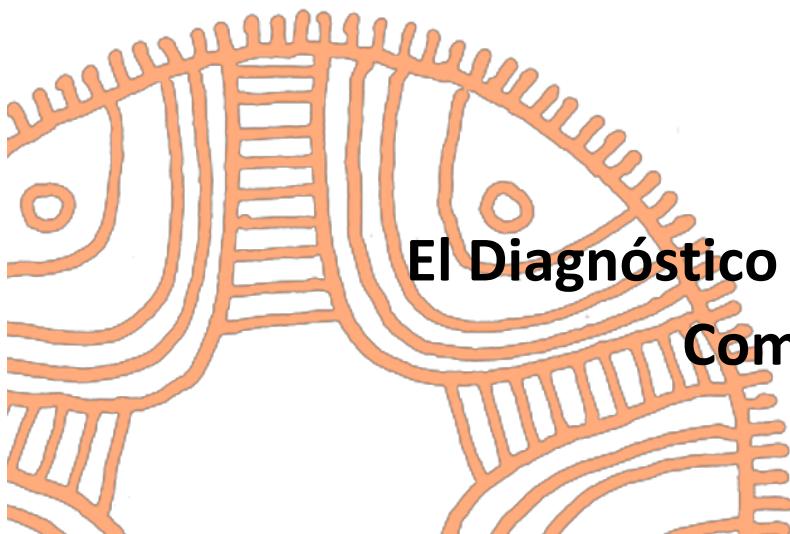




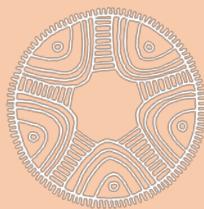
Organización de las Naciones Unidas
para la Alimentación y la Agricultura

COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO RURAL



Lección 2.2

El Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural



UNIDAD 2: Planificación participativa de la CpD

Versión de texto

La versión interactiva de esta lección está disponible gratuitamente en la siguiente dirección:
www.fao.org/elearning



Esta lección está disponible en Acceso Abierto con la licencia
Reconocimiento-CompartirIgual 3.0 Organizaciones intergubernamentales
(CC BY-SA 3.0 IGO)
(https://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/igo/deed.es_ES).
La FAO posee los derechos de autor del contenido de las lecciones, 2017.

En esta lección

Objetivos de aprendizaje	3
Introducción	3
El DPCR	3
Dimensiones del DPCR	4
Ánalisis de resultado del DPCR	16
Informe de Diagnóstico de Comunicación	17
Conclusiones	18
Resumen	19
Anexo 1 - Hoja de trabajo para priorizar los temas comunicacionales	20
Anexo 2 - Hoja para análisis CHAP	21
Anexo 3 - Hoja para análisis de recursos de comunicación	22
Anexo 4 - Hoja para organizar los resultados clave del diagnóstico de comunicación	23

Esta **unidad** ilustra cómo diseñar una estrategia de CpD que responda a las necesidades y prioridades de comunicación de los actores relevantes, las principales herramientas y técnicas del Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural (DPCR), y los componentes básicos de un plan de acción de CpD así como de su plan de seguimiento y evaluación (SyE).

Esta **lección** describe lo que es un Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural (DPCR), los principales pasos para realizarlo y cómo estructurar un informe del DPCR.

Objetivos de aprendizaje

Al final de esta lección, usted podrá:

- explicar lo que es un Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural (DPCR) y su propósito;
- describir los pasos clave para ejecutar un DPCR;
- describir cómo estructurar un informe final sobre el diagnóstico de comunicación.

Introducción

FASE 1	FASE 2	FASE 3	FASE 4
Diagnóstico participativo de comunicación	Diseño de la estrategia y el plan de CpD	Implementación del plan de CpD	Evaluación de resultados y sostenibilidad

PASOS:

1. Análisis situacional
2. **Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural (DPCR)**

Para poder diseñar una estrategia válida de CpD, usted necesita recolectar información relevante a través del diagnóstico de comunicación.

Luego de un análisis preliminar de la situación, usted estará listo para ejecutar un **Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural (DPCR)**.

RESULTADO: Informe del diagnóstico de comunicación

En esta lección veremos lo que es el DPCR y los principales pasos para conducirlo.

El DPCR

¿Qué es el DPCR?

El Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural (DPCR) es una **metodología de investigación para llevar a cabo una valoración de la comunicación** en campo.

Utiliza **herramientas participativas**, técnicas de visualización, entrevistas y trabajos grupales para generar información relevante promoviendo la interacción con actores locales.

El DPCR permite a los participantes expresar sus ideas y analizar su conocimiento, utilizando sus propios términos y lenguajes.



Al utilizar el DPCR usted podrá enriquecer y validar los antecedentes recolectados durante el análisis situacional.

