

**UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**



**TITULO: MICROS TELEVISIVOS PARA LA PROMOCION DEL
CACAO PRODUCIDO EN OCUMARE DE LA COSTA DIRIGIDO A LA
CENTRAL DE BENEFICIO DEL CACAO (CBC)**

**Trabajo Especial de Grado (TEG) para optar al título de: Licenciado en
Comunicación Social**

Autor: César E. Rodríguez Garnique

Tutora: Erika Ostériz

Caracas, mayo de 2009

AGRADECIMIENTO

A Dios por sobre todas las cosas, con Él todo... sin Él nada.

A mi mamá, el ser maravilloso que me regaló la vida. Porque le debo todo desde el primero y hasta el último suspiro de mis días le pertenecerán. Estoy seguro que el Padre Celestial antes de yo nacer me preguntó: -¿A quién eliges por madre?, Y yo con una sonrisa respondí, a esa hermosa dama de nombre Esma Belén Garnique, desde entonces ella es mi estrella, la luz que me guía.

A la mujer más noble de alma que Dios me obsequió, después de mi mamá, mi hermana Talia Santiaga Garnique. Ella es mi bastón, mi amiga, mi consejera, mi segunda madre. La que verdaderamente se merece este título universitario. Para ti hermana, mil bendiciones y mi respeto. Eres mi ángel guardián.

A todas y cada una de las personas que me brindaron su apoyo para la elaboración de mi tesis, familiares, y amigos... a todos mil gracias. Ustedes saben quienes son.

A mi Alma Mater, la Universidad Central de Venezuela. La casa que vence las sombras. En donde pocos somos los privilegiados de egresar.

A la gente amable y sincera del pueblo de Ocumare de la Costa que siempre me regaló una sonrisa al tiempo que me tendían su mano, demostrándome con hechos que de nada vale tener un título universitario sino tienes la humildad en tu corazón.

También te agradezco a ti... que te tomaste unos segundos para leer estas líneas.

DEDICATORIA

Este Trabajo Especial de Grado está dedicado a Dios mi Padre Celestial, que siempre guía mis pasos, y especialmente a mi madre Esma Belén Garnique y a mi hermana Talia Garnique. Porque a estas dos mujeres les debo toda mi vida. Siempre estaré agradecido y en deuda con ustedes... Las amaré infinitamente.

Igualmente, dedico este trabajo a esa tierra fértil de la Costa de Oro venezolana.

A todos y cada uno de ustedes que al leer estas líneas ó al degustar un chocolate, inmediatamente recuerden el fruto del cacao aragüeño “alimento de los dioses”... en donde toda esta historia comenzó.

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA.....	i
AGRADECIMIENTO.....	ii
ÍNDICE GENERAL.....	iii
LISTA DE CUADROS.....	vi
LISTA DE GRÁFICOS.....	viii
RESUMEN.....	x
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I. EL PROBLEMA	3
Planteamiento del problema.....	3
Objetivos de la investigación.....	7
General.....	7
Específicos.....	7
Justificación de la investigación.....	6
Alcance.....	8
Limitaciones.....	8

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	9
Antecedentes de la investigación.....	9
Bases Teóricas.....	12
CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO	29
Tipo de investigación.....	29
Población.....	31
Muestra.....	31
Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	32
Validez y confiabilidad de los instrumentos.....	34
Técnica de análisis de datos.....	36
Fases de la investigación.....	38
CAPÍTULO IV. DIAGNÓSTICO QUE SUSTENTA LA PROPUESTA	39
Conclusiones del diagnóstico.....	59
CAPÍTULO V. LA PROPUESTA	61
Presentación.....	61
Justificación.....	61
Fundamentación.....	62
Objetivos.....	63
General.....	63
Específicos.....	63
Beneficio de la Propuesta.....	64
Estructura de la Propuesta.....	64
Administración de los recursos humanos, técnicos y operativos.....	72
Factibilidad de la propuesta.....	73

CAPÍTULO VI. RECOMENDACIONES FINALES	75
REFERENCIAS.....	77
ANEXOS	80
A) Instrumentos de recolección de datos.....	
B) Cartas de validación de los instrumentos.....	

LISTA DE CUADROS

Cuadro	PP.
1. Operacionalización de las variables.....	30
2. Población de la investigación.....	31
3. Muestra de la investigación	32
4. Entrevista: Señor: José Lugo. Presidente y Productor.....	40
5. Entrevista; Señor: Félix Pacheco. Tesorero y Productor.....	41
6. Cultivador 1.....	44
7. Cultivador 2.....	45
8. Cultivador 3.....	46
9. Cultivador 4.....	47
10. Existencia de poca difusión en los medios.....	50
11. Poca Cobertura de la noticia de la empresa cacaotera.....	51
12. Necesidad de una serie de micros audiovisuales.....	52
13. Desinformación de la población acerca de la producción de Cacao.....	53
14. Mal manejo de la información cacaotera.....	54
15. Interés de la población sobre el tema del cacao aragüeño.....	55
16. Desinterés en la TV por información cacaotera.....	56
17. Desconocimiento del tema genera poca audiencia en la TV.....	57
18. Registro de Observación.....	58
19. Guión estructural general de la serie de micros	66
20. Costo promedio para la producción de cada micro	72

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico	PP.
1. Poca difusión de los medios.....	50
2. Poca cobertura de la noticia.	51
3. Serie de micros audiovisuales.	52
4. Desinformación de la población.	53
5. Mal manejo de la información.	54
6. La producción cacaotera aragüesa genera interés en la población.	55
7. Desinterés en la TV.....	56
8. Poca audiencia en la TV.....	57

UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL



**MICROS TELEVISIVOS PARA LA PROMOCION DEL CACAO
PRODUCIDO EN OCUMARE DE LA COSTA DIRIGIDO A LA
CENTRAL DE BENEFICIO DEL CACAO**

Autor: César Rodríguez Garnique

Tutora: Erika Ostériz

Fecha: Mayo, 2009

RESUMEN

La intención de la presente investigación fue Proponer una serie de Micros audiovisuales para el cacao producido en el Estado Aragua dirigido a la Central de Beneficio del Cacao, para difundir las actividades de la CBC, ubicada en Ocumare de la Costa, Municipio Costa de Oro del estado Aragua; enmarcado en un proyecto factible, basado en una investigación de campo, apoyada en una revisión documental. La población estuvo constituida por todos los Cultivadores y productores de la población cacaotera y la muestra quedo conformada por 106 miembros pertenecientes a dicha población. Para la recolección de la información fueron diseñados tres instrumentos: un cuestionario diagnóstico, aplicados a los 100 productores; y dos guiones de entrevistas aplicado a directivos de la CBC y a los cultivadores. Los tres instrumentos previstos para recoger información sobre la necesidad de una serie de Micros audiovisuales para el cacao producido en el Estado Aragua dirigido a la Central de Beneficio del Cacao, arrojaron como resultado la necesidad de crear dichos micros, realidad manifestada y corroborada por todos los encuestados y el entrevistado, uniéndose en este caso a los medios de comunicación digitales que no existen en dicha institución, contribuyendo esto con grandes beneficios de interacción, comunicación, participación e integración. Esto quiere decir, que la creación de una serie de Micros audiovisuales para el cacao producido en el Estado Aragua dirigido a la Central de Beneficio del Cacao,

es una interesante opción para que la CBC y el Cacao se proyecte y difunda más allá del estado Aragua, tomando en cuenta que es un producto elaborado de manera artesanal y que forma parte del mundo sociocultural del pueblo aragüeño.

Palabras Claves: Micros audiovisuales. Cacao. Central de Beneficio del Cacao. Medio de comunicación. Ocumare de la Costa.

**CENTRAL UNIVERSITY OF VENEZUELA AUTHORIZE OF
HUMANITIES AND EDUCATION SCHOOL OF SOCIAL.**



**TELEVISION MIKES FOR THE PROMOTION OF THE COCOA
PRODUCED IN OCUMARE OF THE COAST DIRECTED THE HEAD
OFFICE (PLANT) OF BENEFIT OF THE COCOA**

Author: César Rodríguez Garnique

Tutora: Erika Ostériz

Dates: May, 2009

THEY SUMMARIZE

The intention of the present investigation (research) it was To propose a series of audio-visual Mikes for the cocoa produced in the State Aragua directed the Head office (Plant) of Benefit of the Cocoa, to spread the activities of the CBC, located in Ocumare of the Coast, Municipality Gold Coast of the condition (state) Aragua; framed in a feasible project, based on a field investigation (research) rested (relied) on a documentary review. The population was constituted by all the Cultivators and producers of the population cacaotera and the sample I remain shaped by 106 members belonging to the above mentioned population. For the compilation of the information three instruments were designed: a diagnostic questionnaire, applied to 100 producers; and two scripts of interviews applied to executives of the CBC and to the cultivators. Three instruments foreseen to gather information about the need of a series of audio-visual Mikes for the cocoa produced in the State Aragua directed the Head office(Plant) of Benefit of the Cocoa, threw like proved the need to create the above mentioned mikes, reality demonstrated and corroborated by all the polled ones and the interviewed one, joining in this case the digital mass media that do not exist in the above mentioned institution, contributing(paying) this with big benefits of interaction, communication, participation and integration. This wants to say, that the creation of a series of audio-visual Mikes for the cocoa produced in the State Aragua directed the Head office (Plant) of Benefit of the Cocoa, is an interesting option in order that the CBC and the Cocoa is projected and spreads beyond the condition (state) Aragua, bearing in mind that is an elaborated product of a handcrafted way and that forms a part of the sociocultural world of the people (village) aragüeño.

Key words: audio-visual Mikes. Cocoa. Head office (plant) of Benefit of the Cocoa. Way of communication. Ocumare of the Coast.

INTRODUCCIÓN

El propósito que se persigue con la propuesta de plantear una serie de Micros televisivos para el cacao producido en Ocumare de la costa dirigido a la Central de Beneficio del Cacao (CBC), es tratar de promocionar y difundir los actos, eventos y demás actividades que toman vida en dicha institución encargada de trabajar con dicho fruto del estado Aragua.

El cacao es un legado ancestral que se lucha por recuperar, y Ocumare de la costa de Oro representa el ochenta por ciento de la producción aragüeña y el inicio, o principio como le llaman algunos, de “la Ruta del Cacao”, un proyecto nacido del esfuerzo mancomunado entre el Gobierno venezolano y los habitantes de unas tierras bendecida por la mano de Dios, que desean mostrar a todos, que Venezuela tiene el mejor cacao del mundo. Asimismo, la CBC cumple una importante función en cuanto que alberga en su institución los productores y cultivadores que trabajan directamente con la producción del cacao de las costas aragüeñas. Es por dichas razones que se necesita de una serie de micros audiovisuales capaz de seguirle el paso a ésta generación relacionada con el mundo cacaotero y por ende de la cultura de un pueblo.

Para cumplir con el objetivo esencial del presente estudio, se aplicó una metodología de proyecto factible, apoyada en una investigación de campo y en una revisión documental, empleando la encuesta y la entrevista como técnicas para determinar la estructura fundamental de los micros televisivos.

Por lo anteriormente expuesto, se configura y desarrolla todo el trabajo de investigación, el cual se encuentra estructurado de la siguiente manera:

Capítulo I en el que se plantea el problema, la justificación, los objetivos, el alcance y las limitaciones de la investigación.

