gubernamentales del agro. Muy lentamente las ONG rurales empezaron a contratarlos para reemplazar al Estado -en una escala muy menor- en esta labor.

Nuestras primeras publicaciones no estaban dirigidas a ellos, sino principalmente al campesino de base y a sus dirigentes locales (de los cuales no se diferencian mucho por su calidad también de productores). A ello contribuía mucho su aspecto artesanal. Y eso es lo que captaron los técnicos y profesionales de ONG rurales o los dirigentes nacionales de las organizaciones campesinas, que los impulsaban a entregar la revista a sus campesinos de base. Y también, los evaluadores.

Estábamos haciendo una revista distinta a la que nos habíamos propuesto, la cual estaba llegando también en forma confusa a un destinatario también confuso.

Teníamos dos problemas: dos destinatarios (el dirigente campesino y el técnico de ONG) a quienes interpelar, y ahora además -tal vez consecuente del primero- un problema de identidad del lector.

El resultado de la evaluación de Canales fue el campanazo de alerta: nos hizo entender mejor los resultados negativos de las evaluaciones anteriores y ya nos quedó claro que no había

mos conseguido perfilar una publicación para los lectores que habíamos definido de un comienzo.

Debíamos buscar la forma de hacer una publicación distinta, definida para esos destinatarios.

Y a eso nos abocamos firmemente en los siguientes años.

Conocer bien al lector

En primer lugar, decidimos conocer claramente el perfil de los dirigentes nacionales e intermedios de las organizaciones campesinas, y por otra parte, el de los técnicos de ONG. A ello nos ayudó mucho el hecho de que el GIA comenzara un vasto programa de capacitación a técnicos de ONG rurales; durante todo un año sostenía encuentros itinerantes de cuatro días una vez por mes con un grupo de aproximadamente 20 funcionarios de ONG a lo largo del país. Asistimos a estos cursos, conocimos a los alumnos y conversamos con el equipo docente de las temáticas que les ofrecían, así como nos interiorizamos en las evaluaciones que cada uno de estos cursos realizaba al final del período. Incluso dictamos algunos cursillos.

De los estudios de otra área de investigaciones del GIA aprendimos después que los técnicos agrícolas se autoperceben como agentes intermediarios entre los especialistas en la planificación del agro y los campesinos. Definen su rol de acuerdo a su habilidad para comunicarse: su acceso a determinada información y recursos, y por su responsabilidad en la selección y transmisión de aquella, según lo que entienden como problemas prioritarios de los campesinos.

El técnico agrícola es un agente básico para la difusión e implementación en terreno de la información y las diversas propuestas y programas de desarrollo rural. Su trabajo constante junto al campesino lo coloca en una posición privilegiada para detectar sus demandas y aprender los códigos para comunicarse efectivamente con ellos. Cómo reciban estos técnicos las propuestas de los "cascos blancos" (o profesionales universitarios), la veracidad de los diagnósticos, la utilidad y factibilidad de las alternativas que se plantean para apoyar el trabajo del campesino, constituyen un elemento esencial para prever el éxito o fracaso de un programa de apoyo a pequeños productores.

Del mismo modo, el contacto con los dirigentes nacionales y regionales de las confederaciones sindicales, cooperativas y las nacientes asociaciones gremiales, que cada vez tomaban mayor fuerza; la asistencia a sus encuentros; la lectura de sus documentos; las entrevistas y notas informativas que realizábamos con ellos, nos hicieron conocerlos mejor en cuanto a sus intereses y su lenguaje.

Este líder primero natural que luego se transforma en formal, es el procesador de las aspiraciones del campesino y su familia y representante de sus intereses frente a instancias locales, regionales o nacionales que puedan darles satisfacción. Está legitimado por sus bases cuando es elegido democráticamente por ellos.

Escribir y diseñar en consecuencia

Contrariamente a lo que se nos había sugerido en alguna de las evaluaciones anteriores, decidimos *eleva*r el tono del *Noticiero*, tanto en temática como en lenguaje y acentuar su diferencia con *Las Hojas Regionales*.

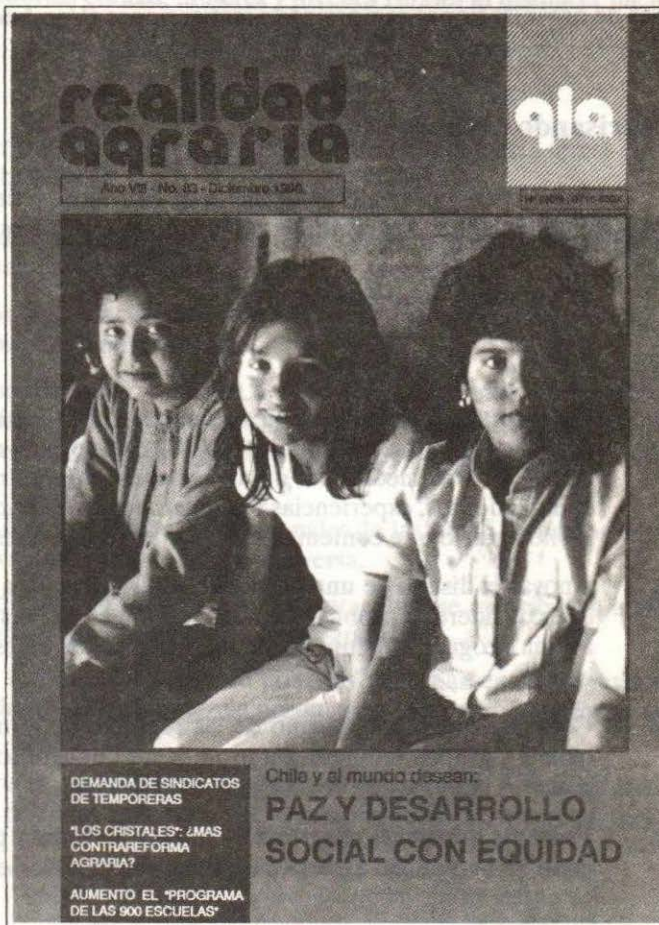
La revista mejoró su diseño y diagramación, así como su impresión, aun cuando esta última continuó haciéndose en la pequeña Ricoh Offset. Con el diseñador gráfico Osvaldo Aguiló arribamos a una diagramación sobria, sencilla y de limpia presentación, eliminándose titulares manuscritos o superpuestos a las fotos. La lectura se hizo así más fácil. Se le dio preminencia a las fotografías sobre los dibujos, ya que los lectores habían marcado su preferencia por éstas.

También elevamos el nivel de los temas. Se eliminaron aquellos de recetas culinarias o recetas sencillas de salud o higiene ambiental, trasladándose a las *Hojas Regionales*. Se incorporó la sección "Debate agrario" que se inició con un diagnóstico de la realidad rural a raíz de la crisis socio económica que vivía el país desde 1982 y de allí continuaron las diversas proposiciones sobre un proyecto de desarrollo agrario alternativo que permitiera a la agricultura chilena volver a proporcionar alimentos para todos los chilenos. Se ofrecía también un resumen de la investigación del GIA "Trayectoria del campesinado chileno" o historia del movimiento campesino.

Cambios en la distribución

Aumentamos el número de *Hoja Regional*, pero al mismo tiempo disminuimos aquél de *Realidad Agraria*, de 2.500 ejemplares que estábamos tirando en 1986, a 1.500. Esto ocurrió a partir del número 46 de la revista, correspondiente a febrero-marzo de 1987. Simultáneamente enviamos a cada destinatario de nuestra lista de despacho una circular donde se les informaba:

- * Que estaban recibiendo menos revistas por cuanto éstas estaban destinadas únicamente a los técnicos y profesionales de su ONG, o a los dirigentes de nivel regional o nacional de su organización.



- * Que en cambio le aumentaríamos el número de *Hojas Regionales*, ya que éstas si estaban destinadas a los campesinos con que ellos trabajan. Es decir, estos suplementos ya no sólo podrían aficharlo en la sede, sino también entregarlos mano a mano al campesino de base.

La idea era continuar disminuyendo paulatinamente el tiraje de la revista hasta llegar a 1.000 ejemplares, cantidad estimada suficiente para esos lectores. Paralelamente se iría aumentando el tiraje y calidad de las *Hojas*, cuyo tiraje era diverso, de acuerdo a la cantidad de organizaciones campesinas u ONG de cada zona de comunicador. Pensábamos llegar a un mínimo de 1.600 ejemplares por cada *Hoja*.

Como *La Hoja Regional* era el medio del cual teníamos menos información, por su aparición más reciente y porque las encuestas últimas no habían dado bien cuenta de ellas, a fin de adecuarlas mejor a las necesidades de sus destinatarios, enviamos a todos los usuarios una breve encuesta pidiéndoles su opinión acerca de qué temas estimaban más apropiados para desarrollar en ellas. Se recibió apenas un 10 por ciento de respuestas, pero la casi totalidad se manifestó de acuerdo con el tipo de informaciones que estábamos entregando en ellas: actividades y experiencias de organizaciones campesinas e instituciones (Ver Anexos 3 y 4).

Precisando objetivos

Por último y para clarificar mejor la situación, redefinimos bajo los nuevos parámetros y perfilamiento de la revista y de sus suplementos regionales, los objetivos de ambos medios:

Objetivos de Realidad Agraria:

Generales:

1. Crear un espacio de comunicación alternativo destinado a técnicos y profesionales de organismos no gubernamentales (ONG) de apoyo al campesinado y a dirigentes de nivel nacional e intermedio de organizaciones campesinas, que permita el intercambio de conocimientos, experiencias e inquietudes entre unos y otros, tras la búsqueda de un desarrollo agrario que contemple realmente los intereses y necesidades del campesino.
2. Apoyar el diseño de una propuesta alternativa para el agro para el mediano y largo plazo, que considere la problemática campesina en la perspectiva de que sea el campesino quien asuma progresivamente un papel protagónico en este proyecto, a través de sus organizaciones.
3. Contribuir al protagonismo de las regiones apoyando las iniciativas locales de organizaciones y grupos tendientes a promover el debate sobre la situación agraria nacional y regional, y la búsqueda de alternativas específicas.
4. Entregar información agraria de interés nacional y permanente, que permita a sus lectores conocer la realidad agraria para saber desenvolverse mejor en ella.

Específicos:

1. Promover y facilitar el intercambio de experiencias, logros y dificultades entre instituciones de apoyo y organizaciones campesinas del país.
2. Dar a conocer diagnósticos y estudios sobre diversos aspectos de la realidad agraria y proponer alternativas socioeconómicas viables para el campesino en la etapa actual.
3. Promover la formación de organizaciones campesinas, contribuir a fortalecer las existentes e impulsar las iniciativas unitarias que surjan de ellas.
4. Proporcionar información de utilidad inmediata para mejorar la calidad de vida del campesino y su familia.
5. Fomentar su autoestima, valores, cultura y espíritu crítico.
6. Contribuir, a través del apoyo mediante material técnico y metodológico, a un mejor desempeño de técnicos y dirigentes campesinos.
7. Apoyar la incorporación de minorías étnicas, mujeres y jóvenes rurales al quehacer nacional.

Metas:

En concreto, se trata de ofrecer información y orientación sobre los siguientes temas equivalentes a "secciones" dentro de la publicación:

- * *Políticas agrarias:* impacto de la actual en el desempeño del campesino y en la alimentación del chileno y presentación de proyectos alternativos para mediano y largo plazo.
- * *Organizaciones:* información sobre actividades de sindicatos, cooperativas, asociaciones gremiales, étnicas, de mujeres y de jóvenes.
- * *Actualidad y Editorial:* temas de interés nacional coyuntural, relacionado con derechos humanos, políticas gubernamentales en materia agraria y de necesidades básicas, políticas laborales, respeto y conservación de recursos naturales, pesca artesanal, educación cívica, etc.
- * *Técnicos y Campesinos:* rol de los técnicos y profesionales de las ONG versus las organizaciones campesinas y los campesinos de base y viceversa.
- * *Aprendiendo juntos:* metodologías de trabajo o de capacitación que contribuyan a mejorar la labor del técnico con los beneficiarios de sus programas.
- * *Momento agrícola:* análisis agroeconómico sobre políticas gubernamentales y tendencias del mercado respecto de los distintos rubros productivos, desde la perspectiva del pequeño productor.
- * *Internacional:* noticias sobre el quehacer rural latinoamericano y del Tercer Mundo, respecto del impacto de las políticas agrarias sobre el campesino y los avances en materia de desarrollo rural.

- * *Noticias*: anuncios de última hora (cerca al "cierre" de la edición), de interés por su temática, como: seminarios, conclusiones de congresos o jornadas, plataformas reivindicativas de organizaciones, etc.
- * *Nuestra cultura*: expresiones de la cultura campesina y de grupos étnicos (mapuches, aymara), como poemas, versos, cantos, leyendas, cuentos, testimonios de vida, etc.
- * *Re-visión del campo*: difusión de resultados de investigaciones de ONG u organismos internacionales agrarios.
- * *Debate agrario*: reflexiones sobre política agraria del mañana y regionalización, emanadas de ponencias de seminarios o entrevistas en profundidad a expertos.
- * *Experiencias*: ofrecer testimonios de experiencias de terreno realizadas entre ONG y comunidades campesinas con resultados positivos y reproducibles en otros lugares.
- * *Para leer y contar*: reseña de publicaciones tales como textos, documentos de trabajo, cartillas, folletos o boletines de ONG u OC que den cuenta de sus objetivos y actividades y conozcan o entreguen conocimientos relacionados con los objetivos señalados.
- * *De su puño y letra*: cartas de los lectores donde manifiestan su opinión respecto de los contenidos o forma de la publicación o soliciten ser incluidos en lista de distribución.
- * *Humor*: personaje campesino de historieta ("Juancho") y su vida cotidiana matizada con liviana ironía por problemas de la realidad agraria.

Observación: el conjunto del material de la revista-boletín mensual debe lograr un equilibrio entre temas relacionados con ONG y con organizaciones campesinas; incluir temas o informaciones originadas en distintos puntos del país, además de Santiago e Internacional; y mantener un pluralismo ideológico en cuanto a las tendencias de las fuentes de información.

Objetivos de La Hoja Regional

Generales:

1. Crear un espacio regional de comunicación alternativo destinado a técnicos agrícolas, dirigentes locales y campesinos de base, que permita el intercambio de conocimientos, experiencias e inquietudes entre organismos no gubernamentales (ONG) y las diversas organizaciones campesinas (OC) de la zona, tras la búsqueda de un desarrollo agrario que contemple realmente los intereses y necesidades del campesino.
2. Apoyar el diseño de una propuesta alternativa agraria, que considere la problemática campesina en la perspectiva de que sea el campesino quien asuma progresivamente un papel protagónico en este proyecto a través de sus organizaciones.
3. Contribuir al protagonismo de la región, apoyando las iniciativas locales de organizaciones y grupos tendientes a promover el debate sobre la situación agraria nacional y regional y la búsqueda de alternativas específicas.

Específicos:

1. Entregar información local de la zona, sobre actividades de organismos no gubernamentales con programas de apoyo al campesino, y de las OC mismas.

2. Contribuir a animar el debate agrario regional, difundiendo las actividades que con este fin se desarrollen y las temáticas discutidas.
3. Entregar orientación técnico\productiva acorde a la zona agroecológica donde la Hoja circula, sobre la base de información nacional y regional, a los técnicos de ONG y a los campesinos de sus programas de apoyo.
4. En la misma forma, ofrecer orientación agro \económica (situación de precios, mercados y comercialización locales).
5. Fomentar la autoestima del campesino recogiendo expresiones de su cultura y saber.
6. Entregar información útil relativa a compromisos tributarios, deudas ex CORA o INDAP y facilidades que surjan para su pago; así como facilidades ofrecidas por el Estado en materia de salud, vivienda y educación para el sector.
7. Recoger y difundir la información programática (plataformas, pliegos, etc.) de las diversas OC.
8. Entregar información oportuna sobre cursos de capacitación, bolsas de trabajo, empresas de nivel artesanal, etc.

Metas:

En suma, se trata de entregar en *La Hoja Regional*:

- Informaciones y/o comentarios -del comunicador o de terceros- sobre temas que respondan a los objetivos anotados.
- Difundir informaciones originadas en diversos puntos de la zona, vale decir, en diversas localidades o ciudades de las diferentes provincias que comprende la región.
- Mantener el equilibrio entre cantidad de informaciones sobre ONG y sobre OC.
- Lograr un pluralismo informativo, con información de fuentes de un amplio espectro.

LAS TRANSFORMACIONES
EN MARCHA

En septiembre de 1987, la agencia de cooperación externa nos aprobó la continuidad de nuestro proyecto de comunicaciones por tres años más.

Nuestro primer proyecto de continuidad incluyó ya las modificaciones derivadas de las anteriores evaluaciones: es decir, los cambios de fines previstos para los distintos módulos y un tiraje reducido para *Resiliencia Agraria* y *Capítulos de Información Agraria*, y ampliado para *La Hoja Regional*.

Nos ofrecieron como medio de motivación para el cual proponer de ONG cursos que ya existían, ayudando a los campesinos que seguían estudiando de todo aquel material. Y, al mismo tiempo, como animadores de un nuevo debate que surgía en las regiones: grupos de discusión regionales que débilmente incursionaban en el tema de la necesidad de descentralización del país como un requisito para la futura democracia. El gobierno militar había planteado el tema, pero en los hechos sólo había reafirmado la organización territorial en trece regiones (en lugar de las 25 provincias anteriores) y había iniciado un proceso de descentralización que mantenía intacto el poder central en la capital.

Advertíamos que, aún acudiendo de distintas formas de nuevas formas de más consejos técnicos-productivos, debido a las diferencias agroecológicas y por tanto, productivas, existentes a lo largo del país, por el carácter nacional de *Resiliencia Agraria* se centraría en ellas la entrega de recomendaciones técnicas y productivas puntuales, ya que no tendrían suficiente valor para una zona o sector determinado. Temía que descompañara no por las técnicas de un ODA rurales a lo largo del país, a quienes podríannos apoyar desde *La Hoja Regional* regional.

Continuaba, en cualquier la región, la búsqueda de un modelo de intervención que se adaptara a las demandas de la discusión del *Diálogo de Coyula*, una *Agraria* que no... **Capítulo 10**... el GIA, ahora con la información y unido regional que... en los comunicados... regional.

Cada módulo, un destinatario distinto

LAS TRANSFORMACIONES EN MARCHA

Proyecto de... *Resiliencia Agraria*... *Capítulos de Información Agraria*... *La Hoja Regional*... por un informativo rural, que no ha... y... establecimos claramente nuestra intención de... los distintos destinatarios. Por último...

* *Resiliencia Agraria* estaba destinado a los líderes partidarios de ONG y a dirigentes nacionales e intermedios de organizaciones campesinas y agroindustriales, así como los de centros agrarios de nivel técnico-profesional.

En septiembre de 1987, la agencia de cooperación externa nos aprobó la continuidad de nuestro proyecto de comunicaciones por dos años más.

Nuestro nuevo proyecto de continuidad incluía ya las modificaciones derivadas de las anteriores evaluaciones: es decir, los cambios de línea previstos para los distintos medios y un tiraje reducido para *Realidad Agraria* y *Cuadernillos de Información Agraria*, y ampliado para *La Hoja Regional*.

Nos ofrecimos como medio de comunicación para el casi centenar de ONG rurales que ya existían, ayudando a los campesinos que seguían huérfanos de todo apoyo estatal. Y, al mismo tiempo, como animadores de un nuevo debate que surgía en las regiones: grupos de discusión regionales que débilmente incursionaban en el tema de la necesaria descentralización del país como un requisito para la futura democracia. El gobierno militar había planteado el tema, pero en los hechos sólo había reformulado la organización territorial en trece regiones (en lugar de las 25 provincias anteriores) y había iniciado un proceso de desconcentración que mantenía intacto el poder central en la capital.

Advertíamos que, aún atendiendo la demanda de nuestros lectores de más consejos técnico-productivos, debido a las diferencias agroecológicas y por tanto, productivos, existentes a lo largo del país, por el carácter nacional de *Realidad Agraria* se evitaría en ella la entrega de recomendaciones técnico-productivas puntuales, ya que no tendrían utilidad salvo para una zona o sector determinado. Tarea que desempeñan mejor los técnicos de las ONG rurales a lo largo del país, a quienes podríamos apoyar desde *La Hoja Regional* respectiva.

Continuaría, en cambio, la separata agro-económica inserta en la revista cuyos contenidos derivaban de la discusión del Taller de Coyuntura Agraria que mensualmente realizaba el GIA, ahora con la información y visión regional que aportaban los comunicadores regionales.

Cada medio, un destinatario distinto

Proponíamos utilizar los mismos medios: *Realidad Agraria*, *La Hoja Regional*, *Cuadernillos de Información Agraria*. Pero reemplazábamos la Separata con el tema in extenso, por un informativo radial, que no fue aprobado y quedó pendiente como idea a desarrollar. Establecíamos claramente nuestra intención de afinar adecuadamente los contenidos y el lenguaje a sus distintos destinatarios. Por ejemplo:

- * *Realidad Agraria* estaría destinada a los técnicos/profesionales de ONG y a dirigentes nacionales e intermedios de organizaciones campesinas y subsidiariamente, estudiantes de ciencias agrarias de nivel técnico-profesional.

- * *Cuadernillos de Información Agraria*, para los mismos destinatarios, pero en especial, para estudiantes universitarios.
- * *La Hoja Regional*, para dirigentes regionales y locales y campesinos de base en general.

Realidad Agraria trató en este período temas como estafas contra parceleros, reforma agraria (pasada), elecciones y plebiscito en 1988, actividades de las diversas organizaciones campesinas, problemas de la juventud rural y de la mujer rural y su participación en organizaciones, derechos humanos y tortura en Chile, asesoría legal y consejos técnicos sobre metodologías educativas, autoconstrucción de vivienda, cultivos en microclimas, aplicación de pesticidas, asistencia técnica y el enfoque de sistemas.

Al inicio de esta nueva etapa, dos comunicadores regionales obtuvieron becas de estudios de post-grado en ciencias agrarias fuera del país (Pedro Segure a Bélgica y Estanislao Gacitúa a Estados Unidos), siendo reemplazados por el geógrafo Sergio Ríos y el médico veterinario Luis Henríquez. (Un año antes lo había hecho el comunicador Juan Veglia, en cuyo reemplazo quedó la periodista Verónica Martínez, también con experiencia en el programa de Icecoop). Esto significó un nuevo cursillo de entrenamiento y el aprendizaje de los profesionales en sus nuevas funciones durante un período.

Personalmente viajé a las diversas zonas para presentar a los nuevos comunicadores y para recibir impresiones sobre las publicaciones y la función que debían cumplir aquéllos. Entonces pude constatar que ya había claridad respecto de los diferentes públicos a que pretendíamos llegar con revista y suplementos regionales.

Los directores de ONG y dirigentes que contacté, opinaron que eran interesantes los temas de discusión de la sección "Debate Agrario" en la revista, que había que mantener las informaciones sobre legislación para los trabajadores y la información técnico-productiva, insistiendo en la necesidad de incluir precios de mercado para los productos agrícolas. En cuanto a *La Hoja Regional*, abocarse a informaciones específicas de la zona y del interés de organizaciones u ONG.

También pudimos observar que *La Hoja Regional* tenía varias imitaciones en provincia, tanto en su formato tabloide como en el diseño de sus informaciones. Y como el papel de aquellas imitaciones era de mejor calidad que el nuestro, debimos ponernos a la altura, ya que el suplemento se manipula bastante antes de llegar a su lector final.

Del mismo modo, observamos que últimamente habían surgido una serie de boletines regionales editados por ONG u organizaciones campesinas locales como "La Voz del Sur", "El Alerce", "El mate", "Amuldungun", "We Pewn" y también de revistas mensuales como "El Canelo" y "Tiempo-agro" (ver Anexo 5).