¿Por qué es importante el DPCR?

El valor del DPCR radica en la importancia de **escuchar a los actores de un proyecto** para entender las distintas percepciones y atender sus necesidades reales de información y comunicación.

El DPCR es el primer paso para iniciar un diálogo con los actores relevantes para las actividades de comunicación, en línea con un enfoque de participación en el diseño y la implementación del proyecto. Esto también contribuye a **construir empoderamiento y compromiso** hacia el proyecto.



El DPCR es esencial para la planificación efectiva de CpD.

Dimensiones del DPCR

El DPCR incluye cinco dimensiones:

A	Priorización de temas comunicacionales
B	Análisis de los actores relevantes
C	Análisis de conocimientos, habilidades, actitudes, y prácticas
D	Análisis de recursos de comunicación
E	Análisis de redes sociales

Veamos cada una a detalle.

A Priorización de temas comunicacionales

El diagnóstico en campo inicia por **discutir con los actores relevantes** los temas clave de desarrollo y cómo estos se relacionan a la comunicación.



“¿Cuáles son los principales problemas de desarrollo que afectan a la comunidad?”



“¿Por qué suceden?”



“¿Cuáles de ellos pueden ser enfrentados mediante la comunicación?”



HERRAMIENTAS RELACIONADAS: Grupos focales de discusión, el árbol de problemas, así como herramientas de calificación y clasificación, ayudan a los participantes a expresar sus opiniones y a identificar, valorar y priorizar los temas relacionados a la comunicación.

Mini-lección 1: más información sobre las herramientas y técnicas del DPCR

Existe una amplia gama de herramientas y técnicas que pueden ser utilizadas para realizar el DPCR. Miremos las más comunes:

- Árbol de problemas
- Entrevista con informante clave
- Discusión de grupo focal
- Mapeo participativo
- Matriz de clasificación
- Observación directa
- Línea de tiempo
- Diagrama de Venn

Pueden ser utilizados para:

- identificar y analizar temas críticos;
- conocer más acerca del grupo de actores o la comunidad;
- Recolectar información relacionada a la comunicación.

Árbol de problemas

¿Qué es? Es una herramienta de análisis visual para investigar las causas y efectos de un problema e identificar posibles relaciones entre ellos.

¿Cómo funciona? Tiene la forma de un árbol, el problema focal se dibuja en el tronco, las causas van en las raíces, y las consecuencias son las ramas.

¿Para qué se utiliza? Para mapear el principal problema que está afectando a la comunidad, junto con sus propias causas y efectos.

Ejemplo

Árbol de problemas enfocado en la baja producción agrícola



Al reemplazar el problema con los estados deseados, el **árbol de problemas** puede ser reversado para ser el **árbol de objetivos** que puede guiar la identificación de objetivos específicos de la iniciativa de CpD.

Entrevista con Informante Clave (EIC)

¿Qué es? Una entrevista a fondo con individuos seleccionados debido a su conocimiento particular sobre un tema.

¿Cómo funciona? Un cuestionario o guía temática sirve como referencia en el sondeo de los temas con el entrevistado. Generalmente son preguntas abiertas para permitir que el entrevistado responda con libertad.

¿Para qué se utiliza? Es muy útil para recolectar información en temas altamente sensibles, cuando los entrevistados están dispersos en un área extensa, y cuando la presión social puede influenciar la respuesta del entrevistado en un grupo.

EJEMPLO DE GUÍA DE TEMAS PARA EIC

Objetivo: Determinar la red local de comunicación de las mujeres productoras de arroz en una localidad determinada.

Entrevistador: _____

Fecha: _____

Nombre y cargo del informante clave: _____

1. ¿A quién le solicita o de quién recibe información sobre el cultivo del arroz?
2. ¿Qué información específica busca o recibe de estas fuentes?
3. ¿Con quién suele compartir esta información o conocimiento? ¿Es muy exigente al decidir con quién compartir esta información o conocimiento? ¿Por qué?
4. ¿Qué problemas encuentra en obtener la información que más necesita sobre el cultivo del arroz? ¿Cómo resuelve estos problemas?
5. Sírvase dibujar o ilustrar la secuencia o el flujo de información agrícola y el intercambio de conocimientos que se produce entre usted y sus colegas agricultores.

Discusión de Grupo Focal

¿Qué es? Implica reunir a un grupo de actores para hablar sobre un tema específico.

¿Cómo funciona? Un facilitador experto guía al grupo para discutir y explorar ciertos temas a profundidad, utilizando una guía temática (similar a aquella utilizada en la Entrevista a Informantes Clave). El grupo debe ser homogéneo, con entre seis y diez participantes.