Capítulo II conformado por lo que se define como marco teórico o referencial, en el cual se abordarán los antecedentes de la investigación y las bases teóricas a partir de las cuales se dará respuesta a los objetivos planteados.

Capítulo III donde se exponen los procedimientos metodológicos abordados para el desarrollo de la investigación. Allí se define la modalidad a utilizar, las unidades de análisis, población, muestra, técnicas e instrumentos de recolección de datos, así como todos los procedimientos utilizados para estructurar dicha investigación.

Capítulo IV que presenta los resultados obtenidos de la aplicación de los instrumentos, mediante cuadros de frecuencia, su representación gráfica y el análisis correspondiente a cada uno de ellos.

Capítulo V que contiene los aspectos referidos a la propuesta en cuanto a presentación, justificación, fundamentación, administración y factibilidad.

Capítulo VI donde se presentan las recomendaciones resultantes de los objetivos y de los resultados obtenidos.

Por último se cita la bibliografía y los anexos como sustento de la investigación.

CAPITULO I

EL PROBLEMA

Planteamiento del Problema

A lo largo del desarrollo de las sociedades, el ser humano ha experimentado dramáticos cambios en Pro de su bienestar y en la búsqueda de mejorar profunda y cualitativamente su estilo de vida. Así ante la necesidad urgente de establecer intercambios con los otros y de ampliar la difusión-transmisión y recepción de información, mensajes, noticias, ideas, cultura, etc., paso de la simple utilización de la voz como canal natural, a la sorprendente y contundente creación de las herramientas técnicas, mejor conocidas como medios de información masivos, que vinieron a agrandar el radio de acción o de penetración de un determinado mensaje.

En ese sentido, teóricos como Marshall Mc Luhan, plantearon hacia 1950 la urgente y notoria necesidad de poner particular atención en esas “extensiones del ser humano”, pues de a rato los mensajes que allí circulaban no eran del todo positivos en sus consecuencias para la sociedad. No obstante, otros hicieron fuerte hincapié en revisar también el uso que el público hacia de ellos. Es decir, ambos usuarios Transmisor y Perceptor tenían que ser evaluados en relación a su forma de conectarse con las referidas herramientas tecnológicas.

En ese marco, se comienza a hablar del aspecto social de los medios y de su función educativa, orientadora; más allá de meros instrumentos informativos y de entretenimiento. Ahora bien, es en este contexto que hay que rescatar la idea de que las producciones, en el sentido que sea, han servido para interconectar a la población con su propia realidad social y la de otros con quienes comparte e

incluso con los que están bastante alejados de su marco de referencia. Y eso es así, gracias a que como lo dicen varios autores la comunicación es un proceso, mismo que permite el intercambio permanente entre los seres humanos, además de contar con la tecnología que puede ayudar a extender el conocimiento sobre un hecho, acontecimiento, fenómeno determinado.

De allí, que son múltiples las experiencias que se pueden referir cuando se trata de evidenciar lo anteriormente expuesto. Por ejemplo los norteamericanos han vendido todo su estilo de vida a través de los medios, también Japón ha invadido el mundo comunicacional con su particular forma de ver y hacer la vida. Así, todo lo que se conoce de ambas naciones esta puesto repetidamente en micros, programas, películas, documentales; sacándole todo el provecho a las variadas ventajas que los medios poseen.

Pero no solo en esos lados del mundo se ha hecho tal cosa, también casos como el mexicano, el brasilero, el colombiano e incluso el chileno, donde han impulsado el conocimiento de ser productores de vinos de calidad, utilizando la proyección de los *Mass media*. Entonces, Venezuela no debe ni puede perder la oportunidad de promocionarse y dar a conocer su potencial como sociedad en pleno desarrollo. Cabe destacar, que existen programas buenos, inclusive canales de televisión que se dedican a vender turísticamente al país, tales como “Bitácora”, “Conociendo a Venezuela”, “Agrotendencias” entre otros, emitidas por productores independientes. Pero cuando se trata de temas como la producción agrícola, se encuentra un terreno árido, poco explorado y explotado de forma racional. Casos como la producción cacaotera quedan fuera de la cobertura y tratamiento noticioso, o mejor fuera de la agenda informativo-comunicacional que despliegan los medios, tanto locales, regionales como nacionales.

Ante este panorama, surge la necesidad de tratar de aportar un granito de arena para solucionar esta situación y así sentar las bases para hacer un llamado de atención para el rescate de la importancia noticiosa de la producción cacaotera en Venezuela, sobre todo si pertenece a la región aragüeña, considerada por muchos la Cuna del Mejor Cacao del País y del Mundo, como se menciono antes.

Regiones como Ocumare de la costa, Cepe, Chuao, Choroní, Cuyagua, Cata, La Trilla, Aponte y Cumboto-, según la Fundación para el Desarrollo de la Ciencia y la Tecnología en el Estado Aragua (FUNDACITE), son reconocidas como las zonas del cacao en esta entidad. Zonas con altos niveles y potencialidades en el cultivo de la materia prima que es el cacao, pero que constantemente enfrentan merma en la producción por falta de apoyo, promoción y proyección que impulsen la inversión e incluso mejoren drásticamente la comercialización del producto.

Así pues, como lo refiere Melido Estaba Rojas en un artículo publicado en el diario El Siglo de Maracay de fecha 13 de enero de 2009, también el cacao esta asociado al aspecto cultural de estas zonas. Por ejemplo, Cuyagua está prácticamente estructurada y conformada alrededor del cacao y todo lo que el representa para los lugareños, razón por el cual han venido luchando por subsanar los serios inconvenientes de financiamiento y de productividad que por momentos enfrentan. Si tuvieran el respaldo de los medios de comunicación de masas, si la cobertura y seguimiento fuese eficaz, efectivo y eficiente, entonces el futuro de los productores de cacao se tornara más alentador. El poder de los medios es inmenso.

En este sentido, Afirma Ayala (2006), El cacao producido por los cacaoteros de Ocumare de la Costa y, de hecho, de muchas otras partes de Venezuela, es “casi orgánico” por lo tanto, se debe considerar la utilización de estrategias comunicacionales, como una serie de micros televisivos aquí propuesto, que estén al servicio de las comunidades, queriendo impulsar el conocimiento general de la población ante tópicos que son de vital importancia, porque el cacao venezolano y el aragüeño en especial, están hechos para la exportación. De hecho, tal como lo afirma FUNDACITE-Aragua, 69% de la producción nacional de cacao se destina a ser exportado, entonces es conveniente que el “alimento de los dioses”, epíteto con el que se conoce al cacao en la región, sea promocionado, sobre todo amparado por la Central de Beneficio del Cacao (CBC).

Ante esto, surgen diversas interrogantes que funcionarán como eje motor para la elaboración de esta investigación ¿Existe la necesidad real de diseñar una serie de micros televisivos? ¿Cuál será la intención comunicacional de esta propuesta? ¿En la actualidad se utilizan estrategias comunicacionales para promocionar la producción cacaotera? ¿Cuáles serán los elementos o parámetros más idóneos a aplicar a la hora de estructurar la producción de una serie de micros audiovisuales? ¿El contenido podrá ayudar a mejorar la producción, mercadeo y conocimiento general del cacao?

Justificación

El presente estudio investigativo realizado para este Trabajo Especial de Grado (TEG), se justifica en la medida que viene a ocuparse de un tema referencial en la historia cultural de Venezuela y específicamente en la del estado Aragua, como lo es el Cacao. Toda vez, que en los primeros años de consolidación de la economía del país basada en la agricultura, el mismo representaba el marco aglutinador de la dinámica del aparato productivo. Pero todavía en los actuales momentos es un producto importantísimo como rubro para exportar.

Ahora bien, esto es así, porque es una materia prima altamentepreciada por su calidad en países como Suiza, Suecia, España, Italia, entre otros. De allí, que es fundamental darlo a conocer en su máxima expresión, promocionarlo para que tanto dentro como fuera del territorio nacional se conozca de este cacao que es más que un cultivo. Ello, porque culturalmente hablando, tiene un alto significado para entender un tanto a los ancestros indígenas y a su vez a la población afro venezolana que vivieron y viven en función de él.

En ese sentido, es bueno señalar que a veces cosas o hechos como lo antes mencionados son desconocidos, poco conocidos o a veces tergiversados. Por tanto, también en el marco de este TEG, se busca tratar de mejorar tal situación. Es decir, además de dar a conocer todo lo referente a la producción del cacao, la serie de micros televisivos como estrategia comunicacional efectiva que resulta ser, traerá como beneficios la profundización del conocimiento sobre todo lo

relacionado con dicho fruto, y a su vez generaría más proyección y comercialización.

Así, que una series de micros audiovisuales de esta naturaleza siempre son de vital importancia para la contribución y el aporte a las discusiones temáticas, además del impulso de aspectos cognitivos de la población. No obstante, tiene múltiples ventajas como extensión del ser humano, en palabras de Mc Luhan cuando hablaba de medios y en este sentido la televisión.

Finalmente, es preciso afirmar que producir una serie de micros televisivos como herramienta o estrategia de promoción, en este caso del cacao, siempre resulta una “llave” o mecanismo idóneo, sobre todo porque permite considerar elementos esenciales de una realidad social determinada.

Objetivos de la Investigación

Objetivo General

Proponer una serie de Micros televisivos sobre el cacao producido en el Estado Aragua dirigido a la Central de Beneficio del Cacao (CBC).

Objetivos Específicos

Diagnosticar la necesidad de diseñar una serie de micros televisivos para promocionar el cacao producido en el Estado Aragua dirigido a la Central de Beneficio del Cacao.

Determinar la intención comunicacional de la directiva de la Central de Beneficio del Cacao.

Identificar las estrategias comunicacionales empleadas en la actualidad por la CBC para promocionar y dar a conocer las actividades en la producción del cacao.

Diseñar los lineamientos operativos y de contenido de la serie de micros televisivos para promocionar la actividad cacaotera en el Estado Aragua.

Alcance y Limitaciones

Alcance

Se relaciona con el área de investigación, la misma está referida a promocionar la producción de cacao en el Estado Aragua, a través de la elaboración de una serie de micros televisivos que beneficiará a la población, toda vez que la acercará al conocimiento real de una actividad tan importante para la referida entidad. Además, podría incentivar al rescate y mejoramiento de tal faena

Limitaciones

Referidas sobre todo a la posibilidad de acceder a materiales, bibliografías, documentos, páginas electrónicas de gran valía para la información teórico-conceptual. No obstante, aún cuando ha sido un tanto difícil, tal limitación ha ido superándose, convirtiéndola en una oportunidad. Oportunidad sobre todo de profundizar en la búsqueda del fundamento o basamento teórico.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Antecedentes de la Investigación

Compartir ideas e información es parte de un proceso de comunicación que constituye una parte considerable de la labor que realiza el que lo emite. Los antecedentes que se citarán a continuación permitieron revelar las preocupaciones existentes y reflejadas en estudios realizados por mejorar y buscar alternativas en la manera de comunicar a las masas.