El Consejo de Redacción

La puesta en marcha de esta nueva etapa (nunca hubo interrupción en el tiempo, salvo unos meses para *La Hoja Regional* en el último período), contempló la constitución del Consejo

de Redacción con representantes de organizaciones campesinas e instituciones de apoyo, de nivel nacional y regional. Comenzamos con representantes de la Comisión Nacional Campesina (sindicales), de la Confederación Nacional de Cooperativas Campesinas (cooperativas) y de la Asociación Gremial "Solidaridad Campesina" (asociaciones gremiales); así como de las ONG: PIIE (Programa Interdisciplinario de Investigaciones en Educación), Agra y CÁTEV (Talca).

También se pensó implementar un Comité Editorial en cada zona de residencia de un comunicador regional. Pero nunca lograron concretarse, por inexperiencia en este punto de los comunicadores regionales.

La importancia que día a día adquiría la revista y sus suplementos se apreciaba en las continuas cartas de lectores solicitando más ejemplares o agregarlos a nuestra lista de envíos, en el envío de artículos elaborados desde las regiones por ONGs, en la invitación a todos los eventos importantes que recibíamos de éstas y de las organizaciones (donde muchas veces éramos los únicos periodistas presentes) y en la constante asistencia de los representantes de nuestros lectores a nuestro Consejo de Redacción mensual.

La reunión mensual de "pauta" de *Realidad Agraria* donde se reunía este comité editorial se realizaba a la hora de almuerzo en un salón de actos del GIA, pues era la mejor hora para que pudieran asistir también algunos dirigentes de organizaciones de provincia.

Luego de analizar el número anterior de la revista y de informarse de cómo se habían concretado los acuerdos de la sesión anterior, pedíamos a los consejeros sugirieran ideas para cada una de las secciones de la revista (Organizaciones, Consultas Legales, Debate Agrario, Tecnología, etc.); si no las había, les presentábamos a lo menos dos temas por cada sección de la revista para que ellos decidieran cuál era más oportuno o adecuado implementar en la publicación del mes siguiente. Lo normal era que estas sugerencias nuestras motivaran otras suyas.

Siempre se respetó la decisión del Consejo y cuando algún tema no resultó abordarlo en el número siguiente por postergación del evento que lo originaba u otra razón, se les explicaba en la sesión siguiente el por qué del cambio.

Fue el Consejo quien dio luz verde para que la revista emprendiera clases de educación cívica cuando la dictadura militar anunció en 1988, un plebiscito para que los chilenos decidiéramos si queríamos continuar o no ocho años más bajo el mismo régimen; y cuando la fecha se aproximaba, también autorizó aconsejar votar por el No -lo que hicimos con sumo cuidado de no caer en lo panfletario-, cuyo triunfo abrió las puertas al régimen democrático. El GIA respetó estas decisiones, aún cuando él como institución no las había adoptado oficialmente.

Al respecto, vale la pena destacar que la institución dejó mucha libertad a los periodistas una vez que tuvo confianza en el equipo y en la dirección del proyecto. Sólo en los primeros dos o tres años ésta sometía los trabajos a su consideración; posteriormente sólo hubo revisiones estrictamente técnicas cuando el periodista lo solicitaba.

Prosiguiendo con el rol del Consejo de Redacción, fue un Consejo, Ampliado con representantes de más organizaciones y expertos en comunicaciones, el que en enero de 1990 dio una nueva orientación a las publicaciones, acorde al nuevo período que el país vivía de entrar a la transición a la democracia.

Información campesina en medios masivos

Con el fin de fundamentar a la agencia de ayuda externa la necesidad de la continuidad del proyecto más allá de 1989, el equipo editor emprendió un estudio acerca de la cantidad y calidad de la cobertura de la información agropecuaria, y específicamente, aquella de interés para el pequeño productor o para el trabajador agrícola en los medios de difusión masiva, en este caso la prensa escrita.

Para eso aprovechamos la presencia permanente de los comunicadores regionales en tres ciudades agrícolas claves al sur de la capital.

El estudio consistió en medir en centímetros cuadrados, la cantidad de superficie que cinco diarios chilenos -dos de la capital y tres de provincias rurales- dedican a este tipo de información, dentro del universo global de información que cada uno de ellos trae. Se clasificaban los textos como "información agrícola" cuando se trataba de temas de interés para productores agrícolas grandes y medianos; y como "información campesina" cuando ésta era interesante para el pequeño productor y para el asalariado. Nuestra experiencia de ocho años como institución dedicada a los pequeños productores, nos daba la garantía suficiente de que nuestro criterio de selección era correcto.

La medición se efectuó durante un período de 30 días escogidos al azar: del 19 de mayo al 14 de junio de 1988. Cada comunicador regional escogió para este trabajo el diario más importante de su zona; yo analicé más importante del país y el que trae mayor cantidad de información agrícola.

Los resultados confirmaron nuestra hipótesis de que los medios de difusión masivos dedicaban una ínfima parte de sus contenidos a los temas de interés para el campesino, como se puede apreciar en los siguientes resultados finales globales:

DIARIO	CIUDAD	INF.AGRICOLA %	INF.CAMPESINA %
El Mercurio	Santiago	0,66	0,13
Fortín Mapocho	Santiago	0,08	0,57
La Discusión	Chillán	4,71	1,63
El Diario Austral	Temuco	1,4	0,78
La Tercera	Puerto Montt	0,89	0,19

Con esta medición demostramos que publicaciones como *Realidad Agraria* y *La Hoja Regional* llenaban un vacío de información. Concluimos que de no difundir ellas las materias de interés para el pequeño productor o trabajador agrícola, esas informaciones no circularían en el sistema comunicacional chileno. Y de allí obtuvimos la convicción de que debíamos pedir su continuidad más allá de julio de 1989, fecha tope del proyecto en esa etapa.

Enviamos un primer borrador de este trabajo a expertos de ONG como CENECA, ILET (Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales) y ECO (Educación y Comunicaciones) y a encargados de comunicaciones de las organizaciones campesinas y conjuntamente los invitamos a participar en un taller para analizar este trabajo. Con sus aportes hicimos una nueva redacción, la que fue impresa y distribuida a algunos de nuestros lectores.

Poco después, CENECA nos pidió realizar un taller conjunto sobre la presencia campesina en los medios de comunicación masivos, ya que sus investigaciones sobre el tema en cuanto al medio televisivo ("La influencia de la TV en el medio rural") había llegado a muy similares conclusiones: la ausencia del campesino en los contenidos de prensa y televisión.

Capítulo 11

Séptima Evaluación:
EL LECTOR RECUPERADO

La nueva evaluación de este período se realizó internamente, con profesionales de nuestra institución. Investigadores de otras áreas nos asesoraron en la confección de la encuesta de rigor, la que se aplicó a los mismas personas de la anterior (de 1985/86) a fin de determinar si se habían percatado de los cambios sufridos por las publicaciones en estos dos años de esfuerzo. Esto último se consiguió parcialmente, ya que muchos de los antiguos entrevistados ya no seguían en sus puestos, siendo reemplazados por quienes los sucedieron en las instituciones.

El equipo del proyecto realizó una muestra aleatoria por zona de comunicador regional u *Hoja Regional*, equivalente al 20 por ciento de la población destinataria de las publicaciones. De ellos, 58,7 por ciento pertenecían a organizaciones campesinas diversas (cooperativas, sindicatos, étnicas, etc.) y 41,2 por ciento, a ONG.

Se les preguntó por interés del lector, uso de las publicaciones y observaciones a la distribución y forma de *Realidad Agraria* y *Hoja Regional*.

Una vez realizadas las encuestas -102 en total-, se confió su tabulación (computarizada) y análisis a la experta Irene Agurto, candidata al doctorado en Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Complutense de Madrid. Se trabajaron sobre la base de distribución de frecuencias (en especial, distribución y forma) y se realizaron cruces para las dimensiones interés y uso de las publicaciones.

Conclusiones

Entre sus resultados (Notas 8), para *Realidad Agraria* podemos destacar:

- * Un 35,5% afirma informarse prioritariamente a través de nuestras publicaciones. Un 13,7%, por las de otras ONG, lo que en total da un 48%.
- * Un 72,5% afirma leer la revista "con mucho interés" y un 26,5%, con "poco interés".
- * Un 75,5% afirma estar de acuerdo con los contenidos (la razón de este acuerdo se basa en su "veracidad", "pluralismo" y "objetividad"), un 20,6% sólo ocasionalmente de acuerdo y un 1% en desacuerdo. Muchos de los segundos pertenecen al estrato técnico y profesionales, lo que estaría denotando la necesidad de más contenidos técnicos en las publicaciones y su demanda de "mayor profundización" en los temas.
- * Los destinatarios se entienden a sí mismos como tales (que se desprende entre otras cosas, por la baja preferencia marcada a la respuesta: "la revista no interpreta al campesino de base").
- * "Su utilidad y valoración (como medio de información) es muy alta y homogénea". Pero su uso principalmente es individual y no colectivo (como sería si se usara en actividades de capacitación).

- * En lo formal, un 75,5% le parece una publicación agradable a la vista.

Respecto de *La Hoja Regional*, los resultados fueron más entusiastas:

- * Más de la mitad de los encuestados dijo no recibir la cantidad que necesita y quisieran recibir un promedio de 21 ejemplares más que en la actualidad. Un 82,4% afirma que es útil para su institución, "por su mayor cercanía a la realidad de las organizaciones campesinas regionales".
- * Necesidad de ahondar más en la información regional e incorporar más consejos técnicos.
- * Un 80,4% de los encuestados la encuentra agradable visualmente, habiendo mejorado su presentación gráfica.
- * Sugieren ampliarla, crear comités editoriales, entregar "testimonios de personajes y gente común", una sección donde escriban las propias organizaciones campesinas y en general, "recoger más información de la base".

Respecto del aspecto que más nos preocupaba -si el destinatario entendía las publicaciones como destinadas a él mismo o pensaba que ellas estaban dirigidas a un lector distinto-, las conclusiones señalan:

"Esta situación parece superada en gran parte, dados los fenómenos de identificación y niveles de representación que la revista provoca. Así mismo, entre las sugerencias se registra sólo una observación respecto a la falta de claridad sobre el destinatario" (Ver anexo 6).

Los resultados de esta evaluación nos llenaron de satisfacción: la tarea que nos habíamos propuesto de perfilar bien las publicaciones para sus distintos públicos, había tenido éxito. Pero también fue novedoso para nosotros la alta estimación que tenían *La Hoja Regional*. En el proyecto de continuidad del programa la habíamos eliminado, en gran parte para abaratar costos, pero también porque queríamos iniciar una nueva experiencia de focalización de la comunicación rural: un proyecto de comunicación local. Sin embargo, debimos reponer los suplementos una vez conocidos estos resultados, aunque con algunas modificaciones, como se explica a continuación.

... (faint text) ...

Seleccionado el problema de identificación del lector con nuestras lecturas y también, de conocer la utilidad y buenos usos de los complementos regionales, es la siguiente - y última etapa - quisimos experimentar un nuevo paso en la forma de la mayor efectividad de la comunicación rural mientras más focalizada o acotada existiera el público.

Para fundamentar la necesidad de continuar con nuestro proyecto por un cuarto periodo, aventuramos un escenario político-social de nuestro país que probó con el tiempo haber sido acertado. Declaramos en marzo de 1968:

* Tanto esta etapa de pre-elecciones presidenciales y parlamentarias para el retorno a la democracia, como el período de 4 años de transición a ésta, hará presente la reanudación de los programas de apoyo al campesinado desde las ONG, porque toda indica que la situación variará más en lo político que en lo económico por un largo tiempo y que dentro de la política agraria continúe el impulso a la agricultura agropecuaria comercial por su aporte de divisas necesarias para el pago de la deuda externa. El Estado dispondrá de pocas reservas y difícilmente podrá apoyar directamente al pequeño agricultor, luego tras cuanto el posible restablecimiento de los ingresos de la población aumentará la demanda por alimentos.

* Habrá un aumento de la demanda por información y orientación sobre servicios de desarrollo rural.

* Será necesario continuar estimulando la generación campesina por tanto más medida como política oficial.

Y es último término, pero muy importante para nosotros, pedimos de nuevo, período para:



... (faint text) ...

BUENOS VIENTOS COPLAN SOURE LOS CAMPOS

... (faint text) ...

Capítulo 12

LOCALIZANDO LA COMUNICACION



Solucionado el problema de identificación del lector con nuestras publicaciones y también, de conocer la utilidad y buena acogida de los suplementos regionales, en la siguiente -y última etapa- quisimos experimentar un nuevo paso en la tesis de la mayor eficacia de la comunicación rural mientras más focalizada o acotada está su público.

Para fundamentar la necesidad de continuar con nuestro proyecto por un cuarto período, aventuramos un escenario político-social de nuestro país que probó con el tiempo haber sido acertado. Decíamos en marzo de 1989:

* Tanto esta etapa de pre-elecciones presidenciales y parlamentarias para el retorno a la democracia, como el período de 4 años de transición a ésta, hará necesaria la mantención de los programas de apoyo al campesino desde las ONG, porque todo indica que la situación variará más en lo político que en lo económico por un largo tiempo; y que dentro de la política agraria continúe el impulso a la agricultura empresarial comercial

por su aporte de divisas, necesarias para el pago de la deuda externa. El Estado dispondrá de pocos recursos y difícilmente podrá apoyar efectivamente al pequeño agricultor... tanto más cuanto el posible incremento de los ingresos de la población aumentará la demanda por alimentos.

* Habrá un aumento de la demanda por información y orientación sobre acciones de desarrollo rural.

* Será necesario continuar estimulando la organización campesina, por tantos años desestimada como política oficial.

Y en último término, pero muy importante para nosotros, pedíamos un nuevo período para:



Año I - No.2 Junio - julio 1990.
Dirección: Lidia Baltra. Periodista: Mario Landa.
Imprenta GIA (Ricardo Matte Pérez 459, Santiago).

BUENOS VIENTOS SOPLAN SOBRE LOS CAMPOS

Los pequeños productores de Diguillín y de todo el país, tienen mucho de qué alegrarse. Al parecer, ha llegado su hora. Por fin parece que se reconoce su importante labor en la producción de alimentos para todos.

Su trabajo hoy es apreciado en todas las esferas del

país y por todas partes son recibidos y considerados. Sus organizaciones encuentran las puertas abiertas en los ministerios, oficinas de INDAP, SAG o INIA. Se anuncia que se multiplicará la ayuda a través de los bonos de Asistencia Técnica y Empresarial (ATE) que tradicionalmente entrega INDAP. Y como si fuera poco, a muchas de sus organizaciones se les ha confiado la administración de estos créditos y asistencia técnica. También lo harán algunos organismos no gubernamentales (ONG) como el propio GIA.

El Proyecto Diguillín, a través del cual se entregan también créditos y asistencia técnica para papas y trigo a 130 familias de la micro-región del mismo nombre, sigue creciendo. En sucesivas reuniones de los dirigentes de los ahora siete Comités de Pequeños Productores, hemos visto con qué responsabilidad y entusiasmo participan en la selección de los beneficiarios y en la recuperación de los préstamos. Y cómo los campesinos saben responder y pagan muy a conciencia lo que deben para dar oportunidad a otros y continuar ellos mismos recibiendo este apoyo a su labor productiva.

Si; es un buen momento para los pequeños productores agrícolas. Y lo será también para todos los chilenos. Porque del tesón de su trabajo y del perfeccionamiento de sus técnicas de cultivo, depende el mejoramiento de la dieta alimentaria de millones de chilenos.

Los pequeños productores hoy son escuchados y empiezan a ser mejor atendidos.



- * Avanzar en su experiencia de comunicación rural, ensayando lenguaje, formas y contenidos con los diversos actores del sector rural. Particularmente interesante en nuestro programa ha sido la experiencia de regionalización de los medios, donde hemos puesto en práctica -con éxito según las evaluaciones- la teoría de la mayor efectividad de la comunicación rural en la medida de su mayor focalización o acotación a espacios geográficos determinados. De aquí que queremos poner en marcha un programa de comunicación para el desarrollo local.

Propusimos entonces realizar un programa de comunicaciones que incluyera a *Realidad Agraria* -que a todo esto, había vuelto a su nombre original, eliminándole lo de "noticiero", ya que este carácter lo tenían más los suplementos- con sus mismas características nacionales, *Las Hojas Regionales* para las cuatro zonas agroecológicas y tres medios para un programa de apoyo al desarrollo: hoja informativa, programa radial y un video, para el proyecto de la microregión del Diguillín, donde el GIA desarrollaba actividades con campesinos de base.

Cambios en la Hoja Regional

La agencia de cooperación internacional continuó apoyando a *Realidad Agraria* y sus suplementos, no así la comunicación local. Incluso la persistencia de *La Hoja Regional* estaba en dudas por parte de la agencia patrocinadora; sólo los excelentes resultados obtenidos de la última encuesta de evaluación permitieron su continuidad, pero con algunas modificaciones estructurales originadas en la necesidad de disminuir costos:

- * Se acabaron los comunicadores regionales a tiempo completo, siendo reemplazados por periodistas locales, quienes debían enviar cinco informaciones al mes para alimentar su respectiva *Hoja Regional*.
- * Readecuamos las zonas desde donde operaban a una mayor correspondencia agroecológica y productiva (anteriormente, las habíamos adaptado a la mayor densidad de organizaciones campesinas y ONG). Quedaron así:
 - * **Hoja Regional 1:** de la Cuarta Región a la Región Metropolitana. Comunicador: Verónica Martínez, sede Santiago.
 - * **Hoja Regional 2:** de la Sexta a la Séptima Regiones (Rancagua a Curicó). Comunicador: Enrique Fuentes, sede San Fernando (Sexta Región). Esta era una región con escasas organizaciones campesinas, que debido a la actividad frutícola y a la mayor liberalidad de la legislación laboral en la transición democrática, podía repuntar en este sentido.
 - * **Hoja Regional 3:** de la Séptima Región (Talca) a la Octava (Los Angeles). Comunicador: Mario Landa, luego Nelson Soto, sede Chillán.
 - * **Hoja Regional 4:** de la Novena Región (Temuco) a la Undécima (Coyhaique). Anteriormente, la Novena Región ocupaba una sola hoja por la cantidad de ONG y organizaciones de campesinos mapuche existentes. Ahora tuvo el mérito de incluir también a los mapuche-huilliches de la Décima Región. Se transformó en el suplemento con mayor tiraje, por la cantidad de destinatarios de su zona y debió contar con dos comunica-

dores: Claudio Núñez (Temuco) y Natalia Pinilla (Puerto Montt).

La experiencia con los comunicadores-periodistas regionales a tiempo parcial no fue tan buena. Es una solución eficiente, porque contratar un periodista free-lance es mucho más económico que destacar un profesional en provincia, con familia y todo, como era el caso de los comunicadores regionales anteriores. Pero tenía sus desventajas:

Pese a ser todos originarios de la zona, por el hecho de haber trabajado en medios masivos no conocían suficientemente el medio de las ONG y de las organizaciones campesinas. Tampoco podían desplazarse con mucha facilidad a lugares apartados del sector rural, dado que el tiempo que podían dedicarle a *La Hoja* no era siempre suficiente para alejarse de su ciudad sede. Los periodistas profesionales no toman fotos, sino que este trabajo debe cumplirlo en los medios masivos un reportero gráfico. De modo que tampoco contamos con buenas fotos de los campesinos en su habitat, salvo las que podían conseguir de las mismas ONG.

Cambios en el país

También hicimos readecuaciones en los contenidos de acuerdo a lo recomendado por la última evaluación y por un Consejo Ampliado que realizamos en enero de 1990 para orientar las publicaciones en su nueva etapa, de circular durante la transición a la democracia.

En efecto, había que plantearse qué aporte específico podíamos hacer en el nuevo escenario político del país. Durante años habíamos sido la voz alternativa del sector rural. Ahora, el gobierno tenía una política agraria orientada a apoyar a los campesinos y en su política laboral, a mejorar las condiciones de trabajo de los asalariados.

En aquél Consejo Ampliado donde participaron representantes de nuestros lectores reforzados tanto de organizaciones campesinas como de ONG rurales, se vio que existía la necesidad de ser *voz del movimiento campesino*, así como de entregar información/orientación especializada del sector agrario y rural que el GIA podía ofrecer como especialista. Esto último, en virtud de que los medios de difusión masivos no muestran interés por el tema agrario en sus páginas, con la dedicación que su importancia dentro de la economía nacional amerita.

Las conclusiones del encuentro fueron que el GIA como ONG dispuesta a colaborar con el nuevo gobierno, debía mantener su independencia y autonomía propias de un centro de investigación social, para analizar libremente el acontecer y los cambios que se produzcan en el sector agrícola y rural. Por lo tanto, *Realidad Agraria*, que es su órgano de difusión, también debía mantener esa independencia. ¿Nuestro nuevo rol? Ser canal de expresión del sentir del campesino y sus organizaciones en la nueva coyuntura, facilitando su diálogo con las nuevas autoridades agrarias y laborales.

De este modo, redefinimos los objetivos de *Realidad Agraria* de la siguiente manera:

Generales:

1. Ofrecer un espacio de comunicación independiente destinado a técnicos y profesionales gubernamentales y no gubernamentales con programas de apoyo al campesino y a dirigen-

tes de nivel nacional de organizaciones campesinas, para el intercambio de ideas, experiencias e informaciones, en la perspectiva de un desarrollo rural que contemple los intereses y necesidades del campesino y donde él pueda cumplir un rol protagónico.

2. Velar por la implementación del proyecto agrario del gobierno democrático, en especial, en aquellos aspectos que responden a las demandas de las organizaciones campesinas.
3. Apoyar las iniciativas de descentralización y protagonismo de las regiones, promoviendo sus iniciativas en esta dirección.
4. Entregar información agraria y rural objetiva, veraz y plural, que active el diálogo entre las autoridades y el sector campesino.
5. Contribuir a fortalecer y consolidar la democracia en el sector rural.

Específicos:

1. Canalizar las expresiones del sentir del movimiento campesino frente al acontecer agrario y nacional.
2. Apoyar y promover la organización campesina, contribuyendo a fortalecer las existentes, la creación de nuevas organizaciones y las iniciativas unitarias que surjan de ellas.
3. Proporcionar información\orientación de utilidad para elevar la calidad de vida del campesino y su familia.
4. Fortalecer la autoestima del hombre y la mujer del campo a través del rescate y difusión de su palabra, valores, cultura y el desarrollo de su espíritu crítico.
5. Promover y facilitar el intercambio de experiencias entre instituciones de apoyo gubernamentales y no gubernamentales y organizaciones o grupos de campesinos.
6. Apoyar la incorporación de la mujer, el joven y las minorías étnicas al quehacer comunal, regional y nacional.
7. Contribuir al mejor desempeño de técnicos rurales y dirigentes campesinos en sus respectivas áreas, entregando metodologías o sistemas de trabajo.

También hubo modificaciones para *La Hoja Regional*, sobre todo, a partir de los resultados de la última encuesta de evaluación. Quisimos poner más informaciones sobre organizaciones campesinas locales, entrevistas a hombres, mujeres y jóvenes campesinos de base; solicitamos el envío de artículos e informaciones a ONG y organizaciones campesinas, buscamos consejos técnicos más adecuados a sus zonas.

En este último aspecto no tuvimos éxito. Por el contrario, cada vez comprobábamos que los consejos técnico-productivos aptos para una provincia, o más aún, para un sector determinado de una provincia, no le servía al otro. De modo que optamos por incluir consejos útiles de tipo administrativo: pago de tributaciones, condonaciones de deudas, cómo ahorrar agua de regadío, cómo organizar una comunidad de agua, etc.

Una vez más percibíamos la necesidad de hacer una comunicación rural más local.

Debimos buscar otra institución de ayuda externa para financiar nuestro proyecto de comunicación para el desarrollo local, lo que logramos a fines de 1989 con la Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana (WACC).

Comunicación para el desarrollo local

Veámos que de nuestra experiencia con las *Hojas Regionales* habíamos aprendido lo difícil que resulta, aún dentro de zonas agroclimáticas homogéneas como aparentemente son aquellas correspondientes a cada *Hoja Regional*, ajustar los mensajes a destinatarios todavía disímiles por la vastedad del territorio que habitan y la consiguiente diferenciación social y productiva. Por eso, nos propusimos desarrollar acciones de comunicación para superficies geográficas más limitadas aún: si hasta ahora nos dirigíamos a zonas compuestas por tres o más regiones, que incluyeran varias provincias y muchas comunidades, ahora interpelaríamos a comunidades locales de una sola provincia rural.