¿Para qué se usa? Generalmente se utiliza para estimular la reflexión colectiva sobre un tema clave y lograr nuevas visiones sobre las actitudes y comportamientos de los participantes.

También puede resultar útil para verificar y obtener más detalles sobre la información recolectada utilizando otras herramientas del DPCR.

EJEMPLO DE GUÍA DE PREGUNTAS PARA GF

Objetivo: Determinar la percepción y las actitudes de los agricultores hacia la Escuela de Campo Agrícola (ECA) y la probabilidad de mantener su participación en la misma.

Facilitador: _____

Fecha: _____

Participantes: _____

1. ¿Cuál es el valor de la ECA en su proyecto de agricultura? ¿Qué beneficios obtiene?
2. ¿Qué factores cree usted podrían afectar su participación en esta actividad? ¿Cómo piensa que enfrentaría los factores negativos, si los hubiera?
3. ¿Cómo cree que las ECA actuales podrían ser mejoradas en beneficio de los agricultores?
4. ¿Se ve todavía participando en una ECA dentro de tres años? Sí o no ¿Por qué?
5. ¿Va a recomendar la ECA a otros agricultores de su comunidad? Sí o no ¿Por qué?

Mapeo participativo

¿Qué es? Es una técnica grupal que les brinda a los participantes libertad de representar visualmente su conocimiento e información.

¿Cómo funciona? Un ejercicio de mapeo conecta la información a ubicaciones geográficas, explorando por ejemplo, la infraestructura de los poblados, los medios de comunicación, los hogares, servicios agrícolas o recursos naturales, el uso de la tierra, etc. Los participantes pueden también dibujar mapas que representan datos sociales como son las relaciones interpersonales, flujos de comunicación y redes sociales.

¿Para qué se utiliza? El mapeo puede generar puntos de vista enriquecedores sobre las conexiones entre las personas, lugares y organizaciones en un espacio y/o tiempo dado. Mediante el uso de mapas, información compleja se convierte en una imagen que fácilmente puede ser asimilada por personas con distintos niveles de educación, incluso participantes analfabetos.

Matriz de clasificación

¿Qué es? Es una herramienta utilizada para priorizar ítems o para determinar las fortalezas y debilidades relativas entre opciones alternativas.

¿Cómo funciona? Implica ordenar varios ítems de una forma objetiva, por ejemplo las preocupaciones primarias de desarrollo o los canales de comunicación predilectos. Deben existir entre cuatro y ocho ítems para clasificar. Esta clasificación brinda la oportunidad de investigar las motivaciones detrás de las elecciones de los participantes.

¿Para qué se utiliza? Sirve para complementar otros tipos de recolección de información y recopilar información básica que lleva a cuestionamientos más directos. Puede también utilizarse para comparar las preferencias o prioridades de distintos grupos.

Observación directa

¿Qué es? Es una técnica de recolección de información mediante la observación del contexto que se está estudiando.

¿Cómo funciona? El investigador observa de forma sistemática individuos, grupos, eventos, procesos o relaciones y va registrando sus observaciones. Los resultados de la observación directa pueden ser registrados utilizando una lista de verificación basada en una guía de observación que orienta la toma de notas extensas en el cuaderno de campo.

¿Para qué se utiliza? Se emplea en la recolección de datos sociales. Es útil para la validación ya que se puede utilizar para verificar las respuestas de los entrevistados.

Otra técnica similar es la **observación participativa**. Implica que el investigador debe permanecer en la comunidad por un tiempo determinado para realizar un estudio a profundidad.

Línea de Tiempo

¿Qué es? Es una herramienta visual que retrata las experiencias de los actores a través del tiempo.

¿Cómo funciona? Se requiere que los participantes enlisten los eventos clave de su historia para identificar tendencias, problemas y logros en las vidas de las personas. Por ejemplo, se puede solicitar a los miembros de la comunidad que trabajen en una línea de tiempo que indique la evolución de los medios de comunicación dentro de su comunidad. La línea de tiempo debería ir tantas generaciones atrás, cuanto las personas puedan recordar.

¿Para qué se utiliza? La línea de tiempo se utiliza para mejorar la comprensión de la historia de un grupo de actores y cuales eventos locales, regionales o internacionales han influenciado sus vidas.