Álvarez, Pérez y Lares (2001), presentan un trabajo titulado **Morfología de los frutos y características físico-químicas del mucílago del cacao de tres zonas del estado Aragua**, Profesores. Universidad Central de Venezuela Instituto De Ciencia y Tecnología de Alimentos Caracas. Venezuela El trabajo tuvo como objetivo comparar las características morfológicas de los frutos y algunos índices de calidad del mucílago fresco del cacao, *Theobroma cacao* L., provenientes de las plantaciones de Chuao, Cuyagua y Cumboto. Los genotipos fueron seleccionados de la Colección 95 del Banco de Germoplasma "ex-xitu" del INIA–Ocumare de la Costa (Estado. Aragua). Los frutos maduros fueron recolectados en el campo determinándose el color de las almendras frescas, forma y textura del fruto. El pH y el porcentaje de sólidos solubles (SS) expresados en Brix, se estudió en el mucílago fresco que se extrajo al abrir las mazorcas en el campo a temperatura ambiente.

Los resultados reflejaron diferencias morfológicas entre los distintos genotipos evaluados en cada zona. Se observaron diferencias estadísticamente significativas en los niveles de SS del mucílago fresco al compararse intra e inter zonas los diferentes genotipos evaluados. El rango de variabilidad de SS para la zona de Chuao fue entre $19,89 \pm 0,12\%$ y $22,26 \pm 0,10 \%$; $14,48 \pm 0,02\%$ a $17,52 \pm 0,02 \%$ en Cuyagua y de $7,83 \pm 0,01\%$ a $15,68 \pm 0,31 \%$ para Cumboto. Los

valores de pH de los genotipos evaluados entre zonas fueron poco variables; encontrándose dentro de un rango de $3,03 \pm 0,07$ a $3,09 \pm 0,01$ para Chuao; de $3,01 \pm 0,01$ a $3,68 \pm 0,02$ en Cuyagua y de $3,36 \pm 0,02$ a $3,76 \pm 0,02$ para Cumboto.

Naturalmente, la investigación describe las características y el proceso de producción del Cacao en tres zonas del estado Aragua. Es por ello, que para esta investigación es de gran apoyo toda esta información para enriquecer el aspecto teórico de la misma, además que cierta información será utilizada en el producto final de este TEG, referente a una serie de micros televisivos.

Referente a micros televisivos educativos se indagó el trabajo de grado de Presilla (2002), titulado **Propuesta de Micros educativos audiovisuales del 1er año de ciclo diversificado “Don Rómulo Gallegos” de Maracay Estado Aragua**, este trabajo de grado se desarrolló bajo la modalidad de proyecto factible con un diseño descriptivo de campo. Para optar el título de licenciada en Comunicación Social en la Universidad Bicentenario de Aragua.

En tal sentido, se concluye que la televisión es un buen aliado de la educación, es de suma importancia aprovechar los micros audiovisuales, es preciso tomar en cuenta el aspecto positivo de este medio logrando incorporarlo a la educación formal de jóvenes. Ineludiblemente, esta investigación aportará recursos a través de la importancia de los micros televisivos, pues estos son un espacio innovador que emite piezas audiovisuales significativas.

López (2002), en su investigación titulado: **Micros audiovisuales para la sala de espera de Atención al cliente de la empresa Telecomunicaciones Movilnet C.A., oficina comercial Maracay estado Aragua. Para optar el título de licenciada en Comunicación Social en la Universidad Bicentenario de Aragua**. El cual estuvo enmarcado metodológicamente en la modalidad de proyecto factible y de acuerdo a los objetivos planteados está apoyada en una investigación de campo, revisión bibliográfica y documental.

Del mismo modo, este trabajo de investigación ampliará los conocimientos sobre micros audiovisuales y su importancia como agente socializador, efectivamente es una manera de llegar rápida y fácil al público. Desde esta perspectiva, la propuesta de micros televisivos desarrolla de una forma vertiginosa la información, es decir cumplen un papel importante para emitir mensajes que llegan claramente al receptor y aporta un gran beneficio a la investigación.

González (2001), en su trabajo de grado titulado: **Propuesta de Micros Televisivos para la Promoción del Ecoturismo dirigido a fomentar una actividad turística responsable en el estado Carabobo**. Presentado en la Universidad Bicentennial de Aragua. Su modalidad es de proyecto factible y de acuerdo a los objetivos planteados apoyado en una investigación de campo, fundamentado en una revisión bibliográfica.

En consecuencia, la investigación da a conocer aspectos positivos presentes en los micros audiovisuales que son transmitidos por la televisión, que es el medio masivo formador de conductas y por ende enriquecedor de las experiencias del aprendizaje. Asimismo, la importancia de los micros audiovisuales educativos y culturales para el desarrollo de una sociedad. Es por ello que el TEG de González servirá de guía para esta investigación.

En tal sentido, Martínez (2002), en su **Propuesta de micros audiovisuales como instrumento de difusión de la cultura de Villa de Cura, Municipio Zamora**. Trabajo de grado para optar el título de licenciado en Comunicación Social en la Universidad Bicentennial de Aragua. La metodología se ubicó dentro de la modalidad proyecto factible, apoyado en una investigación de campo de carácter descriptivo.

Es esencial, los micros como instrumento de difusión, ya que se pueden utilizar como refuerzo en un proceso de formación y enseñanza a la sociedad. Además, puede ser atractivo para los jóvenes a pesar de mensajes culturales, pues por ser realizado a través de la televisión, que es un medio tan competente.

Es significativo tomar en cuenta la finalidad de esta propuesta, a través de micros televisivos se difundirán los valores culturales siendo un aporte importante para la realización del audiovisual para promocionar la producción de cacao en el estado Aragua, específicamente en la región de Ocumare de la Costa.

Bases Teóricas

Todo trabajo requiere de una sustentación teórica, por ello a continuación se presentaran las bases que refuerzan la investigación.

Comunicación

Innumerables son los conceptos que sobre comunicación se han planteado a lo largo de la historia de la humanidad. Sin embargo, algo resaltante que hay que considerar es el hecho de que ésta, es un proceso, un intercambio simétrico, en la que intervienen al menos dos elementos emisor (E) y receptor (R). A veces utiliza canales artificiales denominados medios de comunicación.

La comunicación es la acción y el efecto que produce mediante la cual se hace participar a un individuo o a un organismo de las experiencias y estímulos que surgen del entorno del otro individuo o de otro sistema, utilizando los elementos que tienen en común. En otros términos, se trata de la transmisión y percepción de un mensaje entre un emisor y un receptor, mediante un código que ambos conocen. (Dragnic 1994. p56).

De este modo, ha de suponerse que el proceso que es la comunicación, implica mensajes, tales no son más que el contenido de información, es decir lo que va dentro de la comunicación. De allí, que tal categoría deriva en una importancia fundamental para esta investigación.

Comunicación e Información

El ser humano ha sufrido cambios favorables en la manera de transmitir sus mensajes, ha mejorado su capacidad de recibir y enviar información para con sus semejantes, ha logrado que la comunicación sea un proceso vital para la sociedad, y es a través de ella que el mundo entero se ha unificado, gracias al proceso de comunicación emisor-receptor.

Desde esta perspectiva Pasquali (1990), señala que “la comunicación es la relación comunitaria humana consistente en la emisión-recepción de mensajes entre interlocutores en estado de total determinante de la forma que asume la sociabilidad del hombre” (p. 51).

Entre tanto Paoli (1999), refiere que es el “acto de relación entre dos o más sujetos, mediante el cual se evoca en común un significado” (p. 11). Sobre estas bases se evidencia que la comunicación es determinante para el ser humano, ya que es un factor común donde se extraen ideas y fortalece el sentimiento de pertenencia a una misma comunidad, mediante el intercambio de mensajes, el que hacer individual y colectivo que abarca el intercambio de ideas, hechos y datos, es decir, que no es únicamente el intercambio de noticias y mensajes.

Asimismo, también cuenta el hecho de emitir información, y que según Pasquali (1990). “Es el envío de mensajes sin posibilidad de retorno no mecánico entre un polo T y un polo R periférico y puramente aferente” (p. 53). Por otra parte, Paoli (ob. Cit), señala por información como el conjunto de mecanismos que permiten al individuo retornar los datos de su ambiente y estructurarlos de una manera determinada, de modo que le sirvan como guía de su acción (p. 15).

Tipos de comunicación

Indirecta / Colectiva: en este tipo de comunicación no se da la retroalimentación o el intercambio de roles. Sin embargo, el emisor se comunica con un grupo de receptores ayudado por un instrumento (periódico, televisión, radio, cine, libros, páginas Webs, videos, entre otros). Se califica como comunicación social o de masas.

Al respecto Gómez (1999), expresa:

La calificación de la comunicación se fundamenta en los estilos de los mensajes, ejemplificados en un esquema. En este sentido, es conveniente recordar que para que el proceso de comunicación opere de forma ideal, el mensaje debe tener las condiciones enunciadas por Schramm. Mientras, mejor se cumplan con esas condiciones, más posibilidades de selección existen. (P.25).

Asimismo, basándose en lo anteriormente señalado, se pretende establecer la importancia que mantiene la comunicación indirecta en la sociedad de hoy, dado que la misma tiene una serie de herramientas adecuadas para dirigirnos a grandes masas de personas, siendo la mayor debilidad de la comunicación indirecta, el hecho de no tener medio de retroinformación sobre el mensaje emitido.

Por su parte, el filósofo Aristóteles (384 a.C.–322 a.C), uno de los más reconocidos pensadores de la historia, definió la comunicación solo retórica en su concepto como *"la búsqueda de todos los medios posibles para la persuasión"* [Documento en línea].<http://sistemas.itlp.edu.mx/tutoriales/comadmva/t11.htm>. [Consultado en marzo de 2009].

Esto no es otra cosa, sino convencer e inducir a la acción y además este pensador griego propuso lo que podría ser un modelo, cuyos elementos se han agrupado bajo tres rubros como lo son: persona quien habla (quién), discurso que pronuncia (qué) y persona que escucha (quién). El modelo, sin desconocer que constituye un valioso aporte, sólo contempla parcialmente el fenómeno de la

comunicación y por lo mismo, resulta insuficiente para su estudio, aunque es cierto que imitablemente todos los modelos subsecuentes parten del original aristotélico, solo representa mayores desarrollos del proceso. Es necesario acudir a modelos, a fin de poder estudiar cuidadosamente cada una de las partes del proceso y reducir las múltiples dificultades que representa su conocimiento.

Barrera (1983), señaló que

La persona vive en constante búsqueda. Es un ser en permanente indagación. Su vida transcurre en el recuerdo del pasado, en la vivencia del presente y en la añoranza de futuro. Busca; a cada propósito corresponde un hallazgo. Es un ser en permanente encuentro, es decir, busca lo que encuentra y encuentra lo que busca. (P.4)

El hombre es un animal social capaz de relacionarse con su semejante. Esta facultad no sería posible sin la realización y la puesta en marcha del proceso de la comunicación, y la capacidad en si que tiene el hombre para comunicarse con su entorno.

Medios de comunicación social

A diferencia de los medios de comunicación a secas, donde caben tanto los medios naturales como los artificiales, en la comunicación social solo se conciben como tales a los últimos, es decir, aquellos inventos tecnológicos que permiten la transmisión del mensaje a grandes distancias y a receptores indeterminados (Dragnic, ob. cit. p. 170).