Para probar la mayor efectividad de una acción comunicacional en una área reducida del sector rural, escogimos la microrregión del Diguillín, provincia de Ñuble (Octava Región), donde el GIA realiza un programa de apoyo técnico-productivo y organizacional, para mejorar las condiciones de vida de las 500 familias campesinas que la habitan. Los profesionales y técnicos del GIA realizan allí una investigación de los sistemas productivos que emplean los pequeños productores y, simultáneamente, desarrollan actividades de asistencia técnica y capacitación en aspectos técnico-productivos, de gestión y de promoción de la organización como una forma de mejorar ambas.

Se entiende por "microrregión" un espacio homogéneo desde el punto de vista de calidad de suelos y paisaje agrícola, donde se dan condiciones comunes de labranza para los campesinos y donde, real o potencialmente, existen relaciones de intercambio, de producción y de inserción social.

Las acciones de comunicación tendrían como objetivo principal potenciar la participación de esas familias campesinas en sus relaciones económicas, sociales, políticas y culturales con la comunidad en que se hallan insertas y con la provincia; y lograr un efecto multiplicador y replicable de los resultados de la investigación técnico-productiva del GIA que vaya más allá de las comunidades campesinas involucradas directamente en este programa.

A las acciones de comunicación oral propias de un trabajo de asistencia técnica y de capacitación, nosotros agregaríamos:

- un boletín bimensual, que apoyara los mensajes técnico-productivos y organizacionales de la acción de comunicación interpersonal y grupal a cargo de los técnicos y profesionales del programa Diguillín;
- un programa radial semanal de 20 a 30 minutos en una radio local de alcance provincial, que además de los contenidos del boletín, canalizara las demandas campesinas frente a las autoridades locales y entregara información agroeconómica útil al pequeño productor (precios de insumos y productos en el mercado, perspectivas de siembras, etc.); y

- un videograma anual, para difundir y motivar a más familias campesinas de la microregión en alguna innovación técnico-productiva; o en la conveniencia de asociarse para mejorar su labor productiva (en aspectos de comercialización por ejemplo o compra de insumos) o reivindicativa.

En enero de 1990, al momento de poner en marcha este programa de un año de duración, lo más difícil fue encontrar al comunicador de la zona -vale decir, de Chillán-, que se encargaría de ejecutar los medios. Estimamos que para hacer una labor de comunicación de este tipo, se necesita una persona que, al mismo tiempo que domine las técnicas comunicacionales, tenga vocación social y experiencia en organizaciones de base; y esté dispuesta a trabajar a tiempo completo para el proyecto, conviviendo mucho con las familias campesinas en las comunidades mismas.

Buscamos de entre periodistas -profesión universitaria en el país desde hace treinta años- y de animadores sociales. Nos costó encontrarlos porque había pocas personas disponibles y ninguna reunía las condiciones. Por tanto, decidimos trabajar con dos, una periodista y un animador social, dividiendo las tareas: la periodista para elaborar el boletín bimensual y el animador, con experiencia radiofónica en materia de derechos humanos, para el espacio radial.

Tras un mes de entrenamiento y trabajo con ellos, uno renunció por motivos familiares y el otro mostró no ser la persona indicada para llevar a cabo una tarea que es esencialmente ejecutiva. Debimos reanudar la búsqueda. Al final de la cual, optamos por un periodista profesional, Mario Landa, corresponsal de un diario capitalino y que elaboraba productos publicitarios y de relaciones públicas desde su agencia privada. El se encargó, con acierto, tanto del boletín como el programa radial. Pero por tratarse de un profesional acostumbrado a los medios masivos, se perdió mucho de la horizontalidad y calidez de una "comunicación para la comunidad", como la que se requería.

Fue difícil también seleccionar la emisora local a través de la cual queríamos difundir nuestro espacio. La radio que más escuchan los campesinos -Radio Ñuble- es eminentemente comercial, con programas de esoterismo, medicina natural y música ranchera mexicana. Escuchándola aprendimos mucho del gusto de los campesinos de la zona. Sin embargo, su director no nos acogió para realizar allí nuestro espacio, temiendo que fuera aburrido y le bajáramos el *rating*.

Escogimos entonces la segunda mejor opción: *El sembrador*, la radio del Obispado, que a partir de su nombre ya indicaba que un programa dirigido a la familia campesina de la zona sería bienvenido. Así fue y comenzamos a irradiar el espacio *Domingo en el campo* a mediados de mayo, en un horario muy bueno: los domingos, de 12.30 a 13.00 horas, inmediatamente antes del noticiario principal del mediodía. La emisora tiene 10 KW y sus ondas sonoras recorren toda la provincia de Ñuble.

Ese mismo mes pudimos distribuir a las 500 familias campesinas con que el GIA trabaja, el boletín *El Trumao*. Su nombre fue acordado por los técnicos agrícolas del GIA-Chillán y deriva del tipo de suelos que tiene la microregión del Diguillín a la que estábamos dirigiendo nuestros mensajes.

Objetivos del proyecto

Nuestros objetivos eran los siguientes:

Generales:

- a) Informar y orientar a grupos campesinos de base apoyados por profesionales y técnicos agrícolas de una organización no gubernamental como es el Grupo de Investigaciones Agrarias GIA, sobre métodos de mejoramiento de su desempeño agrícola a través de asistencia técnica, capacitación y motivación a su organización, que conduzcan en último término a elevar el nivel de vida familiar.
- b) Ensayar una vez más la tesis de la mayor efectividad de la comunicación rural mientras mayor sea su focalización.

Específicos:

- a) Intensificar la participación de las 500 familias asistidas por el GIA en la microregión del Diguillín (provincia de Ñuble, Octava Región) en las actividades del proyecto, que busca el mejoramiento de sus condiciones productivas y de su calidad de vida.
- b) Apoyar su integración a la comunidad en que habitan y en menor término, a la provincia.
- c) Divulgar las técnicas de asistencia técnica del GIA basada en el enfoque de sistemas.
- d) Motivar su organización -en una zona carente de ella-, como forma más eficiente de recibir esta ayuda y de lograr su participación activa en un proyecto de desarrollo como el descrito.
- e) Reforzar la autoestima del campesino y la familia rural.
- f) Relacionar a estos campesinos y al GIA con las autoridades locales para interactuar en futuros programas de común beneficio.

Actividades del programa

El programa consideraba también las acciones de comunicación oral a cargo de los técnicos y profesionales del GIA dentro de sus funciones habituales: visitas personales de asistencia técnica, actividades grupales de capacitación, días de campo, etc. Nuestros medios apoyarían esas acciones.

Así, durante el año que duraba este proyecto publicamos 5 ediciones de *El Trumao*, boletín de 8 páginas, tamaño carta, con artículos breves, de letra grande y muchos espacios blancos para aliviar la lectura. Algunos dibujos y abundantes fotos de los campesinos y los técnicos que

recorrían la microregión. En cuanto a los contenidos, llevaba temas tales como:

- ¿Por qué organizarse?
- Las comunidades de agua
- Dirigentes de comités asignaron nuevos créditos
- Cómo es nuestro sector
- Parceleros se capacitan en organizaciones de regantes
- ¿Una cooperativa o una asociación gremial...?

Además de un espacio cultural con adivinanzas e historias fantásticas de un campesino ("Las mentiras de don Segundo Soto"); entrevistas a pequeños productores y dirigentes comunales y parroquiales y un espacio con pequeñas notas de las distintas comunidades agrupadas en siete comités de pequeños agricultores.

La sección técnica tenía consejos adecuados a la microregión: cómo cultivar la papa temprana; trigo, sembrar la variedad adecuada...; los trabajos de octubre-noviembre; control de parásitos externos en animales domésticos, etc.

Durante 30 domingos estuvimos irradiando el espacio *Domingo en el campo*, de 30 minutos de duración. En él manejamos la fórmula del diálogo entre el locutor -como representante del mundo urbano-, con un campesino, "Don Domingo", interpretado por Bernardo Neira, técnico agrícola del GIA, quien además era actor con experiencia en teatro campesino.

Ambos comentaban la actualidad agraria de la provincia, entregaban consejos técnico-productivos, organizacionales y de comercialización de productos (ipor fin los precios con oportunidad!) notas culturales e históricas y abundante música popular basada en rancheras, valeses, canciones de la tradición y también modernas (Roberto Carlos, Angélica María, Alberto Cortés).

Por razones de escasez de presupuesto, no pudimos realizar el videograma de capacitación en materias técnico-productivas u organizacionales. En su reemplazo, destinamos parte de él al financiamiento de la evaluación final del proyecto en su conjunto, incluyendo estos nuevos medios de comunicación local.

Evaluaciones internas

Ciertamente, durante la realización del programa también hicimos evaluaciones internas con el equipo técnico del Proyecto Diguillín en Chillán.

Por desgracia, por falta de una mejor planificación no logramos la asistencia a estas dos reuniones evaluatorias de representantes de los Comités Campesinos, es decir, de nuestros lectores. Sí asistimos a sus reuniones y les consultamos sobre su parecer acerca de los medios. También a través de los técnicos del GIA primero, y luego, por las encuestas y los grupos de conversación de la evaluación realizada por un experto externo, conocimos la opinión también de los destinatarios. Así supimos que el boletín les gustaba: "lo leen todo porque es cortito"; y

que disfrutaban reconociéndose, a ellos mismos o a sus vecinos, en las fotos y en las notas informativas.

Los técnicos del GIA echaban de menos un comunicador más sumergido en el medio campesino de Diguillín. El periodista profesional podía dedicar pocas horas al trabajo y a las visitas a las comunidades.

El programa radial centró su éxito en el personaje Don Domingo, que tuvo gran aceptación. Los campesinos oyentes lo estimaban "un campesino agallao" (con agallas). Cuando el técnico-actor Bernardo Neira, que lo interpretaba, aparecía por la comunidad para sus diarias visitas de asistencia técnica, lo saludaban "Hola, pues, don Domingo".

Pese a estar advertidos de ello para evitarlo, los consejos técnicos en el programa radial eran muy complicados: no se puede entregar por radio fórmulas sobre cómo preparar un producto agroquímico, por ejemplo. Un mensaje tan complejo es difícil de retener si únicamente se lo escucha por la onda radial. El medio sólo acepta consejos generales, que estimulen al auditor a indagar más sobre aquello que le interesa específicamente.

Respecto de la entrega de orientación técnica del boletín y del programa radial, queremos hacer un comentario especial, puesto que aquí está en juego la teoría de la mayor efectividad de la comunicación rural en la medida de su máxima focalización.

Debemos decir que no fue fácil obtener los consejos técnico-productivos de parte de los profesionales del proyecto. Como son investigadores al mismo tiempo que profesionales ejecutores y están haciendo experiencias con diversas metodologías, eran reacios a entregar recomendaciones que fueran a aparecer impresas, por el carácter definitivo de la palabra impresa. Se preocupaban, sin embargo, de entregar recomendaciones adecuadas a los pequeños productores de la microregión. Prueba de ello es que los lectores quedaron satisfechos, a juzgar por los resultados de la evaluación consignada en las páginas siguientes.

El programa terminó en diciembre de 1990 porque ése era su plazo.

Era difícil obtener financiamiento para su continuación por las nuevas circunstancias del país -en que ya la cooperación internacional llegaba directamente a las instituciones del gobierno democrático-, pero de continuarse, pensamos que debería avanzarse hacia una comunicación para la comunidad más participativa por parte de sus destinatarios: los campesinos y sus familias de la microregión del Diguillín. Que ellos participen en la elaboración de los medios en forma progresiva, hasta apropiarse de los mismos teniendo a los profesionales de la comunicación como asesores técnicos únicamente.

VIVA LA
COMUNICACION LOCAL!

Por término del último período de nuestro programa el patrocinio en otros que hallamos interesantes por nuevas ideas se resumirá definitivamente, propusimos en el mismo proyecto final, hacer una evaluación global del programa con sus cuatro medios funcionando.

Como los campesinos de la provincia de Nuble recibían, además del *Trabajo y Aprendizaje en el campo*, *La Hoja Regional* 3, que correspondía a su zona, pedimos al *Trabajo y Aprendizaje* que enviara un cupón con especial dedicación a la recepción de *La Hoja Regional*.

Los resultados de esta evaluación sobre el punto de vista "reacción de los medios del programa" fueron muy positivos cuando se habla sobre *Realidad Agraria*, por ejemplo, era un digno comentario que era de liberación para el mundo campesino, que se era para él, que lo abra frente a sus políticas al gobierno, que le daba cuenta otros medios de ser campesino en las distintas zonas del país.

No tan entusiasta resultó la respuesta de los verdaderos lectores, quienes se mostraron más exigentes: si bien la revista responde algunas de sus normas impuestas de cómo trabajar bajo las nuevas condiciones socio-políticas, más factos resultó que se debe profundizar la parte técnica, que necesitan ciertos discursos, sobre lo rural, que tiene prácticas de "cómo hacer" en materia técnica productiva y urgente en el campo, en cuanto a condiciones que haber estado de la materia local en que debería ser bajo el anterior régimen.

Los mejores resultados en esta evaluación se obtienen con el programa de comunicación para el desarrollo local. De esta actividad, en la que está que dice *El Trabajo y Aprendizaje* en el campo han cumplido sus objetivos de llegar y preparar una difusión con sus lectores campesinos de base en los ambientes para los cuales fueron destinados: micro-región y provincial, respectivamente. Y que es conveniente continuar con el trabajo de comunicación.

Capítulo 13

En la segunda parte de este libro se verá el desarrollo de los capítulos de esta evaluación.

Análisis de contenidos

También en esta oportunidad, el programa de comunicación para el desarrollo local, candidato al desarrollo de la misma actividad, resultó un programa de contenidos de las cuales publicamos un libro de promoción en el sentido de que **¡VIVA LA COMUNICACION LOCAL!** en los ambientes de base en los cuales fueron destinados: micro-región y provincial, respectivamente. Y que es conveniente continuar con el trabajo de comunicación.

También en esta oportunidad, el programa de comunicación para el desarrollo local, candidato al desarrollo de la misma actividad, resultó un programa de contenidos de las cuales publicamos un libro de promoción en el sentido de que **¡VIVA LA COMUNICACION LOCAL!** en los ambientes de base en los cuales fueron destinados: micro-región y provincial, respectivamente. Y que es conveniente continuar con el trabajo de comunicación.

Análisis a nivel de "relevo" (técnica, enseñanza, nivel de información) y a nivel de "sujetos" (objetos de estudio) el sistema en que vive. Los resultados se obtienen a través de la verificación.

Por tratarse del último período de nuestro programa -el patrocinio externo que habíamos mantenido por nueve años se terminaba definitivamente-, propusimos en el mismo proyecto final, hacer una evaluación global del programa con sus cuatro medios funcionando.

Como los campesinos de la provincia de Ñuble recibían, además del *Trumao* y *Domingo en el campo*, *La Hoja Regional* 3, que correspondía a su zona, pedimos al evaluador que analizara aquí con especial dedicación su recepción de los nuevos medios.

Los resultados de esta evaluación desde el punto de vista "recepción de los medios del programa" fueron muy positivos cuando quien hablaba sobre *Realidad Agraria*, por ejemplo, era un dirigente campesino: que ella se identifica con el mundo campesino, que es útil para él, que lo avala frente a sus peticiones al gobierno, que les da a conocer otros modos de ser campesino en las distintas zonas del país.

No tan entusiasta resultó la respuesta de los técnicos agrícolas, quienes se mostraron más exigentes: si bien la revista responde algunas de sus nuevas inquietudes de cómo trabajar bajo las nuevas condiciones socio-políticas, este lector estimó que le falta profundizar la parte técnica; que necesitan menos discursos sobre lo social, que ideas prácticas de "cómo hacer" en materia técnico productiva y organizacional bajo sus nuevas condiciones tras haber salido de la marginalidad en que estuvieron bajo el anterior régimen.

Los mejores resultados en esta evaluación se obtienen con el programa de comunicación para el desarrollo local. De sus resultados, salta a la vista que tanto *El Trumao* como *Domingo en el campo* han cumplido sus objetivos de lograr una plena identificación con sus lectores campesinos de base en los ámbitos para los cuales fueron destinados: microrregión y provincial, respectivamente. Y que es conveniente continuar esta línea de comunicación rural.

En la segunda parte de este texto aparece completo el resultado de esta evaluación.

Análisis de contenidos

También en esta oportunidad, el periodista y comunicólogo Gonzalo Berrueta, candidato al doctorado de la misma universidad española, realizó un riguroso análisis de contenidos de las cuatro publicaciones. Se propuso indagar al interior de cada medio, cuál es el producto comunicativo, independientemente de cuáles hayan sido nuestras intenciones como editores al momento de hacer nuestras propuestas de opinión. A su juicio, un análisis de este tipo es necesario por cuanto "es en el producto comunicativo donde se encuentran las variables que permiten evaluar una experiencia comunicacional, en la medida en que en este producto se encuentran las representaciones de la realidad que ofrecen los comunicadores y son recibidas por el público".

Analizó a nivel de "relato" (crónica, entrevista, notas de información) y a nivel de "actores" (sujeto capaz de modificar el sistema en que vive). Los relatos se estudiaron a través de 13 varia-

bles (tema, localización, conflictividad, calidad de la impresión, ambientación, lenguaje, etc.); y los segundos, a través de 18 variables (sexo, naturaleza, función, tipo, etnia, nivel de expresión, progresismo-conservadurismo, etc.).

Entre sus conclusiones, Berrueta dice que cada una de los medios contiene temas adecuados para el sector rural y para el ámbito geográfico para el cual está diseñado: "se cumplen los objetivos de los medios en cuanto a la definición de los segmentos de población al que va dirigido cada uno, y al ámbito de influencia que le corresponde. Así *Realidad Agraria* hace referencia a situaciones de trascendencia nacional, principalmente, mientras que las *Hojas Regionales* al espacio regional. *El Trumao* y *Domingo en el Campo* cumplen con su función de medios dirigidos a sectores más restringidos, al privilegiar los relatos referidos a situaciones del ámbito regional y local. Por otro lado, la definición del espacio geográfico a abarcar por cada medio, es consecuente con la ambientación de los relatos: los medios dirigidos a zonas más restringidas tratan temas específicamente rurales, mientras que *Realidad Agraria* y *Hojas Regionales* consideran el acontecer en el espacio urbano cuando también afecta al rural".

También afirma que hay cambios en la temática y en su tratamiento, tras la asunción del nuevo gobierno en 1990. "Los temas tratados con más frecuencia en la revista *Realidad Agraria* - dice Berrueta- son los relacionados con "actividades de las ONGs" con 11 relatos y "relaciones entre el gobierno democrático y los campesinos", con 10 relatos. Este tema es tratado en la revista, observa, desde mucho antes de su advenimiento, como una esperanza, y luego se retoma como una realidad. Le siguen con cuatro relatos cada uno "actividades del movimiento campesinos", "mujeres" y "jóvenes".

Respecto del primero "actividades de las ONGs", afirma que "contribuye a dar una imagen de cuerpo a la estructura organizacional alternativa en la que los lectores se encuentran insertos, reforzando su sentimiento de pertenencia y el valor del rol que ejercen".

Explica que es altamente valorable que la mayoría de los relatos estén expuestos en términos de "acciones" a cargo de muchos "actores", porque así el comunicador sólo cumple una función de transmisor. Este tipo de relatos que contienen más acción, sostiene, adquieren un carácter más real y es más objetivo. Pero indudablemente que implican un proceso de producción más complejo.

Los temas que más reúnen estas características, señala, son aquellos sobre "actividades de las ONGs" y "relaciones entre el gobierno democrático y los campesinos". Este último tiene más actores aún que el anterior, especialmente después del advenimiento del gobierno democrático, cuando "las relaciones entre ambas instancias apuntan a aspectos más concretos". "El tema que sigue en cuanto a cantidad de actores mencionados, "conflictos políticos durante el gobierno militar" aparece en los relatos posteriores al cambio de gobierno (...)

"En cuanto a *Hojas Regionales*, en que el tema "actividades del movimiento campesino" ocupa el primer lugar tanto en número de relatos como de actores, es explicable por la cobertura geográfica del medio. Este surgió ante la necesidad de tratar temas que no tuvieran cabida o que no admitieran un mayor desarrollo en un medio como *Realidad Agraria*, definido para un ámbito nacional. Los relatos referidos al movimiento campesino adquieren un mayor valor en la medida en que pueden hacer referencia a personas y organizaciones en concreto, lo que es más factible si se acota el ámbito en el que éstas ejercen su acción. En este sentido, la variable geográfica permite especificar mejor las características del movimiento cuando se abarca un ámbito regional.

Tratado el tema a nivel nacional, "el movimiento campesino" pierde especificidad en su actuar y adquiere mayor relevancia su valor conceptual".

En suma, este análisis de contenidos ratifica lo observado en el estudio de "recepción" de los medios; y que logramos adecuar los temas y su tratamiento a los distintos públicos y ámbitos geográficos.

Capítulo 14

CONCLUSIONES FINALES

La experiencia de Rosalva Aguilar, los suplementos *La Hoja Regional* (1, 2, 3 y 4) y los medios locales como *El Trueno* y el programa radial *Diálogo en el campo*, se pueden sumar dentro de la educación no formal a otros que utilizan otros medios de comunicación intermedios (Kápolis), por aquella parte de tus mensajes relacionadas con técnicas productivas y apoyo organizacional.

Puede formar parte también de la comunicación grupal que menciona el mismo autor, porque el medio escogido —el boletín y sus suplementos— se apoya para circular en grupos sociales pequeños y pequeños con intereses afines, a quienes entrega mensajes que, aunque son elaborados sin su participación directa, están relacionados con su quehacer, proporcionando información que estimule su reflexión.

Se le puede también utilizar en el marco de la capacitación para el campo de desarrollo rural, aunque ha facilitado y potenciado la participación del campesino en los planes y programas de desarrollo rural preparados para ellos, en el uso de los medios locales de la radio, *Diálogo en el campo* y la provincia de Nariño. Y en el caso de la revista, al apoyar los contenidos educativos que las técnicas reciben y apoyar la información para que los actores del desarrollo rural aprendan con la información adecuada para opinar sobre los problemas que los afectan.

Pero tal vez el mayor aporte de nuestro programa de comunicación rural en tus nuevas áreas de vida, tus diálogos y mensajes diversos a los predominantemente bajo el modelo autoritario en la política y neoliberal en lo agrocomunal, más que no haberlos estado presentes —aún en la forma restringida que lo hicieron— en el sistema de comunicaciones del país.

Dentro de la temática más específica, también apoyó y motivó las asociaciones de pequeños productores y actividades agrícolas. Los ejemplos están en el **Capítulo 14** de las dificultades de los pequeños agricultores en el desarrollo de su labor, que en materia de difusión tuvieron tiempos difíciles, a fin de que pudieran ser discutidos por los dirigentes y por quienes los ayudan a mejorar su actividad productiva y organizacional. En el resultado, nos damos la confianza de dirigidos y dirigidos del sector.

CONCLUSIONES FINALES

No hemos podido cubrir todos los temas que nos interesan en esta obra, pero hemos intentado dar un panorama de las diversas y complejas situaciones que se viven en el campo y en la organización comunitaria y productiva a nivel de las UNO rurales.

No menos importante es cómo nuestro aprendizaje en materia de comunicación rural. No ha sido un aprendizaje sin y con, aquel de haber perdido demasiado tiempo tal vez más allá del fin del camino. Pero en algunos momentos, desde y para quienes para comunicarnos con los diversos actores del sector rural y sus temas cruciales pueden servir a otros. Hay labores que se es posible "servir a dos señores", como dice el dicho. Para obtener resultados, hay que elegir un solo destinatario o lugar y manera, y serle fiel. Y sólo entonces tener qué decir y qué lenguaje, en el más adecuado.

La experiencia de *Realidad Agraria*, sus suplementos *La Hoja Regional* (1, 2, 3 y 4) y los medios locales como *El Trumao* y el programa radial *Domingo en el campo*, se puede situar dentro de la educación no formal a adultos a distancia utilizando medios de comunicación intermedios (Kaplún), por aquella parte de sus mensajes relacionadas con técnicas productivas y apoyo organizacional.