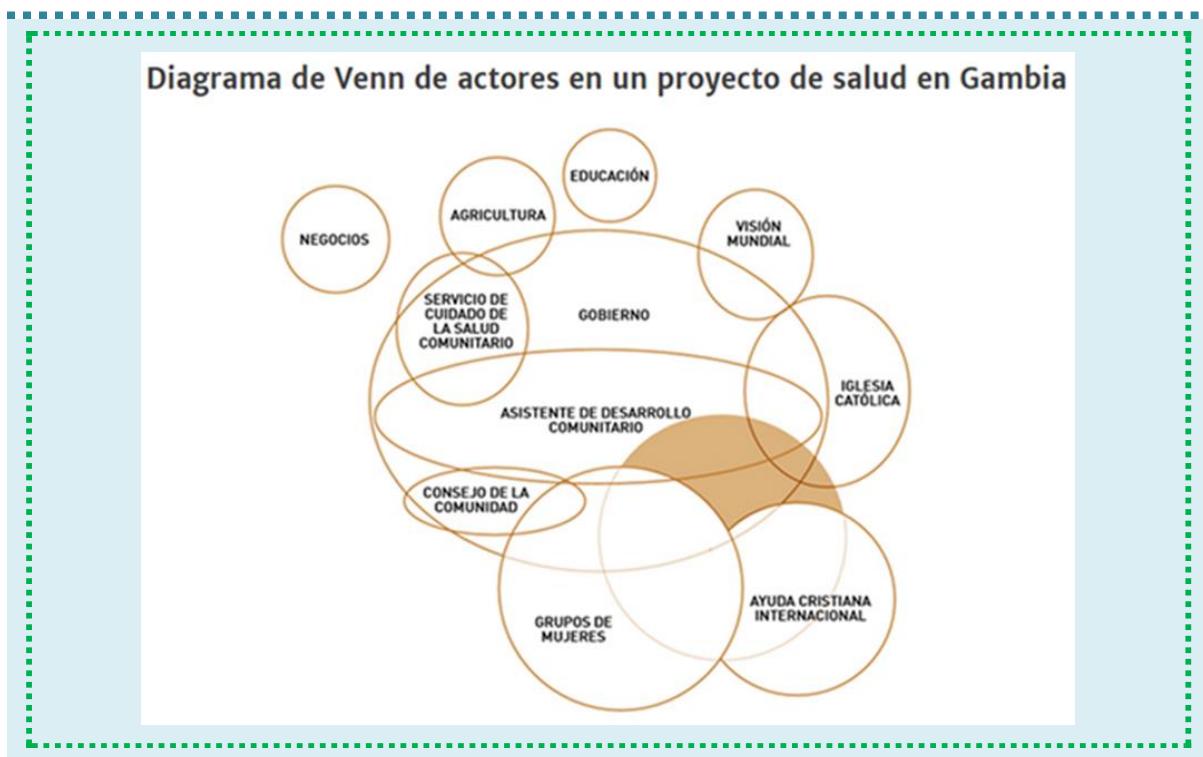
Diagrama de Venn

¿Qué es? Es una herramienta que utiliza círculos para ilustrar la forma en que los distintos componentes de una institución o comunidad se relacionan entre sí y su importancia relativa.

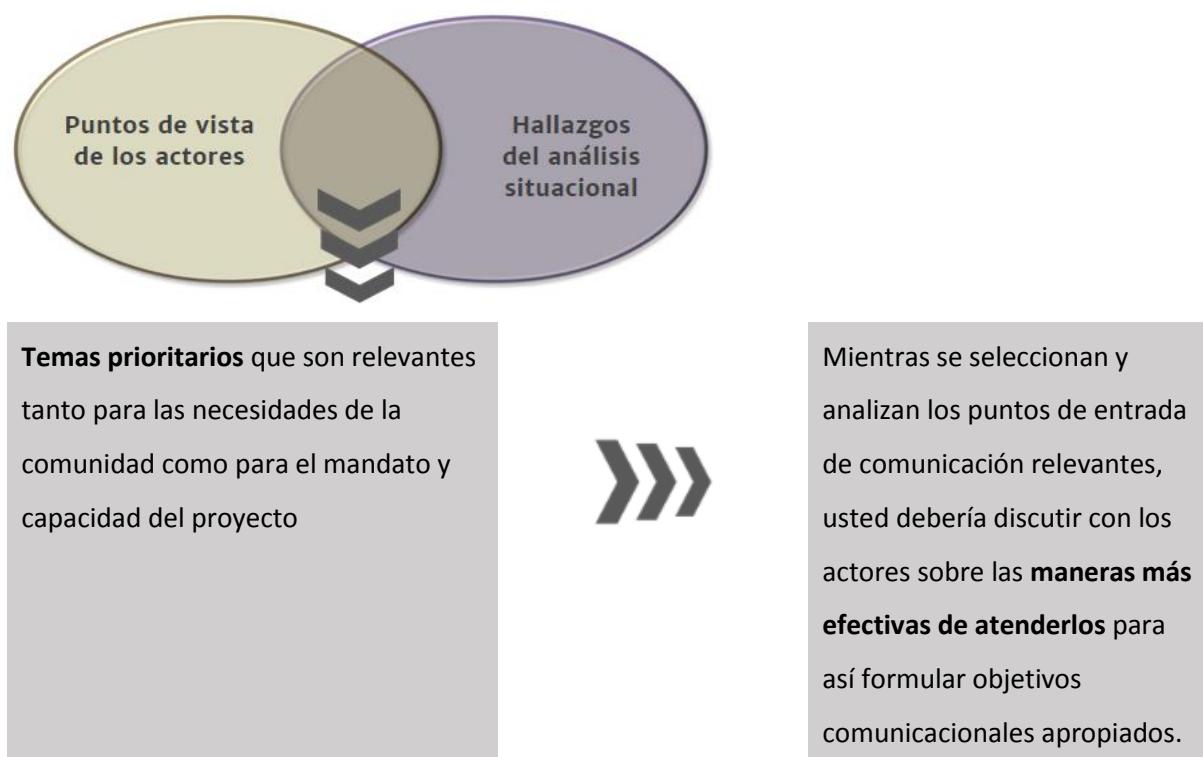
¿Cómo funciona? Los círculos más grandes representan los componentes más importantes mientras que los círculos más pequeños representan los elementos menos importantes. Además, la distancia entre los círculos denota el nivel de interacción entre los componentes, mientras que un círculo pequeño dentro de uno grande implica que el uno es componente del otro. Sobre posiciones indican áreas en las cuales los distintos componentes colaboran o participan de forma conjunta en la toma de decisiones.