Los medios de comunicación social son canales de transmisión de mensajes que han influido en el desarrollo de la sociedad. Si embargo, en la actualidad, los medios de comunicación social son más que simples “suministradores de información”, en vista de que su desarrollo le ha permitido incrementar la velocidad y el ámbito de comunicación. Incluso se han convertido en aceleradores de la globalización de la cultura. Con respecto a ello, es importante señalar la postura de Pasquali (1990), quien indica que: “Medios de comunicación (en su más amplio sentido), serían, en efecto, todos los lenguajes

significantes (que son de pronto, más convencionales que artificiales) y, en general, todo signo capaz de excitar a un receptor vinculándole un sentido o significado” (p.54); ampliando así la finalidad de los medios de comunicación social y la relación de éstos con sus receptores.

Medios de Masas

El término de sociedad de masas priva relaciones de masas, cuando entre sus miembros privan de relaciones de información en perjuicio de las relaciones de comunicación cuando vinculan unilateralmente alocuciones o mensajes de tipos (ómnibus). Si toda información es masificante, es porque su carga de significaciones tienden a estabilizarse en el nivel de uno-para-todos (ómnibus); es decir, de lo interpersonal en sus contenidos para tener que ser selectiva en sus alcances. Ya que el receptor no es ahora un interlocutor sino uno de tantos mudos oyentes o videntes, huelga su selección por personas, estructuras sociales parciales, niveles y esferas culturales o situaciones tal como sucede siempre y necesariamente con la comunicación y la difusión del saber. (Pasquali, 1990 p. 78-79)

La televisión

Definida por la Enciclopedia Hispánica (1993):

“Como un medio de transmisión instantánea de imágenes, tales como. Fotos escenas, fijas o en movimiento, por medios electrónicos a través de líneas de transmisión eléctrica o radiación electromagnéticas (ondas de radio). Si se exceptúan los circuitos especiales necesarios para producir los pulsos de sincronización y borrado del barrido y los diferentes equipos especiales que se utilizan para examinar y controlar las señales de la cámara de televisión, todo el resto del sistema de transmisión es idéntico como el de la radio”. (p.57).

Por otra parte, la televisión es el resultado de la convergencia del sonido y la imagen, lo que significa, que emite sus mensajes de manera visual y acústica; el componente visual obliga al telespectador a encontrarse ante la pantalla sin poder prestar atención a ninguna otra cosa que no sea mirar lo que esta ocurriendo en

ella. Este casi concentrarse totalmente en una situación explicaría, en parte, el gran atractivo e influencia que ejerce la televisión sobre los individuos, a los que absorbe la mayor parte del tiempo libre con que cuentan.

Las primeras experiencias en utilizar la televisión para fines educativos utilizando circuito cerrado se realizó en Estados Unidos, entre 1930 y 1934, en las universidades de Iowa, Durdue y Kansas.

La televisión en Venezuela

Según Cañizales (1991), la televisión se convirtió en el medio más importante del país. Consume más de la mitad de inversión publicitaria y además esta presente en casi la totalidad de hogares. La televisión es sin duda el medio de distracción más frecuente entre las familias venezolanas y sin duda el medio de mayor influencia en los niños, adolescentes y jóvenes (p.23).

En Venezuela, la programación televisiva salió al aire por primera vez el 22 de noviembre de 1952 a través de la Televisión Nacional Canal 5, la cual era propiedad del Estado. Ella transmitía recitales, mesas redondas, noticieros y espacios de opinión (Matamoros, 2001, p. 35).

Posteriormente el 15 de mayo de 1953 salió al aire la televisión comercial con la aparición del canal 4 bajo el nombre de Televisa, actualmente esta planta se llama Venevisión. El 18 de agosto del mismo año nació Radio Caracas Televisión (RCTV). Ambas plantas transmitían mayor diversidad de espacios, no solo noticiosos sino también dramáticos, de concursos y musicales. Once años después, el primero de agosto de 1964 apareció CADENA VENEZOLANA DE TELEVISION (CVTV) canal 8, actualmente Venezolana de Televisión (VTV), el cual tenía un esquema parecido al de la Televisora Nacional Canal 5, ya que la mayoría de sus programas eran de carácter informativo y de opinión (Matamoros).

A partir de 1984, la utilización por Televisa (México), de satélite Panamsat para sus transmisiones de alcance mundial, permite que la señal en español cubra la

totalidad de los cinco continentes. Hispasat, el satélite español de la década de 1990, cubre también toda Europa y América (Graterol, 1998. p. 42).

La televisión en Venezuela, en un fenómeno coincidente con América Latina y Estados Unidos, se ha convertido en el medio de comunicación más importante del país, el de mayor penetración y de más movilización económica. En Caracas, por ejemplo, casi el 100 % de los hogares posee al menos un aparato de televisión y en el resto de país la cifra sobrepasa el 95 %. Alrededor de las $\frac{3}{4}$ partes de la inversión publicitaria va a la pantalla chica, y sin duda alguna, es la televisión el medio de distracción e información más extendido entre las familias del país.

En la década de los 80 fue simbólica la exportación de telenovelas venezolanas en una experiencia protagonizada por RCTV y Venevisión. En 1986, por ejemplo, el canal 2 logró 12 millones de dólares por sus ventas al exterior. Aparentemente una mala gerencia y la competencia agresiva de canales de México, Brasil y hasta Argentina, provocaron una merma en esa fiebre exportadora, llegando incluso en 1997 a levantarse el movimiento "Salvemos la Televisión", que básicamente defendía el derecho a producir localmente telenovelas y otros programas, como una forma de defender el trabajo de escritores, productores, actores y técnicos del país, ante la avalancha de producciones foráneas en el género de dramáticos.

Géneros Televisivos

Se coloca en género televisivo a aquellos programas que concretan una serie de similitudes constante que no necesariamente contienen unas reglas tajante, si no que en su forma y en su fondo mantienen su continuidad. Se debe saber que se parte de una base que varía según el programa y no es suficiente para una clasificación concreta y definitiva, sin embargo podemos dividirlo en programas informativos, programas de actualidad general, programas de variedades, programas musicales, programas deportivos, programas culturales, programas de debate, programas de concurso y programas drásticos.

Función del guión

Según Tostado (1995) todo guión de cine o televisión tiene como función principal la de servir como una guía de acción para la realización de una película o programa de televisión. La principal característica que todo guión debe poseer es la claridad. Si un guión no es claro en sus indicaciones es como un instructivo incompleto o como una receta que no incluye algún ingrediente, el producto saldrá mal o saldrá tarde (p. 93).

Para que el guión sea claro debe respetar un formato, los formatos son modos establecidos y estandarizados para presentar información. Todo el que esté involucrado en el medio de la televisión comprenderá las indicaciones del guión si éste respeta el formato. Aún cuando cada guionista o productor tiene su estilo personal de presentar un guión, el formato es de uso común, es una herramienta que facilita el trabajo (Ídem).

El guión literario

Caramillo, (1991), define el guión literario como “aquél de donde se realiza el guión técnico, y comprende toda la información relativa al diálogo, secuencia, locación y personajes” (p. 39).

El guión literario no da mucha información ni detalles técnicos, que son necesarios para la filmación. Es realizado generalmente por el director, y su fin primordial es el de transmitir la idea sin incluir ningún tipo de aspecto técnico que sólo serviría al director y al productor.

El guión técnico

Según Caramillo, (1991), contiene los siguientes aspectos de cada tema: (a) dialogo (b), locación (c), posición de los actores (d), posición de las cámaras (e), posición de las luces (f), colocación de los micrófonos (g), lugar para el personal técnico (h), tipos de lentes que han de ser usados (i), tipos de filtros

según la tonalidad de la luz (j), tipo de micrófonos a ser usados (k), encuadre y ángulos de cámaras (l), tiempo de duración de cada toma y escena (m), equipos especiales como dollys, grúas, trípodes pequeños, etc. Y todos aquellos implementos que sean necesarios para los efectos especiales.

Estos detalles son de extrema importancia, ya que de esta forma se realiza la filmación hipotéticamente. En fin, el guión técnico ayuda a crear una perfecta coordinación en cada uno de los integrantes de la producción, ganando así tiempo, calidad y dinero.

Etapas para la producción de Televisión

Pre-producción:

Los elementos necesarios de pre-producción incluyen cámaras, luces, micrófonos y todo el equipo para la grabación del video. Por tanto es necesario pensar que el equipo para la grabación como parte del sistema operacional. Además, se refiere a las actividades previas al rodaje, como la elaboración de un presupuesto, planificación y otros preparativos.

A su vez, Tostado (1995), sostiene que “la preproducción es el momento de verificar que nada, absolutamente nada, falte en la producción” (p.88), por su parte Hitchcock, (cp Tostado, 1995) apunta que “el trabajo es realmente interesante a la hora de hacer una película, es el trabajo previo y que es mejor improvisar en el papel que durante la grabación” (p. 86).

El proceso de preproducción termina con una reunión final a la que asisten todos los componentes del equipo, los productores, el director y a menudo también el guionista. El equipo de preproducción, conducido por el director, revisa detalladamente cada escena del guión. Se analiza cada elemento de la producción y se responden las preguntas que puedan surgir. La duración de la reunión puede variar, según la complejidad de la producción, de dos horas a un día entero.

Producción:

Tostado (ob.cit.), señala que “la producción es el momento en el que el equipo se reúne para llevar a cabo la grabación de todo lo planeado en la preproducción, es la realización del programa en si, la grabación ya sea en estudio o en exteriores” (p.89).

Por su parte, Caramillo (ob.cit.), dice que “la producción es la etapa de la realización del programa en la cual se produce la imagen. En la producción; el trabajo consiste en una especie de traducción del lenguaje escrito al lenguaje audiovisual” (p. 77).

Etapas que se refieren al personal de producción:

- **Producción:** Supervisa que todo el trabajo se realice tal y como fue planificado en la preproducción.
- **Director:** Transcribe la obra de un lenguaje escrito al lenguaje audiovisual. Es responsable del producto reflejado en pantalla. Dirige a los actores. Controla el ambiente que puede ser alegre, amargo, triste. Es el jefe del escenario.
- **Asistente de producción:** Asiste al productor. Coordina todo lo relativo al personal, como horarios, llamadas a escenas o ensayo, arreglos de vestuario, productos de utilería, comidas, bebidas y meriendas, permiso y trámites legales, así como la coordinación a todo lo relativo al sistema administrativo.
- **Asistente de dirección:** Asiste al director. Supervisa las secuencias de las escenas, vestuarios, posiciones, iluminación, colores y continuidad del set. Lleva el conteo de las escenas, el control y reparto de los libretos, el seguimiento de las líneas y trata de captar cualquier detalle que se le haya pasado al director.
- **Escenógrafos:** Fabrica el set. Es el responsable de que el escenario sea tal como lo pidió el director. Tiene un grupo de personas a su cargo, tales como carpinteros, pintores y obreros que lo ayudaran en la construcción de la escenografía.