Puede formar parte también de la comunicación grupal que menciona el mismo autor, porque el medio escogido -el boletín y sus suplementos- es apto para circular en grupos sociales medianos y pequeños con intereses afines, a quienes entrega mensajes que, aunque son elaborados sin su participación directa, están relacionados con su quehacer, proporcionándoles información que estimule su reflexión.

Se la puede también ubicar en el marco de la comunicación como factor de desarrollo rural, porque ha facilitado y potenciado la participación del campesino en los planes y programas de desarrollo rural preparados para ellos, en el caso de los medios locales de la microregión de Diguillín y la provincia de Ñuble. Y en el caso de la revista, al apoyar las acciones educativas que los técnicos realizan y aportar la información para que los actores del ámbito rural cuenten con la información adecuada para opinar sobre las políticas que los involucran.

Pero tal vez el mayor aporte de nuestro programa de comunicación rural en sus nueve años de vida, fue difundir mensajes diversos a los predominantes bajo el modelo autoritario en lo político y neoliberal en lo agroeconómico. Ideas que no hubieran estado presentes -aún en la forma restringida que lo hicieron- en el sistema de comunicaciones del país.

Dentro de su temática más específica, también apoyó y estimuló las asociaciones de pequeños productores y asalariados agrícolas. Les entregó ideas sobre las posibles causas de las dificultades de los pequeños agricultores en el desempeño de su labor, que los medios de difusión masivos tampoco canalizan, a fin de que pudieran ser discutidos por sus dirigentes y por quienes los ayudan a mejorar su actividad productiva y organizacional. En este sentido, nos ganamos la confianza de dirigentes y técnicos del sector.

En resumen, creemos que nuestra acción fue tri-valente: circulamos mensajes diversos a los dominantes en el sistema de comunicación nacional; apoyamos y estimulamos la organización campesina; y contribuimos a establecer una red de intercambio de propuestas metodológicas y productivas a nivel de las ONG rurales.

No menos importante ha sido nuestro aprendizaje en materia de comunicación rural. No ha sido un aprendizaje sin costo: aquél de haber perdido demasiado tiempo tal vez hasta encontrar el camino. Pero ensayamos lenguajes, formas y contenidos para comunicarnos con los diversos actores del sector rural y nuestros tropiezos pueden hoy servir a otros. Hoy sabemos que no es posible "servir a dos señores", como dice la Biblia. Para ahorrar confusiones, hay que elegir un solo destinatario o lector y abocarse a conocerlo bien. Y sólo entonces escoger qué medio y qué lenguaje es el más adecuado.

En ese camino de acercarse cada vez más a un destinatario circunscrito social y geográficamente, fue particularmente interesante esta primera experiencia en el país de *regionalización de la información* a través de los suplementos regionales con una temática más cercana al interés de nuestros lectores. La información para cada *Hoja Regional* se seleccionaba de acuerdo al tipo de organizaciones campesinas existentes en ella (cooperativas, sindicatos, asociaciones gremiales, agrupaciones étnicas y comités de pequeños productores); a su realidad agroecológica, que determina distintos tipos de cultivos; y considerando un equilibrio geográfico-administrativo, que se traducía en informar de las actividades de las diferentes provincias y comunas de las regiones de cada *Hoja*, para satisfacer el natural deseo de protagonismo de cada cual.

Y luego de constatar lo difícil que es entregar mensajes adecuados a destinatarios aún diversos, como había en las cuatro zonas agroecológicas elegidas, la exitosa experiencia de *comunicación local* en una microregión de la provincia de Ñuble -según la evaluación reproducida en las páginas que siguen- confirmó nuestra puesta en práctica de la tesis de la mayor efectividad de la comunicación rural mientras más acotada se de en un ámbito geográfico reducido y en uno social homogéneo.

La gran herramienta que tuvimos para lograr este aprendizaje fue el haber contado con evaluaciones periódicas, a cargo de personas calificadas y tan interesadas como nosotros en nuestra experiencia comunicacional. Creemos que todo proceso de comunicación serio debe recurrir a evaluaciones periódicas para comprobar el rumbo que se lleva y el cumplimiento o no de los objetivos que se propusieron al inicio.

Podemos resumir que en sus diez años de vida, la historia de esta experiencia de comunicación rural es la de un largo proceso de adecuación o ajuste de medios, códigos y mensajes entre editores y destinatarios orientados por esa gran brújula que es la evaluación.

Ello nos planteó el desafío de ensayar, afortunadamente con éxito, esta regla de oro de la comunicación rural: mientras más focalizada o circunscrita, mejor.

NOTAS BIBLIOGRAFICAS

1. Larraín, Bárbara. "Cuadernillos de Información Agraria y Boletín Mensual Realidad Agraria". Area de Comunicaciones GIA. Mimeografiado, 32 p. Santiago, agosto 1982.
2. Fontecilla, María Eugenia. "Informe: Sondeo Comunicación Escrita". Colaboradora: Ximena Castillo. Mecnografiado, 20 p. Santiago, marzo 1984.
3. De Roux, Gustavo, Puyol, Lesly. "Informe de Evaluación. Proyecto Difusión a Organizaciones Campesinas: una contribución a su conocimiento de la realidad agraria". Mecnografiado, 23 p.. Santiago, marzo 1984.
4. Canales, Manuel. "Investigación-evaluación: Noticiero de la Realidad Agraria: estudio de su lectura por técnicos agrícolas y dirigentes campesinos. (Versión resumida). Mecnografiado, 11 p. Santiago, 1986.
5. Ayres, Alejandro. "Informe de evaluación Proyecto CH-247. Difusión a organizaciones campesinas: una contribución a su conocimiento de la realidad agraria". Mecnografiado, 103 p. Santiago, 1987.
6. Munizaga, Giselle. "Evaluación de los contenidos de las publicaciones GIA". Mecnografiado, 27 p. Mecnografiado, 27 p. Santiago, 1987.
7. Baltra, Lidia y otros. "Cobertura de la información agropecuaria en cinco diarios chilenos: análisis cualitativo y cuantitativo". Apuntes de Trabajo, GIA. Santiago, 1988.
8. Agurto, Irene. "Informe de encuesta evaluativa Realidad Agraria y La Hoja Regional. Conclusiones". Digitado, 20 p. Santiago, 1989.
9. Berrueta, Gonzalo. "Evaluación de los noticieros del Grupo de Investigaciones Agrarias (GIA) de la Academia de Humanismo Cristiano". Digitado, 29 p. Santiago, 1991.

SUMARIO

PRESENTACION

Presentación

101

El siguiente es un informe de investigación sobre la recepción y evaluación que hacen sus lectores de la revista *Realidad Agraria*.

El estudio fue realizado para el Area de Comunicaciones del Grupo de Investigaciones Agrarias.

Participaron en el estudio Soledad Jaña, como encuestadora, y Pía Martin como entrevistadora y en el análisis del material con el responsable del proyecto.

Santiago, mayo de 1991.

NUEVAS EXPERIENCIAS EN COMUNICACION RURAL

El tiempo y el espacio: el grupo

INTERPRETACION DE LAS OBTENCIONES DE ENTREVISTAS

Y INDICENTES

EL PROGRAMA DE COMUNICACION EN REALIDAD AGRARIA

REFLEXIONES FINALES

I. INTRODUCCION SUMARIO

El texto siguiente recoge los resultados de una pequeña investigación a los receptores de *Realidad Agraria*.

El estudio tenía por objetivo el recuperar la opinión de los Técnicos Agrícolas y los Dirigentes Campesinos sobre la revista.

	Pág.
Presentación	101
1. INTRODUCCION	105
2. OBSERVACIONES DEL LECTOR TECNICO AGRICOLA <i>(Realidad Agraria)</i>	105
3. OBSERVACIONES DEL LECTOR DIRIGENTE CAMPESINO <i>(Realidad Agraria)</i>	111
4. NUEVAS EXPERIENCIAS EN COMUNICACION RURAL <i>El Trumao y Domingo en el Campo</i>	118
5. INTERPRETACION DE LAS OBSERVACIONES DE TECNICOS Y DIRIGENTES	123
6. EL PROGRAMA DE COMUNICACIONES REALIDAD AGRARIA; REFLEXIONES FINALES	127

2. OBSERVACIONES DEL LECTOR TECNICO AGRICOLA A REALIDAD AGRARIA

En este capítulo informamos del programa de investigación sobre la revista *Realidad Agraria* que tiene los técnicos Técnicos Agrícolas (T.A.).

Identificamos un grupo de cinco técnicos desde los cuales el lector *La Opinión* y *Realidad Agraria*. En cada caso se trata de un técnico en posesión del título profesional correspondiente a lo que encuestas (o no encuestas, y de cómo organizar) de RA.

En una primera fase, se efectuó el trabajo con diversos métodos de observación, el propósito del lector *Realidad Agraria* y las sugerencias sobre la revista que plantea.

1. INTRODUCCION

El texto siguiente reúne los resultados de una pequeña investigación a los receptores de *Realidad Agraria*.

El estudio tenía por objetivo el recuperar la visión de los Técnicos Agrícolas y los Dirigentes Campesinos sobre la revista.

En segundo término, pretendía señalar algunos rasgos críticos a tener en cuenta tanto para la evaluación de lo que ha sido la revista, como para indicar algunos ejes para su eventual continuidad de terceros que emprendan similar tarea.

En tercer término, debía servir de base a una reflexión más amplia sobre Comunicación Rural, a partir de la experiencia concreta del Programa de Comunicaciones del GIA, del que *Realidad Agraria* era el medio principal.

Metodológicamente se trabajó centralmente con Técnicas Cualitativas (Grupos de Conversación y Entrevistas no Directivas); complementariamente se aplicó un cuestionario de respuestas cerradas. Se realizaron dos grupos de conversación, 10 entrevistas y 95 encuestas -sobre una muestra no aleatoria-.

En la primera parte de este texto, se reúnen y analizan las observaciones de los lectores de la revista. En el caso del lector Dirigente Campesino, se recuperan también las observaciones a dos programas complementarios a *Realidad Agraria*, de reciente data: el boletín *El Trumao*, y el programa de radio *Domingo en el Campo*.

En la segunda parte, se propone una interpretación de las opiniones de Técnicos y Dirigentes, en la perspectiva de identificar puntos críticos y ejes de continuidad para la revista y para los otros dos medios señalados.

En la tercera parte, se avanzan algunas reflexiones generales sobre las condiciones de una revista dirigida al medio rural.

2. OBSERVACIONES DEL LECTOR TECNICO AGRICOLA A REALIDAD AGRARIA

En este capítulo informamos del conjunto de apreciaciones sobre la revista *Realidad Agraria* (RA) que tienen los lectores Técnicos Agrícolas (TA).

Identificamos un conjunto de ocho criterios desde los cuales el lector TA observa y evalúa la revista. En cada caso, se trata de un interés (o preocupación) del técnico agrícola conectado a lo que encuentra (o no encuentra, o desearía encontrar) en RA.

En una primera fase, se informará de cada uno de estos criterios de observación, o perspectivas del lector frente al medio y las apreciaciones sobre la revista que generan.

2.1. Realidad Agraria y las nuevas preguntas y problemas del TA con el cambio en el régimen y el gobierno

La situación actual del TA ha cambiado significativamente con respecto a hace dos o tres años. La transición a la democracia y el nuevo gobierno se ha traducido en un significativo cambio en las condiciones y en las exigencias del trabajo del TA.

El TA debe responder ahora con prontitud y eficacia práctica, al problema de la organización campesina. Debe, igualmente, manejar con soltura y actualización las informaciones sobre los programas estatales y las políticas agrarias (Fosis, Ley de Riego, Subsidios, etc.). Nuevas tareas que los técnicos agrícolas lectores de la revista, básicamente de ONGs, reconocen no estar resolviendo de la manera adecuada. El TA siente que necesita, en la hora presente, un saber del que carece. El cambio, en medida importante, ha abierto posibilidades y planteado desafíos desconocidos hasta hace poco.

Realidad Agraria es leído, reconocido y evaluado, en función de esta preocupación.

a) La necesidad de interiorizarse en los programas estatales.

"...los bonos de asistencia técnica... entonces hay que INTERIORIZARSE de cómo funcionan... una serie de cosas que a uno le sirven... y de hecho la revista está apuntando a eso..."

b) Pero sobre todo, la cuestión pendiente, y urgente, de la organización campesina.

Este tema es de doble interés para el TA: conecta por un lado con su especificidad como TA de organizaciones no gubernamentales, ligadas a propuestas de asistencia al campesino que valoran centralmente la organización de los beneficiarios; y conecta, por otro, con la apertura de estos últimos años a posibilidades de organización campesina que hasta hace poco no estaban dadas.

Este doble interés es, además, uno de los temas pendientes para el TA de las ONGs. Siente que no tiene respuesta para una demanda y una necesidad de su trabajo en las condiciones actuales. Se siente en falta, está interesado en encontrar una solución pronta a ese problema.

"(La revista) es informativa... se menciona la formación de cooperativas, de sociedades gremiales... por ese lado es informativa... pero podría ser... por ejemplo, hay un problema que tenemos todas las ONGs: ¿Cómo formar una organización campesina?, ¿Cuál es la mejor? De todas las organizaciones, ¿cuál es la que conviene más? Dar más antecedentes... de la parte legal, de cómo formar una asociación gremial, de qué tipo de organización es la que mejor favorece a los campesinos... darle más espacio a eso..."

"...las ONGs, que son las que aparecen en el baile de la revista... les faltan unas líneas bien claras de qué se... de qué se puede hacer con la organización; de qué se quiere con la organización... de qué pasa con esto de las cooperativas... qué es lo que quiere el gobierno en la parte organización campesina".

Los TA reconocen a la revista como abordando de algún modo este tema de interés suyo. Sin embargo, sigue pendiente una satisfacción a su demanda de orientación y clarificación. Se valora a la revista por abordar ese tema (no presente en otras publicaciones). Pero se le formula también la demanda de mayor información y orientación.

En el mismo sentido, pero en un nivel mucho más concreto, está la petición todavía no satisfecha de recibir formación y herramientas para acometer la tarea organizacional. Respuestas al cómo hacer lo que se acepta que debe hacerse.

"...qué es lo que necesita un técnico... en estos momentos, como estamos huérfanos de cómo hacer el trabajo grupal ¿cierto?... Cómo nosotros... cómo uno ayuda a los grupos se organizan... ojalá traigan dinámicas... o sea nosotros con los colegas partimos del trabajo individual ¿no es cierto?... Pero necesitamos herramientas... Ojalá que nos ayuden más en eso...".

La revista aparece abordando el tema -estando en diálogo con sus intereses- pero no entregando las claridades y herramientas que ellos echan de menos. Reconocen la preocupación de la revista, pero esperan más de ella.

2.2. Realidad Agraria y las preguntas y problemas permanentes del trabajo del Técnico Agrícola

El segundo ámbito de preocupaciones que los lectores buscan satisfacer en la revista es su necesidad de información técnica y comercial, continuamente actualizada. El técnico agrícola busca en los medios de comunicación que percibe dirigidos a él, datos y soluciones para los desafíos técnicos que encuentra su trabajo.

- a) *Realidad Agraria* trae poca información necesaria para el Técnico Agrícola en su trabajo cotidiano con los productores.

En particular, frente a una de las escenas temidas del TA: la consulta del campesino relativa a los más diversos temas y en un nivel de detalle.

"Faltan más datos técnicos... faltan más aspectos técnicos... porque al agricultor realmente le interesa estar informado... de precios... de variedades de semillas... fertilizantes... siempre pasa: lo primero cuando uno va a visitar a un agricultor "¿A cómo está el Amonio?"... por ejemplo. Entonces uno tiene que estar al tanto de todo...".

- b) *Realidad Agraria* sobredimensiona la preocupación por lo social, en desmedro de la preocupación por lo técnico.

"Yo le metería mucho más de lo técnico... y no tanto de las organizaciones... ahí si que agarraría un poco más de peso... la revista...".

"...lo que si yo creo... que la parte técnica es débil... la revista en esa parte la veo débil... A mí no me ha aportado mucho en ese aspecto".

"...la parte técnica no me ha aportado mucho... ojalá profundizaran más un poco... porque es una revista para técnicos..."

En la actual situación, el TA vuelve a dar central importancia a las demandas permanentes de su trabajo. *Realidad Agraria*, nuevamente, da cuenta de tener esa preocupación por "lo técnico", pero de modo insatisfactorio. Y el punto se pone crítico, en la medida que tiende a verse una sobrepreocupación por lo "no-técnico" (lo organizacional, lo social, lo político) en desmedro de lo directamente pertinente a ellos.

2.3. Realidad Agraria y la preocupación de los TA por el Desarrollo Rural

En principio, los TA lectores de la revista, trabajadores de ONGs, participan de programas de apoyo al productor campesino, en los que la asistencia técnica es un componente de una estrategia o línea de desarrollo no solamente productivo. Por ello, tienden a tener un acercamiento a su trabajo que asume determinados presupuestos o principios básicos de desarrollo rural y protagonismo campesino. En ese sentido, están en constante polémica, con la versión dominante del trabajo de la asistencia técnica, centrada en la dimensión tecno-productiva. En cambio, identifican en la revista *Realidad Agraria* como un medio proclive y concorde a su aproximación general a lo rural.

a) La revista, con su enfoque, les da la razón en su pretensión de articular el trabajo técnico con un proyecto social.

"La revista me interesó porque siempre ha tenido una preocupación social... porque uno siempre ha hecho trabajo de Técnico Agrícola pero en la parte social... y bueno... como acá se informa de lo que están haciendo diversos organismos... y de las ONGs y su labor..."

En un sentido aún más articulado, la revista responde a su necesidad de reflexionar desde una perspectiva global su trabajo puntual: les ayuda a "ver" lo que hacen en un sentido más estratégico.

"Porque a mí me interesa lo que ha sido... de lo que es el campesino... pero siempre inserto en lo que es el país... nunca hay que desvincular lo que es el trabajo agrícola con lo que es el gobierno, con lo que son las políticas hacia el campesino... Entonces, por eso me interesa la revista, es un poco ver la cosa más en su nivel social... no quedarse sólo en su trabajo... sino ver también como se está planteando el trabajo con los campesinos".

"El enfoque que se le da en la revista es distinto, no sólo en la parte meramente productiva sino que también hay varios problemas sociales y políticos que han desplazado al campesinado".

b) La revista, con su preocupación por el punto de vista "campesino", les identifica con su trabajo.

La opción de la revista por el punto de vista del pequeño productor frente a los temas agrarios, es la misma opción de los TA por el trabajo con "campesinos" y no en empresas agrícolas. La revista se identifica con los mismos campesinos con los que ellos se identifican.

"Y de hecho la revista está apuntando a la agricultura campesina que es lo que está más dejada...".

"Ahí se refleja el campesino real... con los problemas que tienen... aparecen los problemas del comunero del norte... de los trabajadores de la fruta... el no pago de las leyes sociales...".

En el mismo sentido, la revista constituye el medio en que se reconocen en otras experiencias de trabajo con campesinos. El "sentido" de lo que hacen se ve reforzado por la existencia y publicitación de otras experiencias como la suya. La revista hace patente, por así decir, una "red" que da más potencia a cada experiencia en particular:

"...uno está trabajando... tratando de hacer desarrollo, ¿no es cierto?... y así uno va sabiendo que en otros lugares también hay otros que también están trabajando por cambiar la cosa... es como que es un estímulo a uno a seguirlo haciendo... saber que hay gente moviéndose... en ese sentido, la revista sirve...".

La revista sigue representando el tema del desarrollo rural. Y es el punto que le genera mejores apreciaciones. Cuenta con la exclusividad del tema y demuestra con ello una preocupación muy valorada por los técnicos.

El problema, como veremos, es que esta preocupación de los técnicos por el desarrollo rural y por el sentido "social" de su trabajo ha ido perdiendo centralidad en ellos, y además está cambiando en el modo de su formulación: se hace cada vez más pragmática y menos reflexiva o discursiva.

2.4. Realidad Agraria, la identidad social y los intereses del Técnico Agrícola

Este es un punto emergente en la posición del lector TA frente a la revista. Los intereses gremiales o corporativos, así como la identidad social, del Técnico Agrícola comienzan a manifestarse y se proyectan difusamente sobre la revista. Los técnicos sienten que la revista está dirigida a ellos, pero que no es hecha *por* ellos. Y sobre todo, que en ella no están reflejados ni sus intereses ni sus necesidades como "gremio".

En un sentido predominante, se echa de menos una mayor espacio para sus requerimientos o preocupaciones propias como colectivo social.

"Ahora hablando como Técnico Agrícola, sería bueno que nos conectáramos... entonces... desde el punto de vista como... como... gremio... hemos intentado hacer algo... y (risas)... entonces *Realidad Agraria* podría ser un nexo... empezar por entrevistar... porque tenemos mucho que dar a este proceso de transición... como personas que estamos directamente... pero en *Realidad Agraria* ha estado todo a nivel digamos... muy direccional".

Dos percepciones construyen la imagen de *Realidad Agraria* como una revista de Técnicos Agrícolas.

- a) Es una revista dirigida a los Técnicos, más que a los Ingenieros.

Está escrita para técnicos y para profesionales del agro... más bien para los técnicos, porque los cascotes blancos no la leen... (risas)... uno es cabeza rasa no más".

b) Es una revista dirigida a ellos, pero no hecha por ellos:

"¿De o para los Técnicos Agrícolas?"

"Siempre salen los ingenieros... pero no los que estamos en terreno...".

Sin embargo, esta identidad de Técnico Agrícola, no exenta de sensibilidad social y conflictiva hacia otros estamentos sociales (ingenieros, empresarios, Estado), no se proyecta centralmente sobre la revista. Es más, no descartan la potencialidad que la revista tiene en este plano.

2.5. Otras apreciaciones sobre Realidad Agraria

Hay otras dos líneas interpretativas con que los técnicos leen la revista. Una tiene que ver con la orientación política de la revista. La otra, con la apariencia de la revista en términos de edición.

a) *Realidad Agraria*: una revista que está identificada políticamente con el actual gobierno.

Para todos los entrevistados, la orientación política de la revista es un dato siempre registrado. En general, adhieren a dicha orientación, pero demandan un punto de vista rural o agrario más claro.

En ese sentido, requieren una revista que no sea tan parcial, es decir, que incorpore las falencias de las políticas estatales hacia el agro, lo que falta por hacer. En fin, los errores y tareas pendientes, aún cuando la adhesión general a las políticas de gobierno es un dato del que ellos participan:

"Y se da como una adhesión natural de *Realidad Agraria* al gobierno...".

Sin embargo, se preocupan por el efecto que esto puede tener en los campesinos con los que se relacionan.

"A veces los campesinos dicen... ya salió el Presidente... (en la revista)...".

"Y en el campo hay mucho campesino de derecha...".

"Está bien eso... pero puede restarle otros lectores...".

b) La apariencia: *Realidad Agraria* les presenta una apariencia poco llamativa o atractiva.

"Porque para los campesinos... puede parecerles una revista como vieja".

"Yo en la apariencia le arreglaría mucho, por ejemplo "Nuestra Tierra"... que tiene hartas fotos... colores... buen papel...".

Sin embargo, se hacen cargo de las limitaciones de recursos y asumen una actitud solidaria con el equipo editor:

"Pero claro... los recursos... subirían mucho...".

3. OBSERVACIONES DEL LECTOR DIRIGENTE CAMPESINO A REALIDAD AGRARIA

Las observaciones características del lector Dirigente Campesino, hechas sobre *Realidad Agraria* pueden sintetizarse en torno a cuatro reconocimientos de base:

- a) Es un medio que les conecta, desde su autopercepción de aislamiento, a zonas más amplias de la realidad social. En particular, les conecta a la variedad y diversidad de lo rural, el campo chileno. En general, les conecta a lo nacional.
- b) Es un medio en que se hace ver, se representa el punto de vista campesino. Esto es, allí aparece o se trata de la realidad que el campesino percibe como más propia. Su realidad, su visión, es lo predominante.
- c) Es un medio que ayuda o colabora con el dirigente campesino en las preguntas permanentes y en las preguntas nuevas de su actividad. Es una revista propia y útil al dirigente campesino.
- d) Es un medio que le asiste técnicamente en su condición de productores campesinos o "pequeños propietarios" rurales.