¿Para qué se utiliza? Es muy útil para obtener una imagen global inicial de los actores relevantes y para analizar las relaciones sociales y de poder que intercurren entre ellos.

Venn diagram of a health project's stakeholders in Gambia



Con el fin de **validar y priorizar** los principales temas a tratar, usted debe comparar los puntos de vista de los actores con los puntos de entrada de comunicación que fueron previamente identificados durante el análisis situacional, a fin de identificar **áreas de acuerdo y desacuerdo** y desarrollar una **síntesis** significativa.





Ver anexo 1 - Hoja de trabajo para priorizar los temas comunicacionales

B Análisis de los actores relevantes

A través del estudio de campo, usted puede desarrollar un **perfil completo de la comunidad** o del grupo de actores, **desde el punto de vista de sus integrantes**. Durante la interacción con los participantes del DPCR, usted debe procurar responder las siguientes preguntas:

- ¿Cuáles son las características del grupo de actores según ellos mismo?
- ¿Quiénes tendrán más interés o mayor influencia en la iniciativa de CpD en esa área en particular?
- ¿Con qué grupos se debe interactuar de forma prioritaria y por qué?
- ¿Cuál es la postura de estos actores prioritarios sobre los temas comunicacionales en juego?



HERRAMIENTAS RELACIONADAS: Se puede utilizar una amplia gama de herramientas para analizar a los actores: desde los diagramas de Venn a grupos focales, narrativas, entrevistas en profundidad, dramatización, etc.



La forma en que las personas perciben y definen su realidad, suele ser muy distinta a la situación descrita por externos o a la registrada en libros.

C Análisis de conocimientos, habilidades, actitudes y prácticas

Resulta importante evaluar el **nivel de Conocimiento, Habilidades, Actitudes, y Prácticas (CHAP)** de los actores en relación a los temas rurales y comunicacionales identificados como prioritarios.

Mediante el análisis CHAP usted deberá examinar:

- percepciones y nivel de conciencia de las personas;
- brechas de conocimiento y necesidades informativas;
- formas para conseguir objetivos;

- sentimientos y creencias culturales;
- patrones de comportamiento y prácticas existentes.



Brechas de conocimiento y necesidades informativas serán una porción clave de información al momento de formular la estrategia de CpD y sus objetivos.

Ejemplo

Ejemplo de preguntas CHAP sobre producción orgánica

En un proyecto de CpD relacionado con la intensificación de la producción orgánica para promover la seguridad alimentaria, el análisis CHAP se enfocará en:

- ¿Cuánto conocen o desconocen los agricultores sobre agricultura orgánica?
- ¿Cómo la perciben? ¿La consideran valiosa?
- ¿Están dispuestos a conocer más o a experimentar con ella?
- ¿Usualmente, qué utilizan para la fertilización del suelo o para el control de plagas y enfermedades?
- ¿Hasta qué punto aplican insumos externos como fertilizantes químicos?



Ver anexo 2 – Hoja para análisis CHAP



HERRAMIENTAS RELACIONADAS: El análisis CHAP se lleva a cabo a través de grupos focales o entrevistas con informantes clave. También se puede realizar una encuesta CHAP con la ayuda de un cuestionario aplicado a un gran número de personas.

D Análisis de recursos de comunicación

- El análisis de los recursos de comunicación sirve para entender **cómo acontece el intercambio de información y conocimientos** dentro de un grupo de actores, y entre sus miembros y los agentes externos.