- Decoradores: Colaboran con el diseñador y el escenógrafo. Son responsables de todos los elementos y artículos de utilería que le sean requeridos, desde una lámpara hasta una servilleta.
- Actores: Constituyen el personaje principal del programa a realizar. Su responsabilidad consiste en interpretar un papel determinado. Los actores y las actrices deben seguir las instrucciones del director.
- Maquillador (a): Es la encargada o encargado de maquillar al personal de actores y modelos. Debes estar lo suficiente preparado como para cambiar rostros a una persona de acuerdo a las instrucciones del director.
- Peluquera: Se encarga del peinado o corte de pelo y todo aquello que sea requerido por el director para cambiar la apariencia en la cabellera de una persona.
- Camarógrafos: Es el operador de la cámara. Es el responsables del buen funcionamiento de la misma. Su principal función es mantener las tomas que el director le exija dentro de ciertos requerimientos de encuadres, foco, seguimientos, movimientos y nitidez.
- Asistente de cámaras: Asiste al camarógrafo. Es el responsable de cargar las cintas de video y llevar un orden de los mismos, proteger las películas, colocar el foco del lente, marcar los movimientos de cámara, mantener limpios y en buen estado funcionamiento todos los equipos de cámara y estar atento a todos los detalles técnicos que puedan ocasionar algún daño en el sistema.
- Luminito: Se encarga de manejar las luces del escenario. Son responsables del funcionamiento de las mismas, así como de los filtros y difusores.
- Sonidista: Su trabajo consiste en grabar el sonido real de la escena, al mismo momento en que se realiza la acción. Es responsable del producto de su trabajo, el cual debe ser nítido sin ruidos u otras anomalías ocasionadas por interferencia o desperfectos mecánicos.
- Asistente de sonido: Asiste al sonidista. Coloca los micrófonos en el escenario y en el cuerpo o ropa de los actores. Se encarga del mantenimiento de los equipos. Carga las baterías, cambia y organiza las cintas de audio.

Post-producción:

Este es el último punto en las etapas para la realización de cualquier producción de televisión.

Tostado (1995), señala que “la postproducción implica la edición, la inclusión de efectos especiales, musicalización, titulado, etiquetar el videocasete con los datos de la producción, etc. Depende de esta etapa que el programa sea bueno o malo” (p.87).

La edición puede comenzar durante la producción. En las tomas con una sola cámara la filmación de cada día es revisada más tarde por el director, el productor y la cadena en el orden de grabación, después los editores cortan las distintas tomas y las montan en escenas. El director ve el primer montaje completo y lo modifica a su gusto; en el montaje final intervienen el productor y el canal de TV.

El montaje definitivo se entrega al departamento de sonido, que se encarga de preparar las pistas de sonido, efectos de sonido y diálogos y mezclarlas en una sola pista para tener la mezcla final (dubbing). Durante este periodo los ingenieros de sonido seleccionan los puntos en los que debe insertarse la música, que los músicos componen y graban. Los ingenieros también ajustan la grabación del diálogo hasta que tenga la calidad suficiente y regraban algunos diálogos mediante un procedimiento llamado doblaje; también añaden los efectos de sonido.

El proceso de postproducción puede durar hasta ocho semanas en el caso de una película o sólo tres días si se trata de una comedia de situación. En la producción de telenovelas, programas de debate y concursos, los efectos ópticos, títulos y música suelen incluirse durante la producción.

Micros televisivos

Para los fines de esta investigación los micros serán vistos como una programación no mayor a (5) minutos, dirigida a un público con la intención de dar a conocer información de tipo, creativa, informativa, educativa entre otros. Dentro de estas líneas de pensamientos González, (2002) conceptualiza al micro como:

Una producción audiovisual cuya duración no debe excederse a los 5 minutos este corto espacio lo hace propicio para la elaboración de mensajes orientadores, cortos, concretos y concisos. La cantidad de mensaje contenido en un breve espacio de tiempo hace posible que el micro sea fomento audiovisual que más se adapte cuando repetir el mensaje se trata (p.17).

El micro al igual que los géneros audiovisuales se estructura de la manera siguiente: entrada atrayente, cuerpo o desarrollo de la información corta, conclusión pertinente todo a un lenguaje claro y preciso.

Producción de micros televisivos

Martínez (1999), refiere para la producción de micros audiovisuales independientemente del tema de organización o grupo social a cual va dirigido, se plantea la necesidad de puntualizar algunos aspectos prioritarios como: determinar los temas a tratar en el micro, conocer con qué recursos humanos y presupuesto se cuenta específicamente a quién va dirigido, decidir el enfoque se que se debe dar a los micros, determinar su periodicidad de transmisión, fijar el proceso de producción, y especificar el sistema de transmisión a utilizar.

Características de los micros

-Es una herramienta eficaz a la hora de transmitir un mensaje específico.

-Su corta duración permite que los receptores asimilen fácilmente el mensaje emitido.

-En el proceso de post- producción se incluyen efectos especiales, sonido, música entre otros elementos que permiten captar la atención de los receptores.

-Su rápida exposición permite que no se vuelva largo y tedioso, favoreciendo así la transmisión de varios micros de aspectos diferentes sobre el mismo tema central.

Para los fines de esta investigación y en función de los objetivos trazados se debe tener en cuenta que los micros televisivos deben ser aplicados permanentemente como una alternativa válida, de solución en el área comunicacional para el fomento de valores que conlleve a la formación de ciudadanos aptos para la vida democrática y la sociedad en las que las relaciones interpersonales, estén basadas en el respeto, tolerancia, justicia, amistad entre otros.

El Cacao de Ocumare

Dentro de la familia Sterculiaceae se encuentra el cacao y la cola, ésta última produce la nuez de cola, fuente del principio estimulante de la "Coca-cola". El cacao es importante por ser la materia prima no solo de los chocolates sino de otros subproductos utilizados en jabonerías y cosméticos. Del grano del cacao, solo interesan las dos partes más visibles que son la testa y los cotiledones, siendo en estos últimos donde se originan el sabor y el aroma característico del cacao.

La industria procesadora al tornarse más exigente en la apariencia externa e interna del grano, ha motivado al estudio de diferentes sistemas que permitan mejorar las características de las almendras, cumpliendo con los requerimientos industriales. Para ello es necesario que se cumpla con cuatro fases fundamentales: Cosecha, Fermentación, Secado y Almacenamiento, ellas conforman lo que se conoce como "Beneficio del cacao".

Beneficio del Cacao

El Beneficio del cacao se puede definir como la serie de operaciones sucesivas que comienzan con la cosecha y apertura de las mazorcas maduras para la obtención de los granos (desgrane), continúa con la fermentación, secado y limpieza, terminando con la selección, clasificación y almacenamiento del grano.

Cosecha o Recolección

Consiste en recolectar y abrir las mazorcas maduras, sacar las almendras y colocarlas a fermentar en fermentadores especiales. La cosecha se debe realizar periódicamente durante casi todos los meses del año, pero generalmente hay una cosecha principal y otra secundaria. La cosecha de Noviembre-Marzo corresponde a las flores fecundadas unos 5 a 6 meses antes (julio-septiembre) y la cosecha "sanjuanera" es la producida entre Junio y Julio (flores de abril-mayo). La cosecha debe realizarse a intervalos regulares, cada 10 a 15 días, pudiendo hacerse cada semana, cada 2 a 3 semanas con un máximo de un mes, se recomienda que no se pasen de tres semanas.

Generalmente la madurez de la mazorca se aprecia por el cambio de color, así las verdes (inmaduras) se tornan amarillas al madurar, las rojas (inmaduras) cambian a anaranjadas o a un color próximo al anaranjado o al bermejo.

En donde el cambio de pigmentación no es aparente, como el clon ICS-95, golpean ligeramente las mazorcas, al estar maduras emiten un sonido hueco ya que los granos y la pulpa están desprendidos de las paredes. Otra forma es raspando la superficie, si aparece un color amarillo está maduro. La cosecha se realiza con cuchillos, machetes y el instrumento conocido como "desgarretadera".

Cura del Cacao

Ardí (2005), señala que estrictamente hablando, la "fermentación" comprende solo las etapas iniciales, ya que solo ellas dependen de la actividad de

organismos vivos, principalmente levaduras en la etapa alcohólica y bacterias acéticas en la etapa acética; por lo tanto se usará el término de "**Cura del Cacao**" para todo el proceso que comprende **la fermentación o hidrólisis** (controlada mayormente por microorganismos) y **la actividad enzimática interna o condensación oxidativa**, la cual no incluye directamente vida microorgánica (reacciones internas controladas por las enzimas contenidas en los cotiledones).

Objetivos del Curado Del Grano

- 1.- Mejorar la calidad del grano.
- 2.- Lograr la descomposición y remoción de la pulpa azucarada con el fin de facilitar el secado y el almacenamiento del producto final.
- 3.- Aumentar la temperatura, consecuencia de la acción de las levaduras y bacterias acéticas, las cuales atacan los azúcares de la pulpa transformándolos en alcohol etílico y ácido acético.
- 4.- Provocar la muerte del embrión por efecto de las altas temperaturas (45-50 °C) y por la penetración del ácido acético hasta el embrión; esto evita la germinación de la semilla, facilitando su conservación, además, los cambios importantes (como serían la oxidación enzimática de los componentes de los polifenoles del tejido de los cotiledones) no comienzan sino hasta después de muerto el embrión.
- 5.- Desencadenar profundas modificaciones bioquímicas, que producen cambios deseables en el color (del púrpura a pardo); sabor (formación de los precursores del sabor y aroma a chocolate) y la consistencia del grano, ya que produce una hinchazón de los cotiledones.
- 6.- Por último, ayuda a separar la cutícula de la superficie de los cotiledones, desprendiéndose fácilmente durante el proceso del tostado.

La magia del cacao venezolano

Tribus nómadas llevaron el cacao a Venezuela desde México antes de la Conquista. Viajando hacia el sur por tierras americanas, el cacao a la larga encontró suelo fértil y bosques húmedos en la costa venezolana. Los

conquistadores españoles construyeron grandes plantaciones, cuyos restos todavía existen hoy en día. El cacao venezolano, o cacao criollo, es considerado por muchos como uno de los mejores del mundo. Los granos de Chuao, Ocumare de la Costa, Barlovento y muchas otras comunidades agrícolas de Venezuela son conocidos por su fuerte sabor y excelente textura.

Por todas las granjas venezolanas florecen diferentes plantas de cacao. Algunas rojas, otras amarillas o verdes, algunas conocidas como criollo, otras, trinitario; ninguna de las pequeñas granjas y plantaciones cacaoteras muestra la uniformidad u organización conocida para los granjeros comerciales de Estados Unidos. La hibridación científica de variedades de semillas resistentes a las enfermedades ha estado limitada.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

El procedimiento metodológico está conformado por los siguientes elementos: tipo de investigación, el diseño de la investigación, población o universo de estudio, muestra, instrumento de recolección de la información y las técnicas de recolección de datos. Este capítulo se estudia con el fin de destacar la metodología empleada para realizar la investigación, se define el marco metodológico, donde Méndez (2001) expresa que: “Permite responder a preguntas que tienen que ver con lo que se quiere estudiar, sus alcances y el porque de la investigación, al igual que los fundamentos teóricos y los aspectos que se quieren probar” (p.134). A su vez, Bavaresco (2001), dice que:

Constituye la fase de cómo trabajar metodológicamente en la investigación. Dentro de esta etapa se hace necesario que se conozca lo relativo a como elegir el tipo de diseño o métodos, cual podría ser su población y muestra, cuales serian las técnicas de recolección de datos, la matriz tripartita de datos (herramientas metodológicas), el análisis e interpretación de los datos (p.89).