El conjunto nuclear de las observaciones campesinas a la revista, pueden entenderse como modos de este reconocimiento múltiple. Volveremos al final sobre la importancia de que, en cada caso, se trate de un *reconocimiento*.

3.1. Realidad Agraria es un medio que les conecta a zonas más amplias de realidad social

La revista viene a suplir lo que el dirigente campesino de base percibe como aislamiento o desconexión. En lo más inmediato, el aislamiento "local": les han permitido salir de lo local y ampliarse a otras zonas o lugares campesinos. En segunda instancia, les conecta a lo nacional. En tercera instancia, los vincula a otras diversas esferas de realidad: les amplía su visión y su información del mundo.

Realidad Agraria es recibida, en primer término -y como toda revista que les parezca propia- como un medio de ilustración o aprendizaje: por la revista saben de realidades que superan los bordes de su localidad.

- a) *Realidad Agraria* les conecta con un conjunto de otras modalidades de lo campesino.

"Porque uno conoce la realidad de otro lugar, porque la revista enfoca en parte la realidad no sólo de este lugar, sino la realidad de otros lugares... porque a veces uno trabaja en su lugar y hace cosas, y no conoce ninguna cosa que existe en otra parte; como que está metida ahí no más, sin tener ninguna relación con nada ni con nadie...".

"Cada vez que llevamos nuestras reuniones ordinarias... dejamos un espacio... pa revisar y leer la revista... y nos dábamos cuenta de lo que estaba pasando en otras partes...".

- b) *Realidad Agraria* les conecta con lo nacional. Desde lo rural, aparece su contexto nacional o de país.

"Ahí es, como quien dice, uno ve como que está metido, está dentro del mismo grupo, está como quien dice participando de lo que los demás están viendo como sus problemas... porque... aquí la gente no siente vivo eso de que está participando de una realidad nacional en donde somos todos importantes, digamos porque yo pienso que un país, que una patria, se hace con pequeñas personas y grandes personas...".

El efecto país viene dado aquí con toda su carga integracionista. Muestra lo nacional y lo muestra como integrándolo. La revista tiende a generar el efecto de integración a la sociedad nacional.

- c) En general, la revista aparece como ampliando el punto de vista y la base de informaciones con que se maneja el campesino.

"Gracias a que me he podido informarme, por la misma revista que está llegando, ya sea por *La Hoja Regional*, y también como decía por otros cursos, uno conoce otro mundo se puede decir... de... de... tiene más... es más abierto a la realidad campesina... ya lo mira de otra manera...".

Lo anterior se resume en la figura genérica de lo "ilustrativo".

"La revista para mí tiene muy buen sentido... es explicativa... y es ilustrativa a la vez...".

3.2. Se le reconoce el predominio del punto de vista campesino: muestra la realidad "campesina" y se reconocen en el enfoque de la revista

La revista aparece identificada con los intereses y puntos de vista del "campesino" o "pequeño propietario rural". Allí están presentes, y están representados sus iguales: otras localidades y otras organizaciones campesinas. Allí se muestran experiencias "campesinas": la revista tiende a generar el efecto de una reunión de la dispersión de los campesinos. Y sobre todo, a compensar lo que perciben como una exclusión permanente de lo "campesino" en la conversación pública y en los medios de comunicación.

- a) El atractivo de la revista es su enfoque campesino.

En general, la revista parece propia en la medida que se asume lo "campesino" como tema central.

"Yo creo que lo que lo hace atractiva es lo que lo hace del gente del campo... porque se identifica el campesino y nada más...".

En particular, resuena la distinción entre pequeños y grandes propietarios agrícolas. El enfoque campesino tiene que ver con esta distinción, y es ella la que distingue a *Realidad Agraria* de otros medios (como, hasta la fecha, "Nuestra Tierra").

"En "Nuestra Tierra"... durante mucho tiempo... salían cosas que uno le chocaban... salían muchos botones... para hablar claro... y cuando hablamos del campo... hay que hablar de lo que es el campo ahora, quienes manejan la situación del campo... Hay que ver... distinguir... el empresario del pequeño propietario... El pequeño propietario es el que se pone con la mayoría de los platos del país... El empresario siembra más pa' la exportación... de lo otro... que... en cuanto al desarrollo tecnológico, hay algunas cosas que estarían al alcance del pequeño propietario y otras no...".

Resuena la imagen de lo campesino olvidado y desconocido. *Realidad Agraria* aparece así compensando lo que ellos perciben como una deuda: no se les reconoce.

"Fíjese que lo que más me pasa, es que me alegra que haya alguien interesado en preocuparse de estas cosas...".

b) La presencia de "lo campesino" en *Realidad Agraria* les reporta, en primer lugar, la imagen de la diversidad campesina como fuente de aprendizaje intracampesino. La imagen predominante es el "recibir experiencias" de otros campesinos. Aprender de la diversidad, reconocerse mutuamente.

"Si po'... la revista me ha servido... porque a la vez uno ve allí experiencias de otros campesinos... y toda esa cosa... uno las va... ahí ve uno en la revista... si son buenas las experiencias... y así uno puede captar cosas para llevarlas al trabajo más adelante...".

c) La presencia de lo campesino les reporta, en segundo lugar, una fuente de estimulación por emulación. Al mostrarse experiencias exitosas de otros campesinos, les refuerza el sentido de su hacer como dirigentes.

En su versión más general, la alegría por el éxito de otros.

"Al ver otros casos... en parte... uno se siente contento de ver que otros campesinos estén progresando en otros lados".

En su versión más particular, el estímulo a la emulación:

"Al ver que otros campesinos ya están... digamos... trabajando... en otro nivel superior... se puede decir... se puede rescatarlos y tratar de llevarlos al campo".

- c) La presencia predominante de lo campesino, tiende a generar el efecto de *revista propia* de los campesinos. Esto es, les coloca en condición de protagonistas.

"De partida ya... recibir experiencias de otros campesinos... ya recibir experiencias... colocarlas ahí (en la revista) para que otras las lean... ya no es ir sólo de arriba hacia abajo... sino que se hace en conjunto... una revista... por todos..."

3.3. Realidad Agraria es una revista útil al dirigente campesino

El dirigente campesino lector de la revista, es generalmente un dirigente sin mucha experiencia. Se autopercebe como carente de múltiples destrezas y necesitado de formación e información constante. La revista le merece un reconocimiento precisamente por constituir una ayuda en sus actividades.

- a) En su versión más amplia, la revista contribuye a su formación como dirigente al hacerle partícipe de conversaciones que le son necesarias para su hacer como dirigente.

Le ayuda a expresarse:

"O por lo menos pa' la expresión... porque a veces el campesino es medio enredado... tiene poca expresión... entonces ahí como que le va (la revista) abriendo caminos a uno..."

Específicamente, ordena sus ideas: da argumentos, explícita lo que ellos quieren decir y no siempre saben cómo hacerlo.

"Nosotros mismos... ya sea como dirigentes... de comité que sea... pero... en el fondo nos va hacer falta... porque a veces a uno le toca con personas... y... se ponen a preguntar... y uno no tiene ideas como para decir sus ideas..."

- b) En lo central, le informa de modos y casos de organización o de experiencias útiles a la organización. El lector aprende de otros.

"(Refiere a una experiencia de una organización del norte)... y cosas que nosotros no sabíamos... pero por lo menos da una pauta... para poder uno... decir en su grupo... hacerse una organización... para poder también tener capacidad y poder llegar a hacer lo que ellos dijeron en ese momento..."

Se estimula a continuar en el trabajo de organización al ver el éxito de otros.

"Y así uno va reconociendo... porque en las fotos... salen a veces algunos compañeros de curso de capacitación para dirigentes que... ya están trabajando... que ya son dirigentes... salen en la revista... cuentan sus experiencias... y también da ánimo a seguir trabajando y no quedarse no más en la casa..."

- c) Su tarea como dirigentes les coloca en la actualidad ante un nuevo cuadro, asociado al cambio de gobierno. En esa medida, la revista les informa y les avala en sus nuevas gestiones.

Les informa:

"...de los sistemas crediticios, del sistema de riegos, y tantas otras cosas que hay, que todavía el campesino no lo conoce... pero están a disposición del campesino... Y eso yo creo que la revista ya puede apoyar... todo lo que pone del FOSIS por ejemplo, como ayuda al pequeño propietario, el apoyo del riego, el apoyo para los grupos de señoras en artesanía... hay un sinnúmero de cosas que..."

Les avala: la información que trae la revista es un respaldo para el dirigente que quiere usarla:

"...ya sea un pliego de peticiones que se haga así... hacia el gobierno... o nuevas leyes que el gobierno pone... eh... es bueno saberlos... o sea tener algo como la revista... porque a mí mismo me pasó... en la revista se publicó eso del Subsidio Habitacional Rural... me lo leí bien... y habían campesinos que querían postular al subsidio habitacional rural, y yo les dije que según la revista habían más posibilidades... Y vine yo al SERVIU con la revista... y le expuse claramente que... sobre lo que decía la revista... y ellos me salieron con... "no sé"... pero se me pusieron difíciles... Yo les decía que no... si no es algo que yo esté diciendo no más... la revista me está afirmando... y todo eso... bueno porque es como un apoyo que uno tiene... más... entre mayores informaciones tenga la revista... uno deposita su confianza en la revista... es un respaldo..."

3.4. Realidad Agraria es un medio que les asiste técnicamente en su condición de productores "campesinos".

Los dirigentes consultados comparten su rol de organizadores con su condición de productores campesinos. Como tales, están expuestos a las mismas necesidades y demandas. En ese sentido, la preocupación de *Realidad Agraria* por lo tecnológico es positivamente valorada.

"La nueva tecnología que viene... eso es bueno leerlo... y lo demás en cuanto a la posibilidad de nuevas siembras... porque el agricultor llega y siembra... y no sabe si el próximo año va a ser vendible o no va a ser vendible..."

La revista trae o acerca la tecnología:

"Es bueno, porque ahí uno ve... que la agricultura está avanzando... en la tecnología... y que ya nosotros... que somos productores chicos... tenemos que hacerlo... y si no nos vamos quedando atrás... va caminando más rápido la tecnología".

"Si porque vienen varios métodos nuevos ahí... para mejorar en veces la producción... la crianza de animalitos".

"Mire, la revista tiene muy buenos datos, muy buena orientación hacia el campesino... le hace conocer... ver hartas cosas de que a veces uno está alejado... de la tecnología que hay que seguir y todo eso..."

3.5. A estos cuatro reconocimientos, se agregan tres peticiones o deseos (que son igualmente constitutivos de su imagen de la revista)

- a) Se pide que *Realidad Agraria* intensifique su enfoque hacia "lo campesino", en el sentido de propiciar un espacio en que el conjunto de la diversidad campesina se mostrara. Resuena la ilusión de una presencia exhaustiva: que en una sucesión fueran siendo presentados todos los modos de ser campesino en Chile.

Este deseo se relaciona con la imagen de un "recorrido" por la diversidad campesina que posibilite una suerte de reencuentro en la dispersión.

- b) Que intensifique su enfoque en torno a la importancia de la organización y que entregue al dirigente elementos prácticos para poder cumplir con su rol. Esta petición se relaciona con un "llamado" a los campesinos a organizarse en la situación actual. Imaginan a la revista insistiendo y convocando a los campesinos a la tarea organizacional: vencer el miedo y vencer el individualismo.

- c) Que intensifique su enfoque hacia "lo campesino", en el sentido de llegar a constituirse en una revista propia de los campesinos en general. Esto es, que en su planteamiento y en su distribución, llegara a la "familia campesina" y no sólo a los dirigentes.

- a) La imagen deseada de "lo campesino" en toda su diversidad. Recorrido para un reencuentro.

"Que pudiera salir... que en otro sector... también supieran lo que nosotros estamos haciendo acá... y sería... que todos los grupos que hay de campesinos les llegara el momento para... una pequeña entrevista... como un recorrido".

- b) La percepción de una reticencia de los campesinos a acoger la convocatoria a la organización, funda el interés en que desde lugares como la revista, se "llamara" a los campesinos a organizarse, como incentivo especial a unas bases que no están orientadas a la organización.

"Fomentar el crecimiento de la organización... ir explicando así... para incentivar así a tantas personas que a la fecha, todavía no están organizadas".

"Y son personas que realmente no han despertado... es eso lo que creemos que hay que incentivar... que salga de esa mentalidad... de ahí que en la revista... ojalá poder insistir permanentemente en este asunto...".

Y muy especialmente, en lo relativo al "temor" que parece persistir entre los campesinos, desde la experiencia represiva de la dictadura.

"Entonces en esa parte... a lo mejor falta que venga más pa' la gente... que no tenga temor... que a lo mejor no va a ser... que nunca va a ser... un '73 así, po'... porque la gente está atemorizada... yo pienso que a lo mejor habría que ponerle... más auge a lo mejor así... de la gente tiene tanto miedo... o sea ponerle de que se olvidaran... digamos...".

Lo anterior parece inscribirse en una percepción positiva del nuevo gobierno, en el sentido de una oportunidad nueva que no está siendo bien reconocida por los propios campesinos.

"Yo pienso que el gobierno tiene muy buenas intenciones, ¿cierto?... que no sé... que al campesino habría que incentivarlo o habría que capacitarlo... o interesarlo... para que aproveche las franquicias que le están dando... pienso que si la gente hoy día no se enrola en este coche de que lo están tomando en cuenta... si lo pierde... es probable que después le cueste mucho recuperarlo...".

c) La demanda por una revista para los campesinos.

El dirigente campesino cuyas observaciones sobre la revista hemos comentado, sigue plenamente conectado a su identidad como "campesino". Su condición de dirigente es un rol que comienza a reconocer, pero siempre supeditado a su identidad social básica. De ahí que no sea extraño que tienda a pedirle a *Realidad Agraria* una reorientación más claramente definida a ser la revista de la familia campesina en general.

"Ahora lo que falta es incentivar a los campesinos... tiene que haber un cambio ahora, más dirigido al jefe de hogar y la familia, pa' la familia completa; o pa' que se lea en la casa, y de cuenta la familia, y sin desmerecer los avances en la nueva tecnología... ir metiendo toda esa cosa...".

"Y otra parte que haiga pa' la dueña de casa... ya los remedios"... "y la cocina...".

4. NUEVAS EXPERIENCIAS EN COMUNICACION RURAL:

El Trumao y Domingo en el Campo.

En este capítulo abordamos las observaciones y evaluaciones que los lectores de *Realidad Agraria* entrevistados, hacen a los otros dos programas de comunicación, de alcance regional en la zona de Chillán.

Ambas son experiencias de reciente data. Por ello, interesaba una primera aproximación a la recepción que alcanzaron a tener en su corta existencia inferior a un año, según los términos del convenio que le dio vida a título de experiencia.

La información en que se basa este análisis, está extraída básicamente de los lectores Dirigentes Campesinos, de la zona de Chillán. Esto se justifica por el hecho que ambos programas estaban prioritariamente orientados a ellos, antes que a los Técnicos Agrícolas.

4.1. Generalidades

La experiencia del *Trumao* y de *Domingo en el Campo* contribuyen al análisis de la experiencia de *Realidad Agraria*: "lo campesino" aparece en estos nuevos medios de un modo distinto a como lo hacía en la revista. Su atractivo reposará precisamente en este rasgo.

En primer término, está la centralidad de "lo campesino": mientras en *Realidad Agraria* lo "campesino" indica una de las notas determinantes de la revista, en *El Trumao* y en *Domingo en el Campo*, "lo campesino" es LA nota determinante. La identificación del campesino con el medio, en estos dos casos, está facilitada decisivamente por este rasgo.

Estos dos programas logran, cada uno a su manera, esta identificación básica, en y con lo campesino:

Por un lado, *El Trumao* PRESENTA a los campesinos (de la microrregión del Diguillín). En él APARECEN los campesinos, retratados (en las fotos, en sus preocupaciones, en sus múltiples dimensiones).

Por su parte, *Domingo en el Campo* se juega su atractivo en el personaje (Don Chumingo) que REPRESENTA (relativamente) a los campesinos.

En *El Trumao*, los protagonistas son los propios campesinos. En *Domingo en el Campo*, el protagonista es un personaje que modela un tipo de campesino (un campesino "especial", como veremos, pero con resonancias rurales innegables).

En la revista, estas dos funciones (presentar y representar a campesinos) estaban presentes... Pero de modo subalterno, en una estructura que incluía otras dimensiones de lo rural-nacional.

Lo anterior redonda en una aproximación más cálida -emocional-mente más intensa y amigable- de estos medios a sus destinatarios. De hecho, tienden a satisfacer el deseo de unos programas (revistas, radio, etc.) dirigidos a la "familia campesina".

Volveremos al final sobre este punto: la demanda por identificación que el campesino pone a los medios de comunicación que les son dirigidos.

4.2. El Trumao

El Trumao es un boletín de circulación localizada en la microrregión del Diguillín, en la provincia de Ñuble. Está dirigido a los productores campesinos de la zona, particularmente a aquellos que participan del programa de desarrollo rural que allí implementa el Grupo de Investigaciones Agrarias (GIA).

¿Qué se dice del *Trumao*?

a) En el *Trumao* los lectores se reconocen: son ellos mismos.

"La gente lo lee y lo comenta, porque les gusta y se ríen un poco por las cosas que salen... yo me imagino porque identifica un poco... porque se ven ellos como siendo LOS ACTORES DEL ASUNTITO".

El Trumao tiene por personaje a sus propios lectores.

b) En el *Trumao* los lectores son reconocidos: son nombrados.

"Porque ya nombran sus comunidades... yo creo que eso es lo que más le gusta a la gente del campo... a la que está más abandonada... que lo identifique bien... como que se siente bien, y siendo él el que aparece ahí... de repente sale el nombre de un caballero, y dice: "Ah! este es fulano de tal, de por allá"; que salen sus nombres de repente, alguna cosa que ellos... que nunca ha pasado... digamos es como una novedad".

La foto y el nombre: son los dos dispositivos básicos que indican esta presencia del campesino y que posibilita su identificación. Ahora bien, el punto es que el *Trumao* lo logra de modo que genera una identificación placentera: lo que allí se ve es sustentable, un modo de vida rural o campesina cargada de signos positivos: lo identifica "bien" (se siente bien).

En otros términos, el *Trumao* refleja una imagen verosímil y, al mismo tiempo positiva, de lo rural. Muestra un mundo rural habitable, promisorio.

c) *El Trumao* es: la realidad de Diguillín.

El medio está constitutivamente ligado a la microrregión del Diguillín. En ese sentido, su localismo es determinante. Cubre un espacio intermedio de realidad, entre la comunidad o localidad de cada campesino, y la región. Lo interesante es que tiende a generar una suerte de identidad, un reconocimiento en un programa intercomunitario. *El Trumao* patentiza, nombra, la realidad Diguillín y su red de comités.

Esto es, permite no sólo el reconocimiento de cada campesino (que aparece allí), sino también el reconocimiento con otros, de otras comunidades ligadas por el proyecto Diguillín.

"Una parte importante... que cuando uno se encuentra con otros compañeros por ahí... de distintos comités... "YO PARECE QUE TE HE VISTO". AH! TAI EN LA REVISTA TAL... ¿Participai en el GIA?... ¿Si?... ¿En cuál comité?... En el comité de Las Quilas... entonces en veces... nos sirve no sólo para conocernos dentro... como socios dentro del comité... sino que personas de otras comunidades...".

El Trumao logra así, sobre la base del localismo, ampliarlo y nombrarlo como Diguillín. Es local, pero no adscrito a una localidad en particular.

"Yo siempre leo... lo que es más importante... lo que vaiga relacionado con aquí... con esto de la microrregión del Diguillín... o sea yo pienso el *Trumao* está todo relacionado con esta zona de acá no más".

d) Es la diversidad de la vida rural.

El otro eje constitutivo de la aproximación, cálida e identificatoria, de los lectores con el *Trumao*, tiene que ver con la diversidad de aspectos de la vida rural que cubre. Parece un medio ajustado a las vivencias de una familia campesina, en la medida que lo mismo habla de tecnología, como de organizaciones de mujeres, de deportes, de cultura campesina. Recorre la vida rural de modo de presentar un cuadro creíble.

"Que ya aparecen que estaban jugando al tejo...".

"Y aparecen las señoras también...".

"Las adivinanzas...".

"Y trae consejos técnicos, de qué hay que ir haciendo...".

El conjunto de rasgos anteriores fundan una evaluación neta positiva, basada en el reconocimiento y la identificación. En el sentido complementario, parece estar comenzando a lograr la identificación de los productores en torno al proyecto Diguillín. En este sentido, puede ser definido como un medio de comunicación-apoyo a un programa de desarrollo rural: genera conversación distendida (la leen, hablan y se ríen).

e) Logros y posibilidades.

El Trumao ha logrado el reconocimiento y la APROPIACION por parte de los campesinos. Por lo que señalan sus lectores, lo ha logrado básicamente MOSTRANDO la diversidad de la vida rural, y PRESENTANDO a los propios campesinos de las diversas localidades cubiertas por el programa Diguillín. En ese sentido, ha logrado plenamente un primer nivel de éxito.

Lo posible tiene que ver, proponemos, con un paso adelante en esta capacidad de "indicar" o nombrar la realidad Diguillín. Si el *Trumao* quiere ser un medio de apoyo a ese programa, ya lo está logrando. Pero podría intentar un efecto de mayor alcance: hasta ahora ha mostrado lo disperso; ahora podría intentar también mostrar lo común a Diguillín: hacer hablar al proyecto o al programa. Es decir, potenciar la identidad microrregional, generando una referencia común, una conciencia de pertenencia a ese programa. Que en lo disperso o puntual -tal o cual comité- comenzara a escribirse, por resonancia, el "cuento" o relato de Diguillín.

Esto es interesante, porque tiene que ver tanto con la identidad "localista" de los campesinos, pero sin restringir la identidad de la comunidad de pertenencia. Es un modo de agregar comunidades, en que lo local se reproduce y se amplía.

Igualmente, podría ser un medio que coloque desafíos comunes, tareas u objetivos a lograr en conjunto. Potenciar, en suma, la articulación práctica y simbólica de varias comunidades campesinas participantes de una misma dinámica de desarrollo rural.

4.3. Domingo en el Campo

Domingo en el Campo es un programa de radio transmitido por una emisora local de Chillán, semanalmente. Salió al aire durante muy poco tiempo (aproximadamente 7 meses), lo que hace inestables todavía los juicios sobre él.

¿Qué se dice de *Domingo en el Campo*?

- a) La importancia de Don Chumingo. La proyección del auditor en el personaje.

Domingo en el Campo intentó lo más difícil: lograr una comunicación con el auditor, sobre la base de representarlo a través de un "personaje". Lo "campesino" está allí presente no sólo por la temática del programa; está antes por un "estilo" del personaje central, que intenta reflejar un modo de ser campesino, y una selección musical acorde a los gustos campesinos (guarachas, etc.).

Y en ésta, su apuesta central, *Domingo en el Campo* aparece logrando su objetivo. Don Chumingo parece un campesino: un campesino "especial", pero que en su diferencia con un campesino "normal" permite una cierta identificación. Para lograr esto, es central tanto el acierto del propio actor Chumingo, como de la tensión que genera con el locutor, de rasgos más estrictamente urbanos. No es propiamente que lo campesino se reconozca en don Domingo: se reconoce, se proyecta, en la relación de éste con el otro-urbano. Es esa relación la conocida.

En lo central, el personaje logra una relación de simpatía con el auditor campesino. Aún en sus "excesos" -como todo personaje, tiende a exagerar ciertos rasgos-, genera una escena donde el campesino puede proyectarse positivamente.

"...el modo de hablar y todo... bien ACAMPAO y a cualquier campesino que lo escuche le va a llamar la atención..."

"...y siempre me preguntan... ¿que será de don Chumingo?... se ganó un buen hueco, ¿ah?!".