Usted deberá considerar tres aspectos distintos:

- **disponibilidad** de recursos (i.e. ¿Cuál es el índice de penetración de telefonía móvil en el área?)
- **accesibilidad** por parte de diferentes actores (i.e. ¿Quién tiene teléfono móvil en el hogar? ¿Quién tiene control sobre su uso? ¿Cómo lo utilizan los miembros analfabetos del hogar?)
- **preferencias de los actores** en cuanto a popularidad o funciones específicas asociadas a los distintos canales (i.e. medios comunitarios o tradicionales pueden tener mejor aceptación en la comunidad, pero no necesariamente son considerados apropiados para discutir un tema determinado).



Mediante el análisis de los recursos comunicacionales usted puede determinar los espacios, medios y canales interpersonales más apropiados y con mayor índice costo-beneficio para alcanzar o interactuar con los actores relevantes.

Invierta tiempo para identificar con los participantes a las personas clave, tanto dentro como fuera de la comunidad, quienes tienen una influencia particularmente fuerte sobre su comportamiento, y evalúe los motivos. Es importante **obtener el apoyo** de estos **líderes de opinión y modelos a seguir** a quienes se les considera confiables, conocedores y fuentes respetables de consejería.

Reuniones comunitarias y otros espacios institucionalizados para la toma de decisiones a nivel local, también se consideran como recursos de comunicación.

En entornos rurales, las personas clave incluyen a los líderes comunitarios, indígenas o autoridades religiosas.



Preguntas clave para evaluar los recursos de comunicación

Recurso de comunicación	Preguntas clave
Nivel de educación	<ul style="list-style-type: none">• ¿Quién en la comunidad puede leer y escribir? ¿Qué idiomas o dialectos entienden y resultan cómodos?• ¿Quién puede manejar aritmética?
Distribución interna de recursos de comunicación	<ul style="list-style-type: none">• ¿Qué canales de comunicación y herramientas están disponibles y accesibles para los miembros de la comunidad?• ¿Quién controla el acceso a esos canales y herramientas?• ¿Cuáles son los canales preferidos y por qué?• ¿Qué tipo de información presentan de forma regular?

Fuente de información dentro de la comunidad (en relación a los temas considerados)	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuáles son las fuentes de información predilectas y de mayor confiabilidad dentro de la comunidad?
Fuente de información fuera de la comunidad (en relación a los temas considerados)	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué fuentes de información externa se pueden sondear como oportunidades o espacios para la interacción con la comunidad?
Líderes de opinión y modelos a seguir	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Quiénes son los activistas y líderes dentro y fuera de la comunidad? • ¿Quién tiene influencia notable en el comportamiento o conocimiento, actitud, y prácticas de los miembros de la comunidad? • ¿Por qué se considera a estos personajes como conocedores y confiables? son fácil de acceder?

Ejemplo

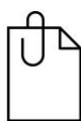
Análisis de recursos de comunicación - Programa Nacional de Reverdecimiento (NGP) Filipinas

Recurso de comunicación	Propiedad/Predominio	Uso potencial en la NGP
Medios masivos (radio, televisión, periódicos)	<ul style="list-style-type: none"> • Existe una alta difusión de radio, TV y periódicos en el país (85-90 porciento). • Exposición ante medios masivos es alta entre los actores. 	<ul style="list-style-type: none"> • Aunque los medios masivos son altamente comerciales, mensajes sobre temas de desarrollo se pueden sacar al aire pagando el servicio informativo. • También existen medios masivos de propiedad del Estado que pueden difundir los mensajes del NGP sin costo.
Fuentes interpersonales (oficiales de gobierno a nivel nacional y líderes locales a nivel comunitario)	<ul style="list-style-type: none"> • Oficiales de gobierno y técnicos del Departamento de Ambiente y Recursos Naturales (DENR) se consideran fuentes confiables de información. • A nivel comunitario, los jefes de los pueblos son fuentes de información confiable y de primera mano. 	<ul style="list-style-type: none"> • Las fuentes interpersonales son efectivas al momento de estimular el debate y el proceso de aprendizaje entre grupos de actores. • Los líderes de opinión y modelos a seguir pueden influenciar de manera positiva la adopción de una cultura de forestación mediante la participación en las actividades de forestación de NGP.