Tipo de Investigación

El tipo de investigación que se ajusta a la problemática estudiada es el de proyecto factible, apoyado en una investigación de campo con nivel descriptivo y en una revisión documental.

Según el Manual de Trabajo de Grado de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador (UPEL, 2003), el proyecto factible consiste “en la investigación, elaboración y desarrollo de una propuesta de un modelo operativo viable, para solucionar problemas, requerimientos o necesidades de organizaciones o grupos sociales” (p. 07).

A su vez Tamayo y Tamayo (1994), señala que “el proyecto factible consiste en la propuesta de estudio o de investigación científica, que se desarrolla dentro de un campo definido y que se presenta como posible a realizar” (p. 48).

De tal manera que, está en una investigación de campo descriptivo, y un proyecto factible porque “consiste en la elaboración y desarrollo de una propuesta o modelo operativo viable para solucionar problemas, requerimientos o necesidades de organizaciones o grupos sociales” (UPEL 2003. p. 16).

Según Sabino (2000), un estudio de campo de carácter exploratorio, con base documental, es toda aquella investigación cuyos datos de interés son recogidos de informaciones primarias obtenidas directamente de la realidad, permitiendo al investigador sincerarse con las condiciones reales del problema, haciendo posible su revisión y los ajustes necesarios en caso que surjan dudas con respecto a la veracidad y autenticidad de los mismos, lo que a su vez garantiza una mayor precisión y confiabilidad.

En cuanto a la exhaustiva revisión documental de carácter bibliográfica y hemerográfico, Sierra (1998) indica que “tiene como objeto central la búsqueda concreta de las fuentes de documentación de las referencias bibliográficas correspondiente al tema elegido” (p.312). Dentro de este marco de ideas, se puede afirmar que la investigación se apoya también en una revisión ciber gráfica, debido a que dicha fuente aportó gran parte del material documental, la cual sirvió para precisar los eventos en estudio y la conformación del marco teórico.

Área de Investigación

Se asocia directamente con la delimitación espacial, temporal y temática de la investigación, por lo que en el presente estudio está referida a la producción del cacao en el Estado Aragua, sustentada en la experiencia de la Central de Beneficio del Cacao, esto como contenido para la producción audiovisual que se quiere estructurar. Entonces, el área de investigación queda establecida contextualmente en Aragua y desde el punto de vista del tópico de la comunicación, el diseño de

una estrategia audiovisual que funcione para promocionar un producto agrícola como el cacao.

Población y Muestra

Población

La población según Morles (1994), “es el conjunto para el cual serán válidas las conclusiones que se obtenga a los elementos o unidades (personas, instituciones o cosas) a las cuales se refiere la investigación” (p. 17). Asimismo, Hurtado (1997), explica que la población “es el total de los individuos o elementos a quienes se refiere la investigación, es decir, todos los elementos que vamos a estudiar, por ello también se le llama universo” (p.79).

De esta manera, la población presente estuvo conformada por cuatro (4) estratos el cual se refleja en el siguiente cuadro:

Cuadro 2

Población de la investigación

Estratos	Cantidad
Directivos CBC	2
Productores de Cacao	100
Cultivadores de cacao	4
Estrategias Comunicacionales	Las existentes
Total	106

Fuente: El investigador, 2009.

Muestra

Para Tamayo y Tamayo (1998), es “cuando seleccionamos algunos de los elementos con la intención de averiguar algo sobre la población de la cual están tomados” (p. 92). De igual forma, Hernández (1998), la define como “un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en características al que llamamos población (p. 207).

Es importante señalar que como se trata de una población finita y de fácil acceso, no fue necesario hacer un muestreo, y se tomó la totalidad de la población. Dicha selección se sustenta en el planteamiento de Azorin (1989), cuando refiere que, “... las dimensiones de la población suelen clasificarse en finitas e infinitas; considerando que una población es finita cuando está involucrada por un número limitado de elementos, por ello conviene indicar que algunas veces se puede considerar el estudio en su totalidad” (p.55).

Este método se denomina “Censo de Enumeración Completa” o “Muestra Exhaustiva Total” que de acuerdo con Seijas (1990), consiste en tomar a todos los elementos del universo.

De esta manera, según los criterios expresados, en el presente estudio la muestra quedó conformada de la siguiente manera:

Cuadro 3

Muestra de la investigación

Estratos	Porcentaje	Cantidad
Directivos CBC	100%	02
Productores de Cacao	100%	100
Cultivadores de cacao	100%	04
Estrategias Comunicacionales	Las existentes	
Total		106

Fuente: El investigador 2009.

Técnicas e Instrumentos de Investigación

Según Contreras (1997) ha resaltado también la importancia de los instrumentos de recolección al exponer que éstos “resumen en cierta medida la labor previa de una investigación” (p.60). Por otra parte, Tamayo (1998), explica que las técnicas de recolección de datos “es la parte operativa del diseño investigativo. Hace relación al procedimiento, condiciones y lugar de la

recolección de datos”. En este caso las técnicas que serán utilizadas en el presente trabajo especial de grado son la Encuesta, la Entrevista, y la Observación.

Para los Productores la técnicas que se emplearan será la encuesta, definida por Sierra (1998), “consiste en la obtención de datos de interés sociológico mediante la interrogación a los miembros de la sociedad” (p.304).

Esta técnica se implementará en la investigación a objeto de recabar conocimientos y datos, acerca de las necesidades de desarrollar una estrategia comunicacional de tipo audiovisual que permita promocionar todo lo referente a la producción del cacao en el estado Aragua de todos los entes involucrados en la elaboración de dicha propuesta. A su vez, el instrumento aplicado a los productores de cacao será el cuestionario diagnóstico, tipo mixto, el cual facilitará su tabulación y posterior interpretación. Esta técnica es definida por Cerda (1991) “como la recopilación sistemática de datos de una población o una muestra de la misma medida, el uso de entrevistas personales y otros instrumentos para obtener datos” (p.54).

Asimismo, se utilizará la entrevista, que de acuerdo a Tamayo y Tamayo (1998), apunta lo siguiente:

... es de uso bastante común en la investigación de campo, que buena parte de los datos obtenidos se lograrán por entrevistas. Podemos decir que la entrevista es la relación directa establecida entre el investigador y su objeto de estudio a través de individuos o grupos con el fin de obtener testimonios orales (p.100).

En tal sentido, el instrumento empleado será un guión estructurado, con ítems relacionados a la temática del presente estudio, que según Berlo (1990) es definido como “el instrumento utilizado por el investigador para recoger los datos suministrados por el entrevistado, de manera organizada y de acuerdo al objetivo de estudio” (p.89). El cual será realizada a la Directiva de la Central de Beneficio del Cacao y Cultivadores de cacao.

Y para identificar las estrategias comunicacionales empleadas por la Central de Beneficio del Cacao, la observación es la técnica más idónea para la

investigación aplicando para éste, el instrumento de Registro de Observación y que a su vez Hurtado (1998), la define como un “proceso de atención, recopilación, selección y registro de información, para el cual el investigador se apoya en sus sentidos (vista, oído, olfato, tacto” (p. 428). A su vez, Sabino, (1986) plantea que “la observación consiste en el uso sistemático de nuestros sentidos orientados a la captación de la realidad que queremos estudiar” (p.132).

En el presente estudio, la observación será un punto importante que permitirá definir los temas y la cantidad de información requerida sobre la temática que plantea el desarrollo de la propuesta. Se empleará como instrumento para la misma, el registro de observación, por medio del uso de matrices de acopio, la cual es definida por Cedeño (1999), como un:

Patrón o criterio integral de categorías o clases que permiten organizar, relacionar e interpretar los datos de una manera determinada, en función del objetivo de la investigación. Las matrices pueden ser de acopio de datos o de análisis, esta última constituye en sí misma todo un proceso que incluye la recolección, la clasificación, la codificación, el procesamiento, la síntesis y la interpretación de datos (p.34).

Validez y Confiabilidad

Validez

Es necesario determinar la validez que tienen los instrumentos empleados en la recolección de datos, para que la información que se desea extraer de la muestra planteada sea la adecuada. Así y de acuerdo a Contreras (1987), la validez “es el grado con el cual es instrumento sirve al propósito para el cual esta destinado” (p. 61). La validez es entonces un estándar con el que se puede juzgar el instrumento y si realmente se relaciona con el criterio escogido.

Igualmente, Busot (1991), indica que “los instrumentos deben cumplir ciertas condiciones mínimas de calidad para garantizar que los resultados que ellos proporcionarán sean reflejos certeros de una realidad existente” (p. 45). Además para llevar a cabo este procedimiento se necesitara el juicio de tres expertos, dos en el área de Comunicación y un metodólogo, los cuales procederán

a validar los instrumentos de recolección de datos, a fin de determinar si los mismos cumplían con todos los criterios necesarios para ser aplicados en el estudio realizado.

Confiabilidad

Con respecto a la confiabilidad del instrumento de medición, Hernández, Fernández y Baptista (1998), acotan que ésta se refiere “al grado en que su aplicación repetida al mismo sujeto u objeto produce iguales resultados” (p.235). Por otro lado, para Sabino (1998), la confiabilidad de los instrumentos de recolección de datos es:

La consistencia interior a la capacidad para discriminar en forma constante entre un valor y otro; cabe confiar en una escala cuando produzca constantemente los mismos resultados al aplicar a una misma muestra, es decir, cuando siempre los mismos objetos aparezcan valorados en la misma forma (p.101).

Partiendo de esta idea, es preciso acotar que para determinar la confiabilidad del instrumento se aplicara una prueba piloto y para ello se seleccionara al azar un grupo de Productores pertenecientes a la población de estudio pero que no formaron parte de la muestra.

El cuestionario aplicado personalmente a cada Productor para estudiar la coherencia de los ítems, su comprensión y su grado de exactitud. En este particular los consultados comprendieran y respondieran en idénticas condiciones y de forma similar las preguntas, para determinar el instrumento es confiable para la recolección de los datos necesarios en la realización de la presente investigación.

Cuando se emplea instrumento tipo Lickert se aplica El Alfa de Cronbach, el cual opera mediante la siguiente formula:

$$\alpha = \frac{K \cdot V_1}{K - 1 \cdot V_t}$$

donde:

K	=	Número de ítems
V ₁	=	Varianza de los ítems
V _t	=	Varianza total

Este coeficiente produce valores que oscilan entre 0 y 1, donde el coeficiente cero (0) significa confiabilidad nula y uno (1) máxima confiabilidad.

Los cálculos para la obtención del coeficiente de confiabilidad, se realizaron mediante el programa computarizado SSP para ciencias sociales.

Es de hacer notar que se obtuvo un índice de confiabilidad de 0,89 que al contrastar con la tabla señalada por Ruiz (1998), indica que existe en 89% de fiabilidad de que los ítems miden las variables del estudio. Dicha tabla se presenta seguidamente.

Valores de Confiabilidad

Muy Bajo	Bajo	Moderado	Alto	Muy Alto
Entre 0,01 y 0,20 medición con muchos errores.	Entre 0,21 y 0,40 medición con errores.	Entre 0,41 y 0,60 medición con algo de error.	Entre 0,61 y 0,80 medición sin errores.	Entre 0,81 y 1.00 medición sin errores.