En esta línea, el punto crítico en que se juega la distancia con el campesino, tiene que ver con el manejo y la actitud del personaje: en la escena, tiende a vencer al locutor, generando el dicho común, humorístico, de que "Don Chumingo se las sabe todas".

Lo que pierde en verosimilitud el personaje (no es muy creíble en ese sentido), lo gana en atracción y simpatía. Juega con el doble estándar campesino: la imagen de parecer ignorante y de ser en el fondo sabio.

b) Los temas campesinos en el tono campesino.

Lo que logra el personaje, se dobla también en la estructura del programa, y en el tono general del mismo (diálogos, música).

Domingo en el Campo logra vincularse con el auditor campesino, al articular las preocupaciones campesinas cotidianas -siembras, precios, etc.- con los gustos musicales cotidianos y en un tono que conecta con el humor campesino.

c) El programa cubre necesidades del productor campesino.

"No, si es entretenido... y muy ilustrativo también... siempre están dando los precios... de los trabajos que hay que ir haciendo... trae tecnología...".

"...así uno se va anoticiando...".

d) El programa da en el gusto musical de los campesinos.

"Y la música es buena... las guarachas...".

Este mismo dato es el que genera una cierta distancia en otros auditores no campesinos, como los técnicos agrícolas.

e) Humor campesino.

El programa es distendido por la introducción constante del humor. La seriedad de las "noticias", va acompañada del comentario humorístico permanente.

"Y las tallas... buenas tallas...".

"Y se tiran tallas todo el rato...".

f) La fórmula del diálogo rural-urbano.

A nuestro juicio, la potencia básica del programa hay que buscarla en la fórmula escogida para dar cuenta de lo campesino. En el programa, lo campesino no aparece sólo como "destinatario". Pero tampoco aparece como emisor sin contexto. En el programa, y condensado en la dualidad del personaje (campesino, pero también técnico agrícola), se juega al diálogo que constituye lo rural hoy día: lo campesino y lo urbano. Lo campesino tiende a percibirse, a través de la mediación de un programa de radio, como un polo de una relación determinante con lo urbano. Es en ese diálogo donde lo campesino se proyecta como diferencia actual. A nuestro entender, el crecimiento y potenciamiento de este programa, de por sí ya exitoso, pasaría por un manejo sistemático de esta relación entre el locutor que tiende a representar lo campesino (Don Chumingo) con el personaje que tiende a representar lo urbano. La "victoria" del primero sobre el segundo, que a todos resuena, indica precisamente el centro del diálogo que constituye lo específico del programa.

La misma fórmula puede trabajarse ampliándola en los dos sentidos. En el sentido del polo campesino, entrevistando a productores, mujeres, jóvenes o ancianos propiamente campesinos. En el sentido del polo urbano, entrevistando a ingenieros, profesionales de la salud, agentes del estado, artistas. En esa fórmula, creemos, se juega una interesante posibilidad de reflejar lo rural actual: lo campesino en su diálogo con lo urbano.

5. INTERPRETACION DE LAS OBSERVACIONES DE TECNICOS Y DIRIGENTES

En los capítulos anteriores se presentaron las principales observaciones que la revista *Realidad Agraria* merece a sus lectores. Intentábamos reconstruir el punto de vista del lector, desde el cual valora y evalúa a la revista.

En este capítulo, intentamos una interpretación general de esas observaciones. En concreto, se trata de aprender de ellas sobre los problemas y desafíos de un medio como *Realidad Agraria*. De fondo a esta interpretación, estará el estudio análogo hecho a los lectores de la revista en el año 1986 (ver Anexo 2).

Nuestra proposición central sobre la revista, a partir de las observaciones de sus lectores, tiene que ver con el carácter eminentemente práctico, ligado a la acción concreta, que adquieren las preocupaciones de los lectores. Hoy, el lector de *Realidad Agraria* busca en la revista soluciones, ideas, ligadas directamente a su práctica, antes que interpretaciones que den forma a su discurso como técnico o como dirigente.

Es en este nivel, que caracteriza a las preocupaciones más propias de un técnico y un dirigente campesino de base en la actualidad, es donde se juega el problema y el desafío de *Realidad Agraria*. Nuestra apreciación general es que la revista está conectada a los temas a que refieren esas preocupaciones, pero todavía en un nivel más discursivo e interpretativo o, que práctico e instrumental.

Vamos a tratar de fundar esta interpretación y evaluación de la revista, comparando las observaciones que hacían los lectores en 1985 y las que hacen en la actualidad. Pretenderemos

demostrar que de entonces a la fecha, el lector tipo de la *Realidad Agraria* ha vivido una transición importante. Que entonces, la preocupación era centralmente por las interpretaciones y los discursos (valoraban lo "nacional", la "veracidad", "el desarrollo rural", lo "campesino" del punto de vista de la revista). Y que ahora, la preocupación es centralmente por soluciones y sugerencias de acción (valoran la información técnica, la cobertura de las iniciativas de organización campesina, etc.).

El desafío de *Realidad Agraria* sería, a nuestro juicio, reajustarse a las preocupaciones de sus lectores actuales, sobre la base de una intensificación de su dimensión instrumental: como revista de uso en que se encuentran sugerencias pertinentes a su hacer como técnicos y dirigentes.

Los rasgos que se reconocen a la revista son básicamente los mismos en los lectores estudiados en 1986 y los actuales. Sin embargo, el peso de cada uno de ellos ha cambiado radicalmente. Es ese cambio de peso relativo de cada una de las marcas o criterios de lectura lo que hace la diferencia, y en donde juega la adhesión e identificación de los lectores con la revista.

Se verá por separado.

5.1. La pareja de rasgos "país-verdad", era central y sobredeterminante en 1986; en 1990 tiende a perder a esa centralidad

En el estudio realizado en 1985, dos notas marcaban a la revista y establecían un puente de identificación con el lector, de un modo central: la imagen "nacional" asociada a la revista, y la imagen de veracidad.

- a) La imagen nacional era central a las preocupaciones de un técnico agrícola y de un dirigente campesino de entonces, por cuanto su experiencia estaba fuertemente marcada por la dispersión y el aislamiento institucional.

Cómo técnicos de ONGs, se desenvolvían fuera de los circuitos estatales y públicos. Pertenecían al disperso e incomunicado mundo "alternativo", que se consolidaba después de varios años de intentos. La revista lograba generar el efecto "país", en la medida que mostraba y potenciaba una RED NACIONAL de ONGs y experiencias de trabajo alternativo. En complemento, la revista superaba lo único disponible a la fecha como comunicación entre los que pertenecían al mundo rural alternativo: los micromedios de alcance local o, a lo sumo regional. *Realidad Agraria* venía así a responder a la necesidad de intercomunicación entre los dispersos agentes de las ONGs. Además, restauraba la imagen de pertenencia a una red nacional que muchos de esos lectores técnicos agrícolas habían conocido en el período de los presidentes Eduardo Frei y de Salvador Allende, a través de su pertenencia a los circuitos estatales (Indap, Cora, etc.).

Para los dirigentes campesinos era también una nota destacada. En efecto, aquellos dirigentes pertenecían básicamente a niveles superiores o cupulares de las organizaciones. Lo que emergía como organización campesina era básicamente un intento de reconstrucción en donde las cúpulas estaban relativamente desconectadas de las bases. La revista era entonces, propiamente, una revista que daba cuenta de su alcance también "nacional" como dirigentes.

En 1990, lo "nacional" ya no tiene la misma carga identificatoria. Los vínculos del técnico agrícola ahora son mayores. El dirigente campesino lector de la revista, ahora, es también un dirigente de base, local.

No son esas las preocupaciones centrales de los técnicos y los dirigentes campesinas actuales.

- b) La imagen de "veracidad" era también constitutiva de las observaciones de lector en 1986. La revista era valorada centralmente por constituir la "voz" alternativa al ensordecedor coro oficialista, que presentaba una versión de lo rural y lo nacional que excluía y hasta perseguía su versión de los hechos.

La revista se hacía eco, por así decir, de su "verdad", en un contexto en que las interpretaciones e informaciones estaban fuertemente vigiladas y uniformadas. La revista era el espacio para reconocerse en una versión alternativa y consistente de los hechos rurales. La "veracidad" de *Realidad Agraria* no era sino otro índice de identificación con la revista.

En 1990, las condiciones de la comunicación social han cambiado visiblemente. Así como no hay ahora una sola versión oficial, compacta y autoritaria, la "verdad" es simplemente condición sine qua non, pero no necesariamente una marca que diferencie. Ya no identifica con la misma fuerza que en 1986.

De hecho, estas dos preocupaciones, de corte ideológico y generales, centrales a la lectura de *Realidad Agraria* en 1986 y bases de la identificación con sus lectores, no tienen en la actualidad mayor importancia en la aproximación de los lectores a la revista.

5.2. La pareja "desarrollo rural-perspectiva campesina" debe responder ahora a preguntas más concretas que en 1986. Como preocupación discursiva general pierde peso; como preocupación práctica adquiere peso

La preocupación y la cobertura a la "cuestión rural", en todos sus niveles, ha sido característico de *Realidad Agraria*. La conversación agrarista -desde la cuestión tecnológica, hasta el sentido de las transformaciones de la estructura social agraria- ha sido continuamente reflejada en ella.

Ahora bien, tal preocupación, y su nivel general y discursivo de tratamiento estaba significativamente conectada a la preocupación de los técnicos y dirigentes campesinos de 1986. Ambos agentes, estaban a la búsqueda de interpretaciones y explicaciones que dieran cuenta de los cambios que percibían en el mundo rural y que no podían describir satisfactoriamente. La revista venía a responder a esa pregunta acuciante por "los cambios en el agro", con que se tematizaba las transformaciones sustantivas de la estructura agraria chilena que venían produciéndose (fruticultura de exportación, la aparición del trabajo temporero, la incorporación de la mujer al trabajo, etc.).

Esa dimensión de las preocupaciones de un técnico agrícola, al menos en ese nivel, no genera actualmente la misma identificación. La preocupación de los técnicos no está centrada ahora en el "sentido" de lo que ocurre en el campo. Su pregunta ahora está ligada, como veremos luego, en su hacer inmediato como técnico agrícola.

El reconocimiento de la especificidad de lo "campesino" (frente a lo empresarial rural) ha sido la otra nota distintiva de la revista. En lo tecnológico, su preocupación por la economía campesina y sus posibilidades y limitaciones propias. En lo social, su apoyo y promoción de las organizaciones campesinas. Ambas opciones modelan este reconocimiento de la especificidad campesina.

En 1986, esta opción y esta distinción estaba asociada, por los lectores lo mismo que por la revista, a una pregunta por el desarrollo rural y la promoción campesina. Por ello, venía a reforzar la identificación del lector con la revista.

En 1990, sigue siendo una nota distintiva y una fuente de identificación básica entre lectores y revista. Lo mismo que entonces, ahora se le reconoce a *Realidad Agraria* una sintonía con su propia opción, como técnicos, y con su identidad social, como dirigentes campesinos.

Sin embargo, ahora lo "campesino" no está necesariamente vinculado a un discurso general sobre el desarrollo rural. Ahora es básicamente una identificación inmediata: en el técnico, porque trabaja con campesinos (y no con empresas agrícolas); para el dirigente, porque es campesino.

Eso explica que en ambos casos se demande, por los lectores, una corrección o ajuste de la revista en su preocupación por lo "campesino".

Para los técnicos, la revista debería atender mejor a la diversidad agrotécnica de la realidad rural y campesina. Que lo que predomine sea ahora la diversidad, en la percepción del técnico, tiene que ver con su mayor "practicismo" actual. Desde el accionar concreto de un técnico agrícola, lo campesino tiende a escindirse también en multiplicidad de situaciones, regiones y microrregiones, con sus especificidades técnicas muy marcadas.

Para los dirigentes campesinos, esta opción de la revista es reconocida. Pero también es la fuente de una demanda difícil de manejar: de hecho piden que la revista tienda a intensificar esta opción, en la línea de transformarse en una publicación para la familia campesina. Esto es, una revista que tenga por protagonista y por destinatario al campesino (y no sólo al dirigente).

Con todo, la opción de la revista por el punto de vista "campesino", sigue siendo un vínculo central en la identificación con sus lectores.

5.3. ¿Cómo se organiza al campesinado? ¿Qué hay de nuevo en tecnología? ¿Qué hay de nuevo en las políticas agrarias? Las preguntas básicas de un dirigente o técnico campesino son, en 1990, preguntas esencialmente del orden del hacer

En las observaciones que hacen los lectores actuales a la revista, adquieren una centralidad determinante las preguntas asociadas directamente a su hacer, ya sea como técnicos o como dirigentes. Son lectores que buscan instruirse: acceder a instrumentos, conocer posibilidades de acción.

Para el técnico agrícola, esto tiene que ver con su condición de agente que debe responder a las preguntas de los campesinos y que debe disponer de soluciones a sus problemas. En segun-

do nivel, como técnicos inscritos en un enfoque del trabajo de asistencia técnica que valoriza la organización de los productores, debe responder al requerimiento hoy vigente de proponer y orientar al campesino en su organización de base. Es demanda común, y de fondo, en nuestros entrevistados, la demanda por herramientas y orientaciones para su trabajo organizacional.

Para el dirigente campesino ocurre algo análogo. En su condición de dirigente de base, sus preguntas tienen que ver directamente con su tarea de orientar y organizar a los productores de su localidad. Está a la escucha, entonces, de iniciativas e "ideas" que le orienten en este trabajo. De ahí la alta valoración que dan a poder encontrar en la revista "experiencias": esto es, posibilidades de acción ya probadas en otras zonas.

Para ambos, la cuestión de las nuevas posibilidades de trabajo ligadas al cambio de gobierno, son también otra demanda de información concreta. Perciben que el radio de su acción se ha ampliado significativamente, y que no disponen todavía de un conocimiento acabado de las nuevas posibilidades. Valoran y piden a la revista una mayor cobertura de esas nuevas posibilidades.

Estas preocupaciones, que podríamos llamar permanentes de un técnico agrícola y de un dirigente campesino de base, ocupan hoy el centro de la atención y el interés de los lectores. Las otras caras de la revista y de su enfoque, centrales en el período anterior, son ahora si no marginales, notoriamente menos importantes.

La transición entre los intereses generales y discursivos (verdad, país, desarrollo rural) a intereses prácticos y del orden de la acción, es la transición que la revista debe registrar y a la que debe responder. Su eficacia como medio, lograda en los tiempos autoritarios, está en juego en la actualidad. Su particular enfoque, la realidad agraria vista desde una óptica que reconoce lo "campesino" como un componente a resaltar, sigue siendo el núcleo de una identificación con sus lectores. Desde ahí, creemos debe replantearse la pregunta y el sentido de la revista.

6. EL PROGRAMA DE COMUNICACIONES REALIDAD AGRARIA: REFLEXIONES FINALES

En este capítulo intentamos proponer algunas distinciones que, a la luz de lo dicho sobre el programa en 1985 y del análisis actual, constituyen elementos útiles para la discusión y el diseño de medios de comunicación en el mundo rural o hacia el mundo rural.

6.1. Acerca de la Identificación de los lectores Técnicos Agrícolas y Dirigentes Campesinos con una revista

Una revista como *Realidad Agraria* aspira a una cierta identificación de sus lectores con el medio. Ahora bien, tal "identificación" con sus lectores está sujeta a los modos en que este tipo de lectores se identifican "con" y "en" un medio de comunicación.

+ En un sentido general, decimos que los lectores se sienten identificados con una revista, en la medida y en el modo en que comparten la línea editorial del medio. En el caso de *Realidad Agraria*, la línea editorial era un dato buscado por los lectores y de ello daba cuenta su elaboración.

¿Cuál es la línea editorial que los lectores del medio reconocen en la revista y a la cual adhieren?

Básicamente, una línea editorial que aborda la estructura y el proceso rural, partiendo del reconocimiento de lo "campesino" como una distinción básica. Pudiera parecer una distinción lógica o exigida, y sin embargo, es en los hechos una opción (por lo demás minoritaria).

La distinción de lo "campesino" se manifiesta en dos matices para ver lo rural:

- a) En el plano estructural, reconoce una diferencia de intereses entre diversos componentes de lo rural. Lo "campesino", al indicar a un colectivo social, coloca en el tratamiento de los procesos rurales el conjunto de los procesos sociales. La cuestión rural es entonces una cuestión socialmente constituida.
- b) En el plano del proceso rural, la distinción de lo "campesino" le permite abordar el campo técnico de la actividad agrícola, asumiendo la diferencia de la llamada Economía Campesina o -en su versión emergente-, como Sistemas de Producción Campesinos. Puede así recoger necesidades y posibilidades económicas y técnicas, especialmente diseñadas para el pequeño productor rural.

Lo más determinante en la línea editorial de la revista, es haber construido una visión de lo rural desde un punto de vista que privilegiaba los intereses y las necesidades de los campesinos. Mostraba una realidad agraria ajustada a la situación campesina. (En el anverso, otros medios proponen una revista del campo, en que se privilegiaban los intereses y los puntos de vista del empresariado agrícola).

Esta doble caracterización de lo rural como conteniendo y como contexto de lo campesino, permitía precisamente el enganche más determinante del medio con sus lectores.

Tanto el técnico como el dirigente, reconocen en esta línea de la revista una coincidencia previa y decisiva: en el dirigente, prioritariamente por una identificación ideológica; en el técnico, además de ello, por una identificación de pertinencia para su trabajo.

Para el dirigente campesino, en efecto, el reconocimiento y la proyección central de lo "campesino" en la revista, le generaba una identificación de "reconocimiento" en la revista: de algún modo, él estaba en la revista. Lo que en la revista aparecía, le era atingente. Los temas de la revista eran parte de sus preocupaciones; respondía a sus inquietudes y le servía en su condición de dirigente campesino. Pero sobre todo, lo que la revista retrataba era reconocible por el dirigente campesino como lo que le era propio, como lo suyo: otros campesinos, otras situaciones análogas a las suyas, viendo allí reflejada su identidad.

Para el técnico agrícola, lo central es la pertinencia del enfoque de la revista -en la selección y tratamiento de los temas- respecto de sus preocupaciones en tanto técnico. La revista, al distinguir lo "campesino", ajustaba a su experiencia de trabajo precisamente con "campesinos". Y la distinción en este plano es bastante importante para su actividad: define desde opciones tecnológicas precisas, hasta la orientación y el sentido de su hacer. El enfoque de la revista, en el

fondo, daba cuenta de la diferencia (práctica e ideológica) de trabajar como técnico en una empresa agrícola o en asistencia a pequeños productores.

Bajo esta aproximación general, analizaremos algunos aspectos de esta "identificación" de los lectores con un medio como *Realidad Agraria*.

6.2. El problema del equilibrio: lectores diversos, lectores que cambian.

Es obvio que los intereses más propios de un técnico agrícola no son los de un dirigente campesino. Que además, un dirigente de base tampoco coincide en sus preocupaciones con un dirigente a nivel nacional. Por otra parte, las preocupaciones e intereses de unos y otros han cambiado notablemente en el lapso de estos diez años.

Una revista como *Realidad Agraria* ha tenido que conciliar intereses muy diversos y cambiantes.

El equilibrio más difícil, a nuestro juicio, no tiene exclusivamente que ver con un problema de temas. De hecho, en principio parece difícil conciliar los temas propios de un técnico con los de un dirigente campesino. Pero las opciones editoriales en ese campo son bastantes. El problema más grave, donde las opciones se restringen, tiene que ver con el nivel de abstracción para tratar los temas. De hecho, de un mismo tema, puede haber un tratamiento más discursivo o un tratamiento más "práctico". Es decir, más centrado en los *por qué* y los *para qué* (el sentido de las cosas, las interpretaciones, las explicaciones, las predicciones, etc.), que en el *cómo* (la operatoria, la información para la acción directa, el cómo-hacer).

La elección del nivel de abstracción adecuado, se dificulta por las siguientes razones:

- la diferencia entre técnicos y dirigentes campesinos, hace que la revista no pueda quedarse en un nivel puramente operatorio (las actividades de un técnico no son las mismas que las de un dirigente).
- los intereses del proyecto editorial apuntan a algo más que entregar herramientas de trabajo al técnico agrícola o al dirigente campesino.
- finalmente, es fundamental, a nuestro modo de ver, la inestabilidad de esos dos niveles de preocupación de los propios lectores. La situación y los intereses de los lectores de *Realidad Agraria* han cambiado y continúan transformándose en el país. Ese es el contexto del cambio producido en su nivel de preocupaciones: el técnico agrícola del año 85 era un técnico mucho más preocupado del "sentido" de los hechos (qué hacer, para qué, por qué), que de la operatoria (cómo hacerlo). Ocurre como si en la actualidad estuviera, relativamente claro lo que hay que hacer, y se manifestara la carencia de instrumentos y métodos para llevarlo a cabo. Eso hace que el equilibrio anterior, entre proposiciones discursivas y sugerencias de acción concreta, cambie. La revista, debe entonces comenzar a responder nuevas preguntas, mucho más prácticas y específicas.

Igualmente, el lector dirigente campesino de base tiende a presionar en el mismo sentido, ya que es básicamente un actor: pide a la revista cómo hacer, orientación para la acción, sugerencias y posibilidades de acción. Es decir, experiencias de organizaciones, información de alternativas en las políticas sociales, etc. En cambio, el dirigente campesino de superestructura, más aún

en un período autoritario como era el caso en 1985, pide a la revista un "discurso" sobre lo rural en el cual se vea reflejado.

Otro elemento a considerar es que el dirigente campesino de base actúa en tanto tal, pero es al mismo tiempo y centralmente, un productor directo. De ahí que sus preocupaciones tiendan a presionar a la revista a ser de los campesinos en general (una revista para los campesinos o para la "familia" campesina).

A nuestro entender, la revista resolvió de mejor manera este problema de equilibrio en 1985 que en la actualidad. Y esto es comprensible por cuanto en esa fecha aquello era más factible: tanto el técnico agrícola de ONGs, como el dirigente campesino de superestructuras, estaban en demanda de un medio que interpretara el proceso rural de modo alternativo y apropiable, frente a la versión dominante que les excluía y les perseguía. La preocupación por el discurso, por el sentido, por la verdad, etc., eran prevaletentes y congruentes entre los lectores.

Este período, de transición en los lectores y en la revista, requiere que ésta intente recuperar ese equilibrio de modo mucho más forzado o limitado, ya que la presión desde los lectores enfatiza el polo "práctico" que es relativamente rígido.

Pareciera ser entonces que el desafío es ahora mayor: se trata de proponer un discurso rural, que potencie lo campesino, en el plano múltiple y diverso de la acción.

6.3. El problema de la "especialización" de la revista

Realidad Agraria es una revista especializada, en el sentido que sus contenidos tienden a un mismo ámbito de intereses del lector: su actividad laboral o su actividad como dirigente. El equilibrio entre "especialización" y generalidad (magazinesca) de la revista ha sido claramente definido en beneficio de lo primero.

Tal nota no parece presentarle problemas al lector técnico agrícola. Pero es insistente la presión del lector dirigente campesino de base por ampliar el ámbito de preocupaciones de la revista hacia zonas más difusas de su situación: la familia, el deporte, etc.

En el límite, se reconoce la presión del lector campesino por una revista a ser leída y reconocida por el campesinado en general, y no sólo por los dirigentes. Esto tiene que ver con la especificidad del dirigente de base, que como hemos dicho, conecta todavía muy cercanamente con su condición de "campesino" común, con las mismas preocupaciones e intereses de sus vecinos.

6.4. La fórmula de los suplementos y complementos a la revista.

Desde sus inicios, el programa de comunicación rural en el que *Realidad Agraria* es el medio central, ha contado con experiencias complementarias y suplementarias. Desde el complemento documental de los *Cuadernillos de Información Agraria*, pasando por *La Hoja Regional*, hasta las experiencias más recientes de un programa de radio de alcance regional -*Domingo en el Campo*- y un boletín de alcance microrregional *El Trumao*.