Medios sociales (internet, teléfono móvil)	<ul style="list-style-type: none"> El DENR tiene un sitio web sobre el programa NGP y se encuentra disponible al público. Locales de internet han proliferado por todo el país por ende facilitan el acceso a medios sociales. Ser propietario de un teléfono celular es muy común en el país. Los mensajes de texto son muy populares en el país. 	<ul style="list-style-type: none"> No todos los actores, especialmente aquellos en zonas rurales, tienen conocimiento en el uso de computadoras o tienen la posibilidad de acceder a la información en el sitio web de NGP. Se puede capacitar a los actores rurales en asuntos básicos de navegación en el sitio web del NGP. Los mensajes de texto se han convertido en un hábito comunicacional de casi todos los ciudadanos en áreas urbanas y rurales. Se puede acceder a los actores claves mediante SMS.
Otros servicios de provisión de información	<ul style="list-style-type: none"> Unidades locales del DENR tienen personal trabajando a nivel comunitario. Medios comunitarios tienen una base sólida de escuchas a nivel local. Varios ONG promueven programas sobre sostenibilidad, reducción de pobreza, sustentabilidad, y biodiversidad a nivel nacional y local. 	<ul style="list-style-type: none"> Las unidades locales del DENR y los medios de comunicación locales pueden aprovecharse para generar conciencia y brindar a las comunidades información sobre el NGP. El NGP puede juntarse con ONG nacionales y locales para facilitar el intercambio de información y conocimiento.



HERRAMIENTAS RELACIONADAS: Las mejores herramientas para evaluar los recursos de comunicación son las discusiones en grupos focales y las entrevistas. Se puede complementar a éstas, con técnicas de clasificación y calificación u otras más visuales como son bosquejos, diagramas de vinculación o diagramas de Venn.



Ver anexo 3 - Hoja para análisis de recursos de comunicación

E Análisis de redes sociales

En Análisis de Redes Sociales (ARS) sirve para **mapear** y comparar las **relaciones** formales e informales, los **flujos y patrones de interacción** entre individuos, grupos, organizaciones y sistemas.

Al capturar las relaciones formales e informales, el ARS nos permite entender qué o quién puede facilitar o dificultar el intercambio de conocimiento y la comunicación dentro de un grupo o comunidad.



HERRAMIENTAS RELACIONADAS: El ARS se puede conducir utilizando herramientas de mapeo o guías de preguntas para grupos focales y entrevistas. La información recolectada se puede analizar de forma manual o utilizando software diseñado para tal propósito.

Análisis de resultado del DPCR

Una vez realizado el diagnóstico de comunicación, usted deberá **analizar toda la información** recopilada, tanto del análisis situacional y del DPCR, y **validarla con los actores**.

Para este propósito:

1. **sintetice y organice los resultados** de la diagnóstico de comunicación, utilizando el análisis situacional para contextualizar la información recopilada durante el **DPCR** en una o más áreas en terreno;
2. elabore gráficos, mapas, tablas, diagramas y recopile todos los **resultados visuales** de los ejercicios del DPCR con el fin de destacar los principales hallazgos;
3. examine las **implicaciones** de los resultados sobre los temas de comunicación y desarrollo que se están considerando;
4. organice una **reunión de validación** con representantes de los grupos de actores;
5. prepare un **informe final** sobre el diagnóstico de comunicación para el gerente de proyecto.



Ver anexo 4 – Hoja para organizar los resultados clave del diagnóstico de comunicación

Informe de Diagnóstico de Comunicación

Luego de validar su análisis con los actores, usted deberá elaborar un **informe final** del diagnóstico de comunicación. Veamos cómo podría estructurar el contenido.

ESQUEMA DEL INFORME	
1. Agradecimientos	Agradecimientos a personas, grupos, organizaciones involucradas: <ul style="list-style-type: none">• ¿Quién financió el diagnóstico?• ¿Quién condujo el diagnóstico?• ¿Quién participó en los preparativos del diagnóstico?• ¿Quién brindó información durante el diagnóstico?
2. Resumen Ejecutivo	Escriba máximo una carilla y media, sea conciso para generar interés en sus lectores y para persuadirlos a leer el informe. Resuma: <ul style="list-style-type: none">• antecedentes y propósito del diagnóstico;• principales hallazgos y su significado;• recomendaciones;• estructura del informe.
3. Introducción	Presente: <ul style="list-style-type: none">• antecedentes sobre el tema principal y el asunto de desarrollo, el estado del proyecto y sus prioridades, el área y los actores que se están investigando (citando las fuentes e incluyendo mapas y fotos cuando sea posible);• razón del diagnóstico de comunicación incluyendo el objetivo de investigación, justificación, objetivos específicos.
4. Metodología	Especifique: <ul style="list-style-type: none">• cuándo y dónde se llevó a cabo el diagnóstico;• diseño del estudio: muestreo, participantes, métodos de investigación, herramientas y técnicas;• métodos de análisis de la información;• problemas prácticos o limitaciones enfrentadas;• confidencialidad de los resultados.