Fuente: Ruiz, C (1998).

Técnica de análisis de datos

En esta fase de la investigación se desarrollaran las distintas operaciones a las que serán sometidos los datos que se obtendrán a través de los instrumentos de recolección de datos. Las técnicas de análisis de datos, es definida por Sánchez

(1985), como “aquellas que permiten obtener los datos estadísticos ordenándolos y clasificándolos en forma lógica” (p. 132).

Con tales recursos, la técnica de análisis empleada para la encuesta se desarrolló aplicando el análisis cuantitativo que según Sabino (1986),

Este tipo de operación se efectúa, naturalmente, con toda la información numérica resultante de la investigación. Ésta, luego del procedimiento sufrido, se nos presentará como un conjunto de cuadros, tablas y medidas a las cuales habrá que pasar en limpio, calculando sus porcentajes y otorgándoles forma definitiva (p.172).

Así pues, la interpretación de los datos se llevó a cabo a través del uso de la estadística descriptiva que según Sierra (1991), “se entiende por distribución de frecuencias las categorías o valores de la variable junto con las veces que se repita cada categoría” (p. 20) y dichos resultados serán demostrados en porcentajes y representados por medio de gráficos de sectores.

En cuanto a la técnica de la entrevista, el de análisis es el cualitativo y la información arrojada en ellos se representa en tablas en donde los datos e informaciones recolectadas se realizaran a través de la interpretación de las cualidades que pudieran detectarse en las respuestas que emitieron las personas entrevistadas. Al respecto Sabino (1986), afirma:

Se refiere al que procedemos a hacer con la información de tipo verbal que, de un modo general, aparece en fichas. Una vez clasificado esto, es preciso tomar cada uno de los grupos formados para analizarlos. El análisis se efectúa cotejando los datos que se refieren a un mismo aspecto y tratando de evaluar la fiabilidad de cada información. Si los datos, al ser comparados, no arrojan ninguna discrepancia seria, y si cubren todos los aspectos requeridos, habrá que tratar de expresar lo que ellos nos dicen, redactando una pequeña nota donde se sinteticen los hallazgos (p.33).

Esta elección obedece a que el tratamiento enfatiza la expresión descriptiva de los resultados, por lo que el estadístico porcentual simple viene a

representar una técnica sencilla para el análisis de los datos, en donde sólo se requiere destacar la frecuencia y el porcentaje en que se producen las observaciones, por consiguiente la profundidad en los niveles de interpretación fue sobre la base descriptiva.

La descripción y el análisis se sustentaron en la contrastación de los resultados del diagnóstico con los constructos teóricos del marco referencial.

Fases de la Investigación

Para alcanzar los objetivos planteados en la investigación, el trabajo se realizó en las siguientes fases, las cuales se nombran y explican a continuación:

- Revisión indagatoria de la literatura especializada y trabajos de referencias sobre la materia abordada.
- Se formulan los objetivos, se plantea la justificación, alcance y limitación.
- Selección conceptual y metodológica.
- Solicitud de autorización ante los directivos de la Central de Beneficio del Cacao.
- Elaborar la validez y aplicar instrumentos.
- Organizar los datos recolectados.
- Analizar e interpretar la información obtenida.
- Diseñar los lineamientos del audiovisual.
- Recomendar con base en los resultados.

CAPITULO IV

DIAGNÓSTICO QUE SUSTENTA LA PROPUESTA

Análisis de los Resultados

En el presente capítulo se exhiben todos los datos y el análisis proporcionado por la aplicación de los instrumentos que se utilizaron dentro del Central de Beneficio del Cacao (CBC), ubicado en Ocumare municipio Costa de Oro del Estado Aragua, los cuales fueron aplicados a la directiva, productores y cultivadores que integra la comunidad del mismo.

En tal sentido, los instrumentos de recolección de datos que se aplicaron fueron la entrevista para Directivos, Cultivadores de la CBC y cuestionarios de alternativas tipo liker para los Productores. Especificándose en ellos las diferentes preguntas que conllevaron a los resultados que se exponen en la presente propuesta.

Dejando énfasis en que la Institución a estudiar carece de un medio de comunicación que expanda las informaciones dentro del mismo, con mayor auge de difusión y aceptación. Y enmarcando que el público interno tomado como muestra, en su mayoría se sintió plenamente identificado con la propuesta de la realización de una serie de micros televisivos que difunda sus actividades.

No obstante, se presentan a continuación los resultados procesados y analizados de los instrumentos aplicados que fueron de gran importancia para la realización de la propuesta expuesta.

Resultados del Guión de Entrevista 1
Aplicado a la Directiva del Central de Beneficio del Cacao

Cuadro 4

Entrevista: Señor: José Lugo. Presidente y Productor.

PREGUNTAS	RESPUESTA
1. ¿Considera usted que en los Medios de Información masivo hay desinterés sobre la temática del Cacao?	Si, realmente considero que no habido una difusión sobre los beneficios del Cacao y la forma que se realiza para producirlo.
2. ¿Cree usted que en la población local, regional y nacional existe cierto desconocimiento acerca de la producción cacaotera del estado Aragua?	Por supuesto al no haber una buena publicidad y difusión existe un total desconocimiento sobre el Cacao y todo lo relacionado con el mismo.
3. ¿Que opinión le merece a usted la idea que sostiene que los medios realizan un mal manejo de la información generada por el tópico?	Efectivamente, son poco los canales o medios de comunicación que se interesan por la cultura de su estado y específicamente Aragua, no hay un buen manejo de la poca información que ellos proyectan.
4. ¿Según usted se puede hablar de desinformación sobre las actividades propias de la industria del cacao?	Si, existe mucha desinformación, a pesar de las muchas actividades que se realiza sobre el cacao y la importancia que éste tiene a nivel nacional e internacional.
5. ¿De acuerdo con usted puede hablarse de falta de difusión sobre el tema del cacao?	Si, muy poca difusión.
6. ¿Cuál cree usted que es la razón que motiva la poca cobertura que los medios hacen a la noticia generada por la producción cacaotera del estado Aragua?	Hoy día lamentablemente la parte agrícola no se toma en cuenta y se abandonaron los cultivos por otros intereses.
7. ¿Según su opinión es necesario y factible el diseño de una serie de micros audiovisuales que sirvan para promocionar todo lo referente al cacao producido en el estado Aragua?	Si claro, sería justo y necesario para difundir todas las actividades que aquí se realiza sobre el cacao.

8. ¿Cree usted que existe suficiente audiencia para programas televisivos que aborden el tema del cacao?	Creo que si, mientras se hagan se va fortaleciendo el interés al mismo.
9. ¿Como parte de la directiva de la CBC cuál es su propósito al producir una serie de micros audiovisuales?	Claro se puede dar a conocer sobre la producción y la calidad de nuestro cacao, lamentablemente se habla más de la cantidad que de la calidad.
10. ¿Considera usted que la directiva de CBC busca promocionar, proyectar, mercadear, dar a conocer, generar conocimiento, impulsar mejoras con la producción de una serie de micros audiovisuales sobre el cacao en el estado Aragua?	Apoyaría abiertamente cualquier trabajo que se hiciese para dar a conocer el Cacao y las propiedades tan rica que éste tiene a toda la comunidad, además que aquí estamos prestos para cualquier material informativo que necesiten.
11. ¿Cree usted que un micro es una herramienta comunicacional efectiva?	Por supuesto, además que se incentivarían con las fundaciones que guardan relación con la CBC como son el INIA, FUNDACITE, Tierra Viva, entre otras.
12. ¿Una estrategia comunicacional como ésta funcionaría para acercarse a la población a sus referencias culturales?	Me parece muy bien porque del Municipio Costa de Oro son la mayoría de los trabajadores, cultivadores y el cacao es parte de la cultura de esta población y ésta debe perdurar por siempre y ser transmitida de generación en generación.

Fuente: Datos tomados de la aplicación del guión de entrevista 1(2009).

Cuadro 5

Entrevista; Señor: Félix Pacheco. Tesorero y Productor

PREGUNTAS	RESPUESTAS
1. Considera usted que en los Medios de Información masivo hay desinterés sobre la temática del Cacao?	Si existe un vacío comunicacional en el campo de la cultura nuestra y específicamente sobre el Cacao.
2. ¿Cree usted que en la población local, regional y nacional existe cierto desconocimiento acerca de la producción cacaotera del estado Aragua?	Si, como lo indiqué en la pregunta anterior muchas veces se enfoca en otras cultura y no la nuestra, por lo tanto hay una desinformación sobre la misma.

<p>3. ¿Que opinión le merece a usted la idea que sostiene que los medios realizan un mal manejo de la información generada por el tópico?</p>	<p>Creo que los medios de comunicación no llegan al centro de la problemática, es decir no viven ni sienten el Cacao como debe ser sino sólo se limitan a difundir lo que le conviene.</p>
<p>4. ¿Según usted se puede hablar de desinformación sobre las actividades propias de la industria del cacao?</p>	<p>Si existe desinformación, por ejemplo aquí se cree que las grandes producciones de Cacao se realizan en la localidad de Chuao y no en Costa de Oro y es todo lo contrario.</p>
<p>5. ¿De acuerdo con usted puede hablarse de falta de difusión sobre el tema del cacao?</p>	<p>Claro hay falta de difusión, promoción y de corazón para querer lo nuestro sobre todo en los institutos que se encargan de de la cultura y por supuesto los medios de comunicación masiva o sea radio, prensa y televisión.</p>
<p>6. ¿Cual cree usted que es la razón que motiva la poca cobertura que los medios hacen a la noticia generada por la producción cacaotera del estado Aragua?</p>	<p>Simplemente no hay interés, esto no representa un negocio para ellos.</p>
<p>7. ¿Según su opinión es necesario y factible el diseño de una serie de micros audiovisuales que sirvan para promocionar todo lo referente al cacao producido en el estado Aragua?</p>	<p>Necesario por supuesto y factible también creo que esto serviría y beneficiaría a la central de producción de Cacao y aquí estamos conscientes de la necesidad de promocionar el cacao.</p>
<p>8. ¿Cree usted que existe suficiente audiencia para programas televisivos que aborden el tema del cacao?</p>	<p>Si existe mucha información que aquí se maneja sobre todo lo referente sobre producción comercialización ya que se vende en 17 estados de Venezuela.</p>
<p>9. ¿Como parte de la directiva de la CBC cuál es su propósito al producir una serie de micros audiovisuales?</p>	<p>Dar a conocer nuestro producto ya que es uno de los mejores del mundo, además trabajamos con lo que se conoce Como sello verde, es decir producción de Cacao tipo orgánico.</p>
<p>10. ¿Considera usted que la directiva de CBC busca promocionar, proyectar, mercadear, dar a conocer, generar conocimiento, impulsar mejoras con la producción de una serie de micros audiovisuales sobre el cacao en</p>	<p>Si, es un producto que se cultiva con gran calidad y sería excelente darlo a conocer hasta a niveles internacionales.</p>

el estado Aragua?	
11. ¿Cree usted que un micro es una herramienta comunicacional efectiva?	Si claro, combinar imágenes con palabras de forma refrescante es importante para llegar a la audiencia en general.
12. ¿Una estrategia comunicacional como ésta funcionaría para acercarse a la población a sus referencias culturales?	Claro, pues el cacao es un rublo importante en esta zona costera.