El conjunto es lo que da el efecto de un programa de comunicación rural. Los *Cuadernillos*, complementando a la revista en el desarrollo a fondo de ciertos temas centrales. *La Hoja*

Regional, complementando a la revista en el desarrollo focalizado de ciertos temas propios de cada región. En particular, el Programa de Radio y el Boletín *El Trumao*, abriendo el programa a la comunicación directa con campesinos (ni técnicos, ni dirigentes).

Son estas dos últimas experiencias las que interesa rescatar en estas reflexiones.

6.5. El Trumao: cercanía, presencia, integración.

A nuestro entender, el aporte más significativo del *Trumao* tiene que ver con el nivel de INTEGRACION CAMPESINA que tiende a generar. *El Trumao* no es ni una revista de los campesinos chilenos, ni tampoco la revista de una determinada localidad campesina. Su alcance es también menor a la división administrativa que conocemos como Región. Su horizonte es un nivel poco trabajado en la comunicación rural que tiene que ver con zonas inestables pero existentes: la comunidades que forman parte de una zona en parte conectada como los "alrededores".

En concreto, un lector del *Trumao* reconoce allí a su comunidad y las comunidades de los alrededores. Tiende a producirse, a representarse, una zona que existe, pero de modo laxo y no formalizado. Es un modo, muy acertado a nuestro juicio, de mantener el tono "local" del medio, al mismo tiempo que se supera la limitación estricta a una comunidad en particular. Patentiza esta otra esfera: el "mundo" microrregional, constituido por un conjunto de comunidades contiguas -geográficamente-, pero sobre todo, agronómica y socialmente.

En este sentido, la experiencia *El Trumao* tiende a complementar eficazmente el programa microrregional de desarrollo rural del que forma parte. Le da, por así decir, existencia comunicativa. Permite el reconocimiento, la identificación con ese programa, en sus alcances locales pero supracomunitarios. En otros sentidos, tiende a "nombrar" la propuesta microrregional, de un modo que genera identidad en la integración o en la agregación.

Interesante es, en este sentido, la propuesta de centrar cada número en una de las localidades. La microrregión tiene así un centro múltiple. cada lector puede entenderla como la revista de "aquí y sus alrededores".

Un segundo paso, para acrecentar esta capacidad de integrar comunicativamente, podría ser la insistencia en la articulación: actividades conjuntas de las comunidades en cualquier plano: deporte, tecnología, cultura, participación.

Tal efecto integrador, a nuestro juicio, se soporta bien en el acertado diseño editorial del medio: notoria presencia de los propios campesinos, articulación de diversos ámbitos de preocupaciones (organización, tecnología, cultura campesina, deporte, participación social). El medio tiende por ello a parecer muy cercano y a establecer una relación de pertenencia o "propiedad" del lector.

6.6. Domingo en el Campo.

El programa, en el dicho de uno de sus auditores, se "ganó un hueco". A nuestro entender, *Domingo en el Campo* ocupó efectivamente un espacio poco cubierto: un programa de radio, donde lo "campesino" aparecía retratado en sus gustos y en sus preocupaciones: la música, el tono, los temas. Pero sobre todo, en donde lo "campesino" se proyectaba en el plano más determi-

nante: su relación -ambigua- con lo urbano. Como se dijo, el programa se sustenta en la capacidad del personaje Don Chumingo, de establecer una relación de "campesino a urbano", con el otro locutor. Y en esa relación, lo campesino resulta sustentable y hasta "vencedor".

Sin embargo, allí se pone en juego un problema de equilibrio difícil: la simpatía por el personaje, lograda por lo anterior, puede caer en lo inverosímil. El personaje debe estirar mucho la condición campesina, hasta desdibujarla (de hecho, el personaje es en la realidad un "técnico", antes que un campesino). La idea -crítica, humorística- de que "Don Chumingo se las sabe todas", pone en juego precisamente esto: parece y no parece campesino. esta dualidad, empero, puede ser un modo de indicar, de representar, la dualidad constitutiva de lo campesino. Por ello, pensamos que la fórmula elegida no es sólo la adecuada, sino que abre una posibilidad muy interesante para la comunicación rural.

En este sentido, la experiencia de la radio rural puede ser considerada como un modelo de desarrollo rural que debe ser tomado en cuenta para la formulación de políticas de desarrollo rural. La experiencia de la radio rural puede ser considerada como un modelo de desarrollo rural que debe ser tomado en cuenta para la formulación de políticas de desarrollo rural.

Un segundo punto que se debe tener en cuenta es la necesidad de integrar la comunicación rural con otras estrategias de desarrollo rural. La experiencia de la radio rural puede ser considerada como un modelo de desarrollo rural que debe ser tomado en cuenta para la formulación de políticas de desarrollo rural.

La experiencia de la radio rural puede ser considerada como un modelo de desarrollo rural que debe ser tomado en cuenta para la formulación de políticas de desarrollo rural.

Desde los años sesenta, el programa de comunicación rural ha sido considerado como un modelo de desarrollo rural que debe ser tomado en cuenta para la formulación de políticas de desarrollo rural.

El programa de comunicación rural ha sido considerado como un modelo de desarrollo rural que debe ser tomado en cuenta para la formulación de políticas de desarrollo rural.

ANEXO 1

PRINCIPALES TEMAS TRATADOS EN REALIDAD AGRARIA (1982-1989)

1. Organizaciones campesinas: seguimiento de sus actividades, crecimiento y fortalecimiento a través de sus instancias de unidad: Comisión Nacional Campesina (1982) y Movimiento Unitario Campesino y Etnias de Chile MUCECH (1988).
2. Papel de los profesionales y técnicos de programas de apoyo campesino a través de las ONG.
3. Análisis de la realidad agropecuaria, con el apoyo del Taller de Coyuntura GIA y del Banco de Datos GIA.
4. Relevancia de los actores regionales y apoyo a sus instancias unitarias o Coordinaciones Regionales de ONG y organizaciones campesinas y de pescadores artesanales y obreros forestales.
5. Importancia de la mujer rural en el trabajo agrícola y en la familia rural.
6. Contribución a la formulación de la política agraria para la democracia: desde que en 1985 llamamos como GIA a "pensar el futuro del agro", hasta recoger la demanda campesina y difundir la propuesta final de la Concertación de Partidos por la Democracia.
7. Defensa de los derechos del trabajador agrícola (con el apoyo del abogado de la Conf. Nacional Campesina, Roberto Suazo, en una sección permanente).
8. Contribución a la educación cívica sobre el ejercicio de la democracia, desde comienzos del año del Plebiscito de 1988 hasta el triunfo del candidato único de la oposición democrática en diciembre 1989.
9. Relevancia de los pueblos indígenas en el sector rural, canalizando sus aspiraciones y denunciando sus atropellos.
10. Derechos humanos en el campo: única publicación para el sector rural que levantó el tema de los campesinos detenidos-desaparecidos y ejecutados.
11. Divulgación de tecnologías apropiadas para pequeños productores y de metodologías para apoyar mejor su trabajo.
12. Cuidado de los recursos naturales, como aviso educativo desde 1982 y como sección permanente, desde 1989.

20/01/90.

Presentación

Se presenta en lo que sigue, los aspectos más relevantes de los resultados de una investigación llevada a cabo con lectores del Ministerio de la Realidad Agraria. El objetivo es aportar un material que permita la discusión y la retro-alimentación del equipamiento.

Para mayor orientar dicha discusión, el texto se encuentra estructurado en tres ejes: lecturas, problemas y desafíos del noticiero de realidad agraria y su lectura. Desarrollamos este sistema del estudio en dos partes:

1. Las preguntas de la investigación y
2. Legibilidad de Realidad Agraria: lecturas, problemas y desafíos.

1. Las preguntas de la investigación

ANEXO 2

Desafortunadamente, se intentó detectar los componentes de lectura de Realidad Agraria (R.A.) desde dos lugares:

INVESTIGACION-EVALUACION: NOTICIERO DE LA REALIDAD

- a) Las lecturas que los lectores de Realidad Agraria (R.A.) realizan en su hogar. Este estudio se aproxima a la imagen que del noticiero de Realidad Agraria (R.A.) tienen los lectores.

- b) La visión que los lectores poseen del contenido de temas que conforman el mensaje de la revista. Se trata de descubrir la conciencia del público lector sobre las condiciones agrarias de que trata R.A., para luego hacer una (Versión resumida) (1986-1987) de la revista sobre los temas temas.

Para el logro de estos objetivos, se indicaron 15 categorías de profundidad a lectores y dirigentes campesinos. Igualmente, se realizó un estudio grupal de discusión con lectores. El material del estudio de lectura de la noticiero de Realidad Agraria (R.A.) se resume en (Versión resumida) (1986-1987).

2. Legibilidad de Realidad Agraria

2.1. Lecturas

Las condiciones de legibilidad de Realidad Agraria (R.A.) se refieren a que el mensaje es recibido por el lector. Se indican así los "marcos" o niveles de lectura, que hacen la definición de Realidad Agraria (R.A.) se lee. Se comienza así la que el lector sabe de la revista y de los temas que se que arrojan el mensaje.

Presentación

Se presentan en lo que sigue, los aspectos más relevantes de los resultados de una investigación llevada a cabo con lectores del *Noticiero de la Realidad Agraria*. El objetivo es aportar un texto síntesis que permita la discusión y la auto-evaluación del equipo editor.

Para mejor orientar dicha discusión, el texto se encuentra estructurado en tres ejes: aciertos, problemas y desafíos del noticiero detectados en nuestra investigación. Desarrollamos esta síntesis del estudio en dos puntos:

1. Las preguntas de la investigación; y
2. Legibilidad de *Realidad Agraria*: aciertos, problemas y desafíos.

1. Las preguntas de la investigación

Básicamente, se intentó detectar las condiciones de lectura de *Realidad Agraria* (R.A.) desde dos lugares:

- a) *Las condiciones de legibilidad de R.A.* Nos interesaba detectar el modo en que sus lectores se aproximan a la publicación; en otros términos, interesaba reconstruir la imagen que del noticiero tienen sus lectores y la evaluación general que les merece.
- b) La visión que los lectores poseen del conjunto de temas que conforman el mensaje de la revista. Se trataba de develar la opinión del público lector sobre las cuestiones agrarias de que trata R.A., para luego contrastarla con la propuesta de opinión de la revista sobre los mismos temas.

Para el logro de estos objetivos, se realizaron 15 entrevistas en profundidad a técnicos y dirigentes campesinos. Igualmente, se realizaron cuatro grupos de discusión con lectores. El material fue analizado de acuerdo a la metodología señalada en el informe no resumido (en edición).

2. Legibilidad de *Realidad Agraria*

2.1. Aciertos

Las condiciones de legibilidad definen el modo en que el medio es recibido por el lector. Se indican así las "marcas" o notas distintivas que hacen la definición del medio por su lector. Se conoce así lo que el lector espera de la revista y de los términos en que decodifica el mensaje.

La imagen general de la revista para sus lectores se construye sobre las dimensiones siguientes:

a) Realidad Agraria es una revista nacional

Tanto los técnicos agrícolas como los dirigentes campesinos, conciben y valoran a R.A. como un medio de comunicación de alcance nacional. Esta marca resulta de la comparación (explícita o no) con los boletines y micromedios de alcance local. La importancia de esta caracterización como "nacional", resulta de las condiciones de aislamiento comunicativo en que técnicos agrícolas y dirigentes campesinos realizan actualmente su labor.

Por el lado de los técnicos agrícolas, es necesario recordar que su trabajo, hasta 1973, estaba caracterizado por una integración nacional a través del Estado y sus programas rurales. Actualmente, se desempeñan en pequeños programas de alcance a lo sumo regional. La revista representa para ellos la recuperación del "efecto país" en su trabajo. A través de R.A., se reconocen como parte de una línea de trabajo que involucra a otros técnicos agrícolas en otras condiciones institucionales y geográficas.

Para los dirigentes campesinos, la producción del "efecto país", se refuerza por la posibilidad de encontrar en el noticiero informaciones del movimiento campesino y de la situación agraria, no visibles desde la organización de base o regional. A través de R.A. -obviamente, no sólo a través de él- el dirigente campesino se reconoce como parte de un movimiento de alcance nacional. Refuerza así el sentido de su práctica e incrementa su información general sobre el movimiento del que participa.

Complementariamente, R.A. es valorado por su preocupación por los procesos regionales y locales (de base). En esta línea, la contrastación es con aquellos medios "capitalinos", "centralistas", "cupulares".

La capacidad de producir el "efecto país" y el "reconocimiento" en una totalidad mayor es reforzada en R.A. por su preocupación regionalista¹.

En suma, R.A. se define por informar del país, a través de lo que ocurre en regiones y en la base.

b) Realidad Agraria es valorada y recibida desde una presunción de veracidad

Uno de los tópicos que domina la opinión de los lectores refiere a la unilateralidad de la información difundida en general por los medios de comunicación de masas. La realidad del mundo agrario, a su juicio, aparece tergiversada y sesgada. El noticiero es valorado positivamente por lo que se estima es su veracidad y "realismo".

En esta marca, el noticiero es confrontado y definido en relación a los medios de comunicación masiva en general (noticieros de televisión, radio y prensa escrita) y a los otros medios de

¹ Las Hojas Regionales, suplementos que la acompañan desde octubre de 1984, son valoradas en esa perspectiva.

alcance nacional en la temática agraria "Revista del Campo" (de periodicidad semanal y que circula junto a El Mercurio), y "Nuestra Tierra" (dependiente del Ministerio de Agricultura).

Realidad Agraria tiende a ser recibida como el noticiero que mejor reconoce la "perspectiva" que, frente a la situación del agro, poseen sus lectores. En su versión mínima, es evaluada positivamente por permitir el acceso a otra versión a la dominante. En su versión más generalizada, por informar acerca de lo que "realmente" ocurre en el campo (verdad-mentira).

c) Realidad Agraria es definida como una revista opositora y pluralista

El noticiero es reconocido como un medio que tiene una orientación política determinada, ubicándose como un medio "opositor" al régimen vigente, y como pluralista en la selección de informantes y en las proposiciones de opinión.

Siendo percibida en primer término como una revista que trabaja la temática agraria, se le confronta a otros medios igualmente especializados -como "Revista del Campo"- en tanto R.A. se aproxima a los temas técnicos desde una racionalidad más amplia: trabaja el tema agrario desde una perspectiva amplia que integra dimensiones económicas, técnicas y políticas.

Se le confronta a otras revistas especializadas -"Nuestra Tierra"- en tanto que opositora.

Por último, se le confronta a otras revistas y boletines agrarios opositores, valorándose su "apertura" y profesionalismo. La revista es reconocida en su preocupación por dar igual espacio a las diversas corrientes del movimiento campesino; se le confronta así a boletines "sectarios".

Su aproximación a lo "político" se evalúa como "profesional" y ponderado. En el opuesto, se le confronta con los boletines "panfletarios".

d) Realidad Agraria es una revista que recoge la realidad "campesina".

La imagen de la revista encuentra en esta dimensión otra marca relevante: la realidad de lo agrario en verdad es "doble", al implicar una realidad "empresarial" y una realidad "campesina".

La apropiabilidad de la revista por sus lectores, está determinada en gran parte por la coincidencia en el noticiero y en ellos de una aproximación a la realidad agraria desde la óptica "campesina". A diferencia de otros medios especializados -"Revista del Campo"- el noticiero centra su interés en la realidad del campesino, en sus necesidades, demandas, posibilidades tecnológicas.

Así, por ejemplo, se percibe claramente que la aproximación de R.A. a las materias tecnológicas está determinada por las condiciones actuales de reproducción de la "economía campesina", a la que se percibe como sustantivamente distinta a la "economía empresarial".

Igualmente, R.A. es reconocida en cuanto tiende a enfatizar la situación del campesino en la estructura agraria que, en otros medios, se presenta casi exclusivamente como la realidad de los empresarios agrícolas.

e) **Realidad Agraria es percibida como un instrumento de trabajo**

Además de ser evaluada por permitir la intercomunicación entre experiencias aisladas - "efecto país"- e informar verazmente -efecto "verdad-realidad"-, R.A. es vista como un objeto útil en el trabajo diario de técnicos y dirigentes. Queremos señalar con esto no tanto una "evaluación positiva", cuanto un modo de definir la revista: a diferencia de otros medios de "consumo", el noticiero es evaluado y recibido como un medio de "trabajo" incorporado a los medios para resolver las exigencias de información y orientación propias de su trabajo como dirigentes o como técnicos.

Es en esta dimensión, del mismo nivel de generalidad que cada una de las anteriores, en donde se juega el problema principal de la revista: su utilización como instrumento de trabajo opera sobre una confusión básica en la definición del *receptor* de R.A.

A ello dedicaremos el apartado siguiente.

2.2. Legibilidad de Realidad Agraria. Problemas.

Las críticas más comunes a R.A. en sus lectores, remiten a aspectos como el "nivel" en que son trabajados los temas, por la selección de los temas mismos. Igualmente, las proposiciones para mejorar el medio por parte de los lectores, remiten a incorporar temas de mayor utilidad, interés y facilidad de lectura para el campesino.

Las críticas que los lectores hacen de la revista, en verdad, se construyen sobre una inadecuación de la posición de lectura. El *Noticiero de la Realidad Agraria* es un medio especializado para la lectura por agentes intermedios -principalmente técnicos agrícolas y dirigentes campesinos-, sin embargo, sus lectores no se reconocen como tales, sino marginalmente.

Tanto los técnicos agrícolas como los dirigentes campesinos, evalúan la revista en términos de su adecuación a los intereses y competencia de lectura del campesino de base. No se reconocen como los "destinatarios" de la revista.

Así, operan como "filtros" al evaluar la conveniencia o inadecuación del medio para sus bases o para los campesinos a los que asisten técnicamente. Desde esa posición de "filtro" evalúan -y por lo mismo, leen- la revista.

El interés del medio es de servir a la labor de "mediadores" o de "agentes intermedios" de los técnicos y los dirigentes. Intenta servirles en su trabajo. El problema mayor radica en que sus lectores no se posicionan como tales.

La posibilidad de reducir la posición de filtro que tiende a asumir el lector, pasa centralmente por la capacidad que muestre efectivamente el noticiero de posicionarlos como lector.

2.3. Legibilidad de Realidad Agraria. Desafíos.

Una segunda dimensión del estudio intentaba confrontar el discurso de R.A. con el discurso de los lectores sobre la temática abordada de la revista.

R.A. es percibida, tanto por el equipo emisor como por los lectores, como una revista de opinión (nacional, opositora, veraz, campesina). La evaluación debía recoger también las condiciones en que la opinión propuesta por el emisor, es recepcionada por el discurso base sobre la temática del lector.

El indicador de esta relación, como compatible o incompatible, lo definimos como la pregunta por la ORGANICIDAD del discurso. Esto es, siguiendo la conceptualización de Gramsci, la sintonía entre emisor y receptor de las perspectivas básicas y las preguntas centrales de ambos discursos. Un medio de comunicación es orgánico a su cuerpo de lectores, en tanto participa de una misma búsqueda, orienta una reflexión en torno a preguntas básicas comunes.

Así, no interesaba confrontar la adecuación puntual de opiniones entre lector y emisor. Interesaba evaluar la "pertinencia" del mensaje de R.A. a las preguntas colectivas de sus lectores sobre el tema. En otros términos, evaluar la capacidad de orientación del noticiero en la opinión pública en formación de sus lectores.

Para dicha evaluación, reconstruimos en primer término el discurso intentado por el equipo emisor. Sobre la base de entrevistas focalizadas, se intentó reconstruir el modelo ideológico profundo de la intencionalidad comunicativa del equipo emisor. Luego, se realizaron grupos de discusión con lectores, sobre los temas de la realidad agraria.

a) La construcción del tema "realidad agraria". (Lo campesino y lo nacional).

La "realidad agraria", como campo temático, es construido por el equipo emisor desde dos perspectivas o "puntos de vista". En primer término, desde una perspectiva "campesina". La realidad agraria es recortada desde la pregunta por los intereses históricos y coyunturales del "campesinado" (versus "empresarios agrícolas" o agricultura capitalista).

En segundo término, desde una perspectiva "nacional". La realidad agraria, y la posición campesina, es leída por el emisor desde una voluntad planificadora y nacional. A un discurso ideológico que hace el "campesino" la perspectiva central, se agrega un discurso planificador que intenta su integración en la realidad nacional.

Hemos visto en el apartado anterior como estas dos perspectivas son reconocidas y valoradas positivamente por el lector.

Sin embargo, la confluencia de perspectivas desde la que se construye la realidad agraria (realidad CAMPESINA en la realidad NACIONAL), sólo permite aseverar un entendimiento básico. Veremos cómo sobre esta confluencia se despliegan desafíos no resueltos.

b) La organicidad del discurso de Realidad Agraria.

Nuestra investigación permite sostener que la clave del interés y la pertinencia de R.A. para sus lectores, reside en una búsqueda común definible como la REALIDAD Y DESAFIOS DE LOS CAMBIOS EN LA REALIDAD AGRARIA.

La pregunta básica de los lectores, tanto técnicos como dirigentes, remite a las nuevas condiciones en que se desenvuelve el mundo rural.

Los "temas" de la revista -como los nuevos actores en el campo, nuevos estilos de desarrollo, nuevos desafíos de la organización, nuevos desafíos de la asistencia técnica-, coinciden en lo sustantivo con las mismas tensiones en sus lectores.

Los "cambios" -causas, implicancias, desafíos- asociados al modelo implementado desde hace unos 10 años y a una evaluación crítica de las experiencias anteriores, constituyen la pregunta común entre lectores y emisores.

Lo importante es que esta pregunta por los cambios, es no solamente común, sino central en ambos discursos.

Los técnicos agrícolas intentan una "adaptación" y un "aprendizaje" a la nueva situación. La situación del campesinado ha cambiado, su lugar como asistente técnico ha cambiado. Ha cambiado incluso el modelo o el perfil del técnico agrícola (al menos superficialmente). A la crítica más antigua del "extensionismo", se agrega ahora la crítica al "ideologismo" y al desconocimiento de la especificidad de la "economía campesina". En esta necesidad adaptativa, el técnico agrícola reconoce en R.A. una búsqueda pertinente.

Para el dirigente campesino, la pregunta por los cambios es aún más enfática. El problema de la readecuación de su organización a la nueva "realidad campesina" -que va desde la "descomposición familiar", pasando por los nuevos actores y la falta de dirigentes jóvenes, hasta la emergencia de nuevas figuras organizacionales como la "asociación gremial"-, constituye una de las preguntas básicas de su discurso sobre la realidad agraria.

Un segundo nivel asociado a esta construcción de la realidad agraria como "nueva", remite a los desafíos futuros. Tanto para el técnico como el dirigente, la nueva situación plantea problemas también nuevos: articulación de intereses heterogéneos, planificación no "centralista", etc. Todo ello, sobre una realidad diagnosticada como empobrecida y saturada de tensiones sociales contenidas.

En síntesis, podemos proponer que la pertinencia y la receptividad del discurso de R.Á. se funda en una misma perspectiva -campesina, nacional- y en una misma construcción básica: la nueva realidad del agro y los nuevos desafíos. En esa búsqueda, R.A. es orgánico a la pregunta básica del cuerpo de lectores.

c) Los problemas del discurso: las respuestas pendientes.

Si R.A. es orgánica a una pregunta colectiva, y ahí radica parte importante de su lectura, el problema pendiente lo constituye la permanencia del desafío como tal. En efecto, las respuestas esbozadas por el lector son tensionadas y provisorias. Desde el límite en que "la historia como que perdió su sentido" hasta la pregunta por la posibilidad efectiva de articular intereses campesinos y nacionales: "ahora, tenemos que hacer conciencia que cuando llegue la democracia no se van a arreglar los problemas", "los campesinos no pueden seguir postergando sus intereses legítimos".

Las respuestas intentadas a preguntas como los "nuevos actores" son igualmente contradictorias. De la aceptación verbal de la diversidad y la necesidad de recoger la heterogeneidad del campo -en lo productivo ("un campesino del sur no tiene nada que ver con otro de otra región"),

y en lo político ("no es lo mismo un minifundista, que un parcelero o un trabajador temporero"), no pocas veces se pasa a una suspensión de aquella:

"Sí, porque la mujer trabaja afuera ahora... yo sé que va a volver a la casa cuando esto cambie...".