5. Presentación de resultados	<p>Este es el corazón del informe. Usted debería cubrir:</p> <ul style="list-style-type: none">• hallazgos del análisis situacional y del diagnóstico participativo de comunicación rural (conducido en uno o más sitios en terreno);• implicaciones de los hallazgos en relación al propósito del estudio, así como para los temas de comunicación y desarrollo que se están considerando. <p>Utilice tablas, gráficos, gráficos circulares, fotografías, y todos los resultados visuales de las herramientas del DPCR con explicaciones en texto para destacar los resultados.</p>
6. Conclusiones y recomendaciones	<p>Este es otro componente fundamental del informe, por ende, debe dedicarle mucha atención. Incluya:</p> <ul style="list-style-type: none">• resumen de principales hallazgos y su importancia;• lecciones aprendidas;• siguiente línea de acción para el proyecto o programa de desarrollo;• sugerencias para acciones de comunicación e insumos específicos de la estrategia CpD. <p>Debe considerar las conclusiones y recomendaciones como punto de partida para la discusión.</p>
7. Bibliografía	<p>Enliste todas las fuentes y material de referencia que utilizó y consultó para desarrollar el estudio.</p>

Conclusiones

Respaldado en la información contextual recopilada durante el análisis situacional, los **resultados del DPCR** le brindan un escenario integral en términos de **necesidades y oportunidades de comunicación** en relación a los actores y principales temas en juego.

Distintos grupos de actores de comunicación serán perfilados para revelar sus características y cultura, así como su conocimiento, habilidades, actitudes y prácticas. Los hallazgos incluirán **evidencia sobre cómo las personas se comunican** dentro de su comunidad, sus principales fuentes de información y medios predilectos, también sus patrones de interacción e influencia social.

Todo esto constituye una **línea base sólida** no solamente para definir su estrategia de CpD, sino también para monitorear y medir los resultados.

Resumen

Luego de obtener un entendimiento general del contexto del proyecto, usted deberá realizar un **Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural (DPCR) en campo** para involucrar a los actores, validar información preliminar recolectada durante el análisis situacional y examinar otros aspectos con mayor detalle.

El DPCR es un método de investigación de comunicación que **utiliza técnicas participativas**, técnicas de visualización, entrevistas y trabajo en grupo para promover el intercambio de ideas, información, puntos de vista y experiencias con y entre actores locales.

El valor del DPCR radica en la importancia de **escuchar a los actores del proyecto** para entender sus distintas percepciones y atender sus **necesidades reales de información y comunicación**.

Para conducir un DPCR efectivo, usted debe estar en capacidad de involucrar a los participantes en el **análisis de**:

- **temas prioritarios de comunicación** relevantes tanto para las necesidades comunitarias como para el mandato del proyecto;
- **principales actores** y sus características desde su propio punto de vista;
- niveles de **conocimiento, habilidades, actitudes y prácticas** relacionadas a los asuntos comunicacionales;
- **recursos de comunicación** adecuados;
- **redes sociales** y las relaciones entre individuos, grupos, y organizaciones.

Luego de realizar el diagnóstico de comunicación, usted deberá **analizar toda la información** recolectada a través del análisis situacional y el DPCR, **validar** esa información con representantes de los grupos de actores relevantes y redactar un **informe final**.

Anexo 1 - Hoja de trabajo para priorizar los temas comunicacionales



PRIORIZACIÓN DE LOS TEMAS DE COMUNICACIÓN

Percepciones de la comunidad (grupos focales, lluvia de ideas)	Ánalisis comunitario de los asuntos clave (árbol de problemas, calificación/ clasificación)	Síntesis de la perspectiva de la comunidad y del proyecto	Asuntos prioritarios relacionados con la comunicación (GF, calificación/ clasificación)

Anexo 2 - Hoja para análisis CHAP

Actores	Conocimiento	Habilidades	Actitudes	Prácticas

Anexo 3 - Hoja para análisis de recursos de comunicación



ANÁLISIS DE RECURSOS DE COMUNICACIÓN

Recurso de comunicación (Especificar artículos)	Propiedad/Frecuencia	Potencial para el uso
Medios masivos de comunicación		
Medios comunitarios y populares de comunicación		
TIC		
Fuentes internas de información		
Fuentes externas de información		

Anexo 4 - Hoja para organizar los resultados clave del diagnóstico de comunicación



PRINCIPALES RESULTADOS DEL DPCR

Dimensión del diagnóstico	Preguntas para el diagnóstico	Conclusiones principales
Temas clave de desarrollo y puntos de entrada de la comunicación		
Políticas y programas que pueden facilitar u obstaculizar el plan de CpD		
Potenciales organizaciones socias		
Actores relevantes de comunicación		
Conocimientos, habilidades, actitudes y prácticas de los actores involucrados		
Recursos disponibles de comunicación		
Redes sociales existentes		