Igual acontece con otras dimensiones de los "desafíos" asociados a los cambios.

En este sentido, se plantea un problema complejo al equipo emisor de la revista.

En efecto, en tanto la opinión del lector técnico o dirigente continúe atravesada por la "pregunta" y no logren cuajar respuestas, R.A. tiene más o menos asegurada su pertinencia. Sin embargo, en el momento en que comiencen a cristalizar respuestas -por ejemplo, en un proceso de transición y de planificación de alternativas- se verá tensionado hacia opciones determinadas.

Un caso de esta tensión no resuelta en R.A. nos parece particularmente sensible a este problema: la política tecnológica. R.A. ha intentado básicamente dos respuestas a esa pregunta: durante un tiempo relativamente largo (tres años), apostó por la alternativa de tecnologías "suaves", "apropiadas" o "campesinas". Posteriormente, y hasta la fecha, se aproximó a una opción más ecléctica en esta materia.

La revista a nuestro juicio, se verá tensionada a definir una política tecnológica determinada. Y, como es de suponer, el problema remitirá a otros aspectos más centrales, como el que define el lugar de la "economía" campesina en un nuevo proyecto agrario.

ANEXO 3

CARTA AL LECTOR

REALIDAD AGRARIA Y HOJAS REGIONALES

Estimado amigo:

A partir de este número, tal vez le estén llegando menos ejemplares de REALIDAD AGRARIA y de CUADERNILLOS DE INFORMACION AGRARIA que los que habitualmente recibía.

Ello se debe a que estamos iniciando un nuevo esfuerzo por especializar más nuestras publicaciones para destinatarios más definidos. Esto, fruto de la experiencia y de las evaluaciones que hemos realizado, que indican la necesidad de diferenciar más los públicos y las funciones o papeles que cumplen nuestras distintas publicaciones.

En este espíritu, estamos redefiniendo objetivos y características de CUADERNILLOS, REALIDAD AGRARIA y HOJAS REGIONALES. Producto de ello, pensamos *disminuir* el tiraje de las dos primeras y *aumentar* el de las últimas, por las razones que ahora le explicamos.

Revisaremos cada una de ellas:

- 1) En primer lugar, la revista REALIDAD AGRARIA está escrita para TECNICOS DE LOS PROGRAMAS DE APOYO AL CAMPESINO y para DIRIGENTES DE NIVEL NACIONAL o REGIONAL, como instrumento de apoyo a su labor cotidiana.

La idea es de compartir con ellos una visión de la realidad agraria y rural del país, fruto de las investigaciones del GIA y de otras instituciones académicas especializadas no gubernamentales y ponerlas en discusión.

Compartir también experiencias de trabajo de instituciones no gubernamentales de apoyo al campesino y de organizaciones sociales campesinas, que puedan servir a otros en sus tareas propias.

Aportar al conocimiento del momento agrícola, a fin de orientar las tareas productivas con datos agroeconómicos de nuestro Banco de Datos.

Estos contenidos, que aparecen en REALIDAD AGRARIA a través de sus diversas secciones, son para que el técnico o el dirigente aludido las lea y vea qué utilidad puedan tener para su diaria labor y, si lo estima conveniente, los comente con quienes labora en la tarea de hacer florecer el campo para los pequeños productores o trabajadores agrícolas.

- 2) Las HOJAS REGIONALES en cambio, están escritas PARA TODOS LOS HOMBRES DEL CAMPO y tienen por objeto entregar información y orientación desde y para las respectivas regiones. Por lo tanto, es un material para entregar al pequeño productor o trabajador agrícola.

En ellas aparecen las actividades y reflexiones de las diversas instituciones no gubernamentales de apoyo al desarrollo rural y de las organizaciones campesinas, tanto de base como de nivel regional. Los protagonistas de las HOJAS REGIONALES son las regiones y su quehacer.

- 3) Los CUADERNILLOS DE INFORMACION AGRARIA son publicaciones con información más profunda y completa sobre UN TEMA, y están destinados a los técnicos de los programas de apoyo a los dirigentes de nivel nacional o regional, como textos de consulta para preparar trabajos escritos u orales o simplemente para un mejor conocimiento de ese tema.

CAMBIO EN TIRAJE

Como no son tanto los técnicos ni los dirigentes a quienes van destinados, estamos DISMINUYENDO el número de REALIDAD AGRARIA y de CUADERNILLOS DE INFORMACION AGRARIA, que le enviamos habitualmente. Por el contrario, pensamos en AUMENTAR en cambio el tiraje de las HOJAS REGIONALES, a fin de que Ud. pueda no sólo aficharla en su sede, sino también, entregarlas a los campesinos para que se las lleven a sus casas o sedes sociales.

Queremos saber su opinión sobre estas DISTINTAS FUNCIONES de estos medios y cómo podríamos mejorarlos para que las cumplan a cabalidad. Para esto, le rogamos responder la breve ENCUESTA adjunta y devolvérsola por correo o entregarla a su Comunicador Regional.

Cordialmente,

Lidia Baltra M.
Directora
y el Comunicador Regional

Enero de 1987.

ANEXO 4

TABLA DISTRIBUCION MEDIOS PROGRAMA
(número de ejemplares por tipo de destinatarios)

DESTINATARIO	1986					1991				
	RA	H1	H2	H3	H4	RA	H1	H2	H3	H4
Sindicatos	418	349	133	46	39	163	557	79	322	99
Cooperativas	251	118	45	50	64	73	161	219	127	384
Asociaciones Gremiales	175	118	181	90	0	109	191	237	247	93
Otras organizaciones campesinas	36	38	17	5	5	30	33	14	40	35
Indígenas	63	0	5	134	35	52	7	0	115	458
ONG rurales	594	131	300	152	102	158	196	87	595	437
ONG	27	9	6	0	2	6	24	9	44	19
ONG académicas agrarias	29	15	3	3	8	46	44	19	54	18
ONG académicas	85	35	21	25	22	74	137	28	118	28
Institutos gubernamentales agrarios	2	1	1	1	1	19	77	14	16	20
Internacional	8	0	0	0	0	8	6	3	3	3
Iglesia (jerarquía)	42	31	12	8	9	34	31	3	38	12
Universidades	11	2	2	0	2	11	2	21	1	4
Medios de comunicación	25	19	14	11	17	43	15	7	17	16
Bibliotecas	10	17	15	17	15	30	30	25	25	26
Iglesia (parroquias)	64	33	22	13	29	44	84	3	42	45
Personas	169	15	26	28	22	42	11	4	36	53
TOTAL	2.016	939	800*	853	372	1.000	1.610	772	1.840	1.752

* Corresponden a la primera agrupación geográfica de las Hojas Regionales.

RA= Realidad Agraria

H1=Hoja Regional 1 H2=Hoja Regional 2 H3=Hoja Regional 3 H4=Hoja Regional 4

ANEXO 5

**BOLETINES DE ONG Y ORGANIZACIONES
DEL SECTOR RURAL**

(a julio de 1989)

Se trata de un primer listado de boletines destinados al sector rural, editados por organismos no gubernamentales (ONG) con programas de apoyo al campesino, por departamentos pastorales o de acción social de los distintos Obispos de la Iglesia Católica y de organizaciones campesinas y de empresarios agrícolas, así como oficinas gubernamentales (Ministerio de Agricultura).

La mayoría aparecen con escasa frecuencia, son realizados en forma artesanal y sus contenidos se refieren más bien a actividades de la entidad editora o de alcance local. Hemos marcado con un asterisco aquellos que presentan una vida más estable y aparecen con frecuencia más regular.

Los hemos agrupado por regiones, desde la Tercera a la Décima, donde hay mayor actividad agrícola.

TERCERA REGION

1. "INFORMATIVO FRATERO"
Boletín Parroquial, Copiapó.
2. "MUJER ATACAMEÑA"
Taller de Desarrollo de la Mujer Atacameña, Copiapó.

CUARTA REGION

3. "EL COMUNERO"
Asociación de Comuneros del Choapa, Illapel.

QUINTA REGION

4. "ENTRE TODOS"
De la Comunidad de Trabajo Reñaca Alto (COTRA), Viña del Mar.
5. "LA ORILLA"
De la Confederación de Gente de Mar (CONGEMAR), Valparaíso
6. "EL ASIENTINO"
Comunidad de El Asiento, San Felipe.
7. BOLETIN OBISPADO DE SAN FELIPE
Depto. Comunicaciones Obispado San Felipe.
8. "UNIDAD SINDICAL"
Federación Trabajadores de Aconcagua Unidos, Los Andes.

REGION METROPOLITANA

9. "TIERRA"
Comisión Nacional Campesina, Santiago.
10. "NOSOTROS LOS TEMPOREROS"
Trabajadores temporeros y asalariados agrícolas (con apoyo de CICAL), Santiago.
11. "AMANECER CAMPESINO"
"Confederación Sindical Unidad Obrero Campesina, Santiago.
12. ICAR
Instituto de Apoyo y Capacitación Rural, Santiago.
13. "EL CAMPESINO"
Sociedad Nacional de Agricultura, Santiago.

14. "NUESTRA TIERRA"
Ministerio de Agricultura.
15. "LONQUEN"
Federación Campesina Nuevo Amanecer, Santiago.
16. "SEMILLA"
Depto. Juvenil Conf. El Surco, Santiago.
17. "UNIDOS, POR LA LIBERACION DEL CAMPESINADO"
Confederación Nacional Campesina, Santiago.
18. "LA VOZ DEL CAMPESINO"
Confederación Nacional de Cooperativas Campesinas, Santiago.
19. "EL COPIHUE"
AG Solidaridad Campesina, Santiago.
20. "NEHUEN"
Confederación Nacional Campesina Nahuén, Santiago.
21. "ACTUAL"
Comisión de Defensa de la Fauna y Flora, Santiago.
22. "REDAR"
Red de Agroindustria Rural (CEFORTEC y GESTEC), Santiago.
23. "LA ESPIGA"
INPRU (Instituto de Pastoral Rural), Santiago.

SEXTA REGION

24. "EL FORJADOR"
Para los pobladores temporeros de Santa Rosa de Chena, Región Metropolitana.

SEPTIMA REGION

25. "BUENA ESPERANZA"
Obispado de la Diócesis de Linares.
26. "NUESTROS DERECHOS"
Proyecto Capacitación Jurídica - Obispado de Linares.

OCTAVA REGION

27. "SIGNOS Y TESTIMONIOS"
Servicio para el Desarrollo y la Educación Comunitaria (SEDEC).

28. "EL MENSAJERO CAMPESINO"
AG El Progreso Campesino, Chillán.
29. "ARRUMANDO"
Grupo de Estudios Agroregionales (GEA), Concepción.
30. "EL AGLOMERADO"
Sindicato Mapal S.A., Concepción.
31. "EL HACHERO"
Confederación Nacional de Trabajadores Forestales, Concepción.
32. "NUESTRA IGLESIA"
Arquidiócesis de Concepción.

NOVENA REGION

33. "HUEPIFE"
Pellom Dugun, Temuco.
34. "MAPUCHE NUTRAM"
Lonko Kilapán, Temuco.

DECIMA REGION

35. "MARI CHI HUEU"
Comisión de Derechos del Pueblo (CODEPU), Puerto Montt.
36. "RAICES"
Comunidad La Goleta, sector rural, Puerto Montt.
37. "VOCES CAMPESINAS"
CIDE - Obispado de Ancud.
38. "EL ALERCE"
Aurora, Desarrollo Regional del Sur, Puerto Montt.
39. "EL CANDIL"
Organización Promotora del Desarrollo de Chiloé (OPDECH), Chonchi.

40. "EL CAMPESINO"
Servicio para el Desarrollo y la Educación Comunitaria (SEDEC)

ANEXO 6

CONCLUSIONES DE LA SEPTIMA EVALUACION

Se ha abordado el análisis de la encuesta desde aquellos aspectos relativos a la línea de contenidos, la motivación a la lectura, los niveles de identificación y representatividad de las publicaciones, así como de la difusión que generan entre los lectores. Se cubrió también el uso de las publicaciones al interior de las instituciones y las observaciones a los aspectos de distribución y de presentación gráfica.

Metodológicamente, se trabajó con las distribuciones de frecuencias como introducción a cada sección y en aquellos aspectos relativos a la distribución y presentación gráfica. Los otros aspectos sustantivos se abordaron realizando cruces entre las variables: pertenencia a organizaciones, ocupación, antigüedad y zona. No se consideraron las restantes variables independientes (edad, sexo, etnia, cargo) por la distribución de la muestra alrededor de dichas variables. Se anejan las frecuencias y tablas correspondientes.

La muestra abordó a un tipo particular de lector, cuyos rasgos característicos son hombres de edad mediana, no mapuches, de ocupación técnicos o profesionales del agro, pertenecientes a cargos directivos de las ONG, distribuidos más o menos homogéneamente por zonas. La mayor diversidad se encontró a nivel de las pertenencias institucionales, razón por la cual se consideró a ésta como una variable independiente importante.

El interés que muestran los lectores por las publicaciones es muy alto, cuestión que está marcada en general por una línea periodística amplia y pluralista. Se observó una tendencia que enfatiza la necesidad de abordar temáticas más vinculadas a los campos ocupacionales propios de los destinatarios y a enfatizar menos una línea educativa u organizativa. A su vez, la valoración que el lector de *Realidad Agraria* tiene de la revista como medio informativo sobre el sector rural hace recomendable un mayor énfasis técnico-profesional.

El uso de la revista es más bien de consumo individual y, como se indicó, se valora especialmente como medio de información. No hay un uso importante a nivel de capacitación, al menos en términos inmediatos. Esto no quita que sí exista una difusión mayor por la vía del entrenamiento propio de los destinatarios.

Si bien se señalan los importantes mejoramientos de R.A. en términos gráficos, los lectores ven posible nuevas innovaciones en esta línea, en especial en lo que refiere a los aspectos visuales. La distribución está funcionando con la regularidad necesaria.

Respecto a *La Hoja Regional*, las respuestas son bastante más favorables. Se observan distribuciones porcentuales que casi no merecen sino comentarios favorables, dado su cercanía al total acuerdo, tanto con los contenidos como con la utilidad.

La valoración de HR tiene que ver principalmente con su capacidad de informar sobre las organizaciones campesinas y sobre la realidad regional. No obstante, ésta es una línea que podría mejorarse, a juicio de los lectores, a través de la promoción de una relación más activa entre destinatarios y el comité editorial.

El uso de HR es una variable que no logró analizarse del modo deseado (como actitudes de comunicación), en tanto la confección del instrumento no lo permitió. Este es un aspecto a profundizar en una ocasión posterior. Es de suponer que dada la gran cantidad de ejemplares más que se solicitan, el uso de HR es más bien de distribución masiva antes que su colocación en lugares públicos. Esto podría significar un aumento del presupuesto por un uso indeseado. En cualquier caso, es una cuestión a precisar con mayor detalle.

Una de las preocupaciones centrales del equipo del proyecto *Realidad Agraria y Hoja Regional* era si el destinatario entendía las publicaciones como destinadas a él mismo o pensaba que ellas estaban dirigidas a un lector distinto (aspecto señalado en la anterior evaluación). Esta situación parece superada en gran parte, dado los fenómenos de identificación y niveles de representación que la revista provoca. Asimismo, entre las sugerencias se registra sólo una observación respecto a la falta de claridad sobre el destinatario.

A pesar de lo anterior, pueden enfatizarse más los niveles de representatividad de los lectores, manteniendo, por cierto, el estilo objetivo y veraz. Este énfasis puede obtenerse introduciendo temas atinentes a la realidad ocupacional de los destinatarios, profundizando en algunos temas coyunturales de interés para el sector y, marginalmente, abriendo la revista R.A. hacia información relativa a otros sectores sociales, en particular, mujer y joven campesino: lectores ausentes de la revista.

Por su parte, *La Hoja Regional* puede abrirse más específicamente tanto a las preocupaciones regionales como a aquellas relativas a la realidad organizacional y laboral de los trabajadores agrícolas.

"Informe de encuesta evaluativa *"Realidad Agraria"* y *"La Hoja Regional"*. Irene Agurto. Santiago, julio 1989.

ANEXO 7

CARTAS DE LECTORES

Santiago, 26. 06. 90

Estimada Lidia:

Nuestros cordiales saludos a todos los que participan en la elaboración del Boletín. En especial nuestras felicitaciones por el artículo "Maltrato a la mujer en su casa", sección Mujeres, ya que aporta a la información y sensibilización sobre el tema.

Te saluda cordialmente,

Ruth

Casa de la Mujer "La Morada".

Centro de Análisis y difusión de la condición de la Mujer

San Pedro de Melipilla

Señora Directora
Lidia Baltra

Estimada señora:

Tengo el agrado de adjuntarle unos versos a lo Humano que los creo muy bien logrados y de máxima actualidad. Pienso que podrían tener cabida en su revista.

He visto que están luchando por la verdad y la justicia. Estos versos representan la verdad contada y cantada por nuestros poetas populares.

Adelante con la revista y con nuestros valores culturales y con el protagonismo de los campesinos.

También le adjunto un libro sobre el sacerdote Juan Alsina por si quieren entresacar algo y publicarlo. Sería su agradecido. Lo que más impacta es el relato que le dejo subrayado.

Atentamente la saluda

P. Miguel Jordá

(Desde hoy cura de San Pedro de Melipilla)

Puerto Montt, 23 enero de 1991

Señora
Lidia Baltra
Directora Realidad Agraria
Santiago

Estimada Lidia:

Junto con saludarte cariñosamente, me permito adjuntarte lo que podría ser un artículo para vuestra revista. Lo escribí rápidamente, luego de leer hoy el número de enero de Realidad Agraria. Como el tema de la democratización del municipio dará para largo y en FECOSUR se ha realizado una rica discusión al respecto, quería compartir con Uds. algunas de estas ideas.

En verdad el estímulo para hacerlo lo constituyó Gonzalo Martner, a quien queremos individual y colectivamente mucho, pero nos pareció a varios en FECOSUR que se quedó corto en la respuesta al problema de la participación campesina.

Sin otro particular, te saluda fraternalmente,

Gonzalo Pineda Bravo
Federación de Cooperativas Campesinas Llanquihue Ltda.

Santiago, Abril 4 de 1989

Señora
Lidia Baltra
Santiago

Muy estimada Lidia:

He leído con agrado el N° 66 de Realidad Agraria que Ud. dirige. La felicito de corazón por el interés y la agilidad de cada una de sus páginas y por la muy útil información que ellas contienen. En especial le agradezco la reseña que en este número aparece sobre las Escuelas Agrícolas del IER que son nuestro gran desafío actual. Para nosotros es muy importante esta publicidad que le llega al campesino, el cual como Ud. bien lo dice en el artículo Editorial, busca más que nunca tener acceso al nivel técnico profesional de la educación.

Agradeciéndole el envío de esta publicación, la saluda muy cordialmente,

Germán Donoso Duarte
PRESIDENTE
INSTITUTO DE EDUCACION RURAL

Quillota, noviembre de 1990

Señores
GLA
Santiago

Estimados señores:

Reciban por intermedio de ésta, un afectuoso saludo y una gran felicitación por la gran labor de promoción y desarrollo que realizan en favor de nuestros hermanos campesinos. La Pastoral Rural de nuestra diócesis se encuentra trabajando, entre otras cosas, en la confección de un boletín y fichas de trabajo para las comunidades. Es por ese motivo que deseamos pedirles a Uds. nos puedan incorporar a su lista de suscriptores de la revista Realidad Agraria, ya que de ella se puede obtener gran parte de la información requerida.

Actualmente llega una revista a nuestra diócesis, pero nuestro departamento no se encuentra en Valparaíso, por lo que rogamos que esta carta pueda tener una buena acogida.

Agradeciendo su atención, nos despedimos fraternalmente en el Señor de la Vida.

Jaime Flores Ojeda
Secretario Ejecutivo Pastoral Rural
OBISPADO DE VALPARAISO

Santiago, octubre de 1987

Señora
Lidia Baltra
Directora Realidad Agraria
Santiago

Estimada directora:

Tengo el agrado de informar a Ud. que a partir de agosto del presente año, un grupo de abogados cuya nómina se adjunta, estamos desarrollando lo que hemos denominado una Red de Abogados, que ejercen su profesión en zonas agrícolas de Chile, actuando y defendiendo los derechos de los campesinos y de los pueblos indígenas o minorías étnicas insertados en sus organizaciones sindicales, asociaciones gremiales, comunidades, comités, círculos vecinales, todos los cuales han ido configurando un vasto movimiento social rural.

Por esta razón es que venimos en solicitar a Ud. la posibilidad de que Realidad Agraria pueda ser enviada a los colegas que pertenecen a nuestra Red, según nómina que se acompaña, ya que es de suma importancia el conocimiento, la información y el análisis que Uds. hacen del sinnúmero de problemas de los sectores agrícolas, especialmente de los más alejados de los centros urbanos.

Los abogados que ejercen su profesión junto a los trabajadores de la tierra, esperan una acogida favorable a esta petición y saludan fraternalmente a Ud.

Roberto Suazo Venegas
Abogado Coordinador
RED DE ABOGADOS AGRARISTAS

Talca, 6 de enero de 1989

Señora
Verónica Martínez
Subdirectora Realidad Agraria
Santiago

Estimada Verónica:

Espero te encuentres muy bien. El objeto de la presente es enviarte una copia de una cartilla que estamos preparando. Faltan algunos datos que complementar pero en lo básico es el borrador que te envío.

También te anexo una cartilla sobre normas de seguridad en el manejo de pesticidas que ya distribuimos a los campesinos.

La primera cartilla aún no la publicamos. En todo caso, si tú le das algún uso, te agradeceré mencionar el origen.

Atentamente,

Jorge Brito
Director CRATE

Santiago, 15 de abril de 1987

Señora
Lidia Baltra
Directora
Noticiero de la Realidad Agraria
Presente

Estimada Lidia:

Quiero agradecerte el envío del Noticiero de la Realidad Agraria. Leí con atención el último número (feb-marzo 87) y creo que es un valioso aporte para el conocimiento de esta nueva realidad agrícola que está emergiendo.

Me gustaría saber si Uds. tienen cómo evaluar la recepción de la revista en el mundo campesino. Cómo se hace para poder establecer una comunicación "fluida" entre lo que se investiga por una parte y la comunicación de lo investigado a los sectores interesados.

Hay un problema de comunicación que me parece que Uds. están logrando superar dada la naturaleza y características de su revista. Si es así, creo que habrán tenido un gran éxito. Si tienes algunas ideas específicas sobre lo que te planteo, házmelas saber; en el intertanto, mis felicitaciones por el esfuerzo que haces.

Te saluda atentamente,

Ricardo Lagos Escobar

Chillán, 7 de enero de 1991

Señora
Lidia Baltra
Coordinadora
Programa comunicaciones
Santiago

Estimada Lidia:

Gracias por tu carta y por el excelente programa que tuvimos.

Las puertas están abiertas y ojalá lo podamos iniciar de nuevo.

Con afecto,

José Francisco Arrau
Director
Radio El Sembrador CC144

Santiago, mayo 20, 1991

Señora
Lidia Baltra
Directora Realidad Agraria
Santiago

Estimada Directora:

Hemos sido informados de una nada simpática noticias: Realidad Agraria dejará de circular.

Cualesquiera sean los motivos de ese hecho, los campesinos no podemos dejar de hacer presente nuestro agradecimiento por el valioso aporte que la revista de su dirección significó para los trabajadores del agro y del movimiento campesino en general. Para nosotros, Realidad Agraria resulta inolvidable: durante años fue prácticamente el único órgano de comunicación que más allá del movimiento campesino difundió nuestras demandas y propuestas, tanto de asalariados como pequeños productores.

A la hora del cierre de la última edición de Realidad Agraria, hacemos presente nuestro agradecimiento y alzamos nuestra voz de estímulo, a usted y a todo el equipo de la revista, para que se busquen las fórmulas que permitan, en un futuro próximo, reeditar nuevamente Realidad Agraria.

Le saluda atentamente,

Rigoberto Turra Paredes
Presidente
Comisión Nacional Campesina

Juancho

en: "NO ESTOY"