Fuente: Datos tomados de la aplicación del Guión de Entrevista 1 (2009).

Análisis de los resultados del guión de Entrevista 1 aplicados a la Directiva de la CBC.

En general, ambos productores, Presidente y Tesorero de la Central de Beneficio del Cacao (CBC), coinciden casi gráfica y calcadamente en relación a los onces (11) ítems sobre lo que se le preguntó. Son contundentes en sostener la falta de información y cobertura en los medios, además del desinterés y el desconocimiento que ella genera. Por otro lado, mantienen la idea que el cacao es cultura del aragüeño y por tanto, es relevante y debe ser dado a conocer local, regional, nacional e internacionalmente, hablando no solo de la cantidad, sino de la calidad, yendo y buscando más allá de lo meramente superficial del tema.

También muestra una clara disposición a colaborar con la actual propuesta, toda vez que la consideran necesaria y factible, por lo que están dispuestos a prestar toda la ayuda necesaria para lograr su realización. En ese sentido, cree que traería consigo altos beneficios que no están alejados de sus más claros e inmediatos propósitos, finalidad, objetivos y metas.

Finalmente, plantean que una estrategia de esta naturaleza (micros televisivos) son de gran ayuda y podrían mantener en el tiempo el imperioso y verdadero conocimiento que la población necesita acerca del cacao y sus elementos culturales, propio de la región aragüeña.

Resultado del Guión de Entrevista 2 aplicado a los Cultivadores

Cuadro 6
Cultivador 1.

PREGUNTAS	RESPUESTAS
1. ¿Considera usted que la creciente desinformación en la población acerca de la producción cacaotera del estado Aragua es consecuencia de la falta de difusión sobre el tema?	Claro, sólo hace un año para acá es que se difunde sobre el Cacao pero ni siquiera en el estado Aragua sino en otros estados de Venezuela, y si hay falta de difusión.
2. ¿Según usted existe poca audiencia para programas televisivos con contenido de este tipo?	Creo que no porque el cacao es parte de nuestra cultura, ha también depende al público que vaya dirigido.
3. ¿Cuál cree usted sea la causa de la poca cobertura que los medios hacen a la información generada por este tema?	Poco interés, porque se pasó de ser un país netamente agrícola al sector petrolero.
4. ¿Cree usted que en la población existe desconocimiento sobre la producción de cacao en el estado Aragua?	Si hay desconocimiento, para producir el cacao se pasa por una serie de pasos que son meticulosamente realizados para obtener lo que llamamos el mejor chocolate.
5. ¿Según usted a qué obedece el aparente desinterés existente en la sociedad venezolana respecto a todo lo relacionado con el cacao y su producción?	Porque buscan algo que genere ganancia a corto plazo y esto es un trabajo difícil.
6. ¿Considera usted que en los medios de comunicación se hace un mal manejo de la información propia de la producción cacaotera?	Lo poco que informa se va más a la parte de comercialización y no al punto sobre la elaboración, la siembra, el secado y todo lo referente a su cultivo.
7. ¿Crees usted que una serie de micros audiovisuales ayudaría a promocionar el cacao producido en el estado Aragua?	Si claro, ayudaría a dar a conocer lo que hace cada uno de los que trabajamos por el cacao, es decir la fase de la producción, cultivación y producción.

8. ¿Como cultivador le gustaría participar y ser parte de una serie de micros televisivos?	Si estamos dispuestos a colaborar para que se realicen dichos micros.
--	---

Fuente: Instrumento aplicado, 2009.

Cuadro 7
Cultivador 2.

PREGUNTAS	RESPUESTAS
1.- ¿Considera usted que la creciente desinformación en la población acerca de la producción cacaotera del estado Aragua es consecuencia de la falta de difusión sobre el tema?	Si, existen más de 100 productores solamente en la región de Ocumare de la Costa y asimismo existe todo un proceso para cultivar el cacao que sería interesante que la gente conociera.
2.- ¿Según usted existe poca audiencia para programas televisivos con contenido de este tipo?	Existen mucha gente interesada en el mundo del cacao, pero pocos que lo difundan.
3.- ¿Cuál cree usted sea la causa de la poca cobertura que los medios hacen a la información generada por este tema?	Por falta de coordinación, y quizás de un proyecto con buen asesoramiento sobre la temática del Cacao.
4.- ¿Cree usted que en la población existe desconocimiento sobre la producción de cacao en el estado Aragua?	Creo que se conoce pero muy poco, sólo la gente cree que se produce en Chuao, Ocumare y Choroni y esto llega a muchos estados de Venezuela
5.- ¿Según usted a qué obedece el aparente desinterés existente en la sociedad venezolana respecto a todo lo relacionado con el cacao y su producción?	Bueno, según mis abuelos la riqueza, después de la llegada del petróleo, el cacao fue desplazado, y no es lo mismo hablar del oro negro, o chorro del petróleo, que a la siembra de matas de cacao, donde hay que meterse al monte y hasta matar culebras.
6.- ¿Considera usted que en los medios de comunicación se hace un mal manejo de la información propia de la producción cacaotera?	No es mala, creo primero que manejan poca información y segundo que hace falta asesoría especializada, sólo se conoce lo básico lo que está al alcance, no van a más allá.
7.-¿Crees usted que una serie de micros televisivos ayudaría a promocionar el cacao producido en el estado Aragua?	Claro serviría para instruir como es el proceso del cultivo del Cacao. Fíjese que aquí muchas hacienda están solas, los jóvenes no le gusta el campo, las nuevas generaciones están apáticas al trabajo del cacao, entonces es necesario transmitirle la importancia que el cacao es para nuestro país.

8.- ¿Como cultivador le gustaría participar y ser parte de una serie de micros televisivos?	Claro que si, Como no, yo le explicaría con mucho gusto todas las técnicas que aquí realizamos.
---	---

Fuente: Instrumento aplicado, 2009.

Cuadro 8 **Cultivador 3**

PREGUNTAS	RESPUESTAS
1.- ¿Considera usted que la creciente desinformación en la población acerca de la producción cacaotera del estado Aragua es consecuencia de la falta de difusión sobre el tema?	Si lo creo, como no.
2.- ¿Según usted existe poca audiencia para programas televisivos con contenido de este tipo?	Yo diría que ninguno, sólo la información de algunas instituciones como FUNDACITE, INIA, entre otra.
3.- ¿Cuál cree usted sea la causa de la poca cobertura que los medios hacen a la información generada por este tema?	No les interesa y creo que en gran parte el modismo ha influenciado, las cosas del pueblo son anticuadas.
4.- ¿Cree usted que en la población existe desconocimiento sobre la producción de cacao en el estado Aragua?	Claro muy pocos saben que por ejemplo nuestro cacao está considerado a nivel mundial unos de los mejores.
5.- ¿Según usted a qué obedece el aparente desinterés existente en la sociedad venezolana respecto a todo lo relacionado con el cacao y su producción?	Considero que realmente no existe una cultura por parte de la población y de los entes u organismos competentes para difundir sobre el cacao.
6.- ¿Considera usted que en los medios de comunicación se hace un mal manejo de la información propia de la producción cacaotera?	Creo que si sólo al decir que las golosinas son con sabor a chocolate y no con sabor a cacao, ya allí existe una mala información.
7.-¿Crees usted que una serie de micros televisivos ayudaría a promocionar el cacao producido en el estado Aragua?	Por supuesto y darnos a conocer a los productores, cultivadores, por ejemplo nosotros no tenemos ningunas políticas que nos den beneficios, existe un desinterés social sobre el cacao.
8.- ¿Como cultivador le gustaría participar y ser parte de una serie de micros televisivos?	claro muchas son las cosas que nosotros hacemos y se desconocen.

Fuente: Instrumento aplicado, 2009.

Cuadro 9
Cultivador 4

PREGUNTAS	RESPUESTAS
1.- ¿Considera usted que la creciente desinformación en la población acerca de la producción cacaotera del estado Aragua es consecuencia de la falta de difusión sobre el tema?	Si no hay un incentivo por parte del gobierno, de difundir actividades agrícolas, y sobre todo las referentes al cacao.
2.- ¿Según usted existe poca audiencia para programas televisivos con contenido de este tipo?	Yo creo que no solo hay que motivar y concienciar a la población, sobre todo a los jóvenes, a la nueva generación
3.- ¿Cual cree usted sea la causa de la poca cobertura que los medios hacen a la información generada por este tema?	Falta de interés por los ejecutivos de los canales, siempre vienen pero allí quedan, no pasan nada
4.- ¿Cree usted que en la población existe desconocimiento sobre la producción de cacao en el estado Aragua?	Si.
5.- ¿Según usted a qué obedece el aparente desinterés existente en la sociedad venezolana respecto a todo lo relacionado con el cacao y su producción?	Bueno como dije antes, esto no da ganancia a los medios y a sus gerentes no le interesa estas cosas.
6.- ¿Considera usted que en los medios de comunicación se hace un mal manejo de la información propia de la producción cacaotera?	Por supuesto.
7.-¿Crees usted que una serie de micros televisivos ayudaría a promocionar el cacao producido en el estado Aragua?	Yo creo que si porque hoy en día todo el mundo tiene televisión y de vez en cuando que vean sobre el cacao ayudaría a que la gente se informe sobre lo que uno hace.
8.- ¿Como cultivador le gustaría participar y ser parte de una serie de micros televisivos?	Claro yo me pongo mi chaleco y hablo lo que usted me pregunte.

Fuente: Instrumento aplicado, 2009.

Análisis de los Resultados del Guión de Entrevista 2 aplicado a los Cultivadores.

También, estos datos muestran una disposición general a la colaboración y una sentida necesidad de una estrategia comunicacional de esta índole. Toda vez, que los cultivadores (los cuatro entrevistados) estuvieron de acuerdo en sus opiniones en relación a los ítems señalados. Así, mantienen un equilibrio en sus visiones acerca de que se ha dejado de lado este tema producto del desplazamiento que experimento la agrícola por la exportación del petróleo. Igualmente, señalan el desconocimiento que se observa y se siente en la población debido a la inconstancia, poca valoración y falta de difusión de todo lo referido al cacao por parte de los entes u organismos competentes y principalmente por los medios de comunicación, siendo esta información un plato fuerte de la cultura venezolana y especialmente aragüeña, que debe ser dada a conocer como parte de la función social de los medios.

En ese marco de ideas, afirman los cultivadores de manera sostenida que tal situación ha de ser revertida y en consecuencia un proyecto como éste sería ideal, por lo que se involucran en el mismo de manera directa y entusiasta, aportando todos sus conocimientos y destrezas, para lograr positivamente los objetivos planteados.

Cuestionario Diagnostico Aplicado a Productores

Preguntas	Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Muy en desacuerdo
1. En los medios existe poca difusión sobre la producción cacaotera del estado Aragua				
2. Los medios de comunicación hacen poca cobertura de la noticia generada por la empresa cacaotera				
3. Es necesario producir una serie de micros audiovisuales sobre el cacao y su producción.				
4. La población en general esta desinformada sobre todo lo relacionado con la producción del cacao en el estado Aragua.				
5. En general existe mal manejo sobre la información sobre el tema del cacao.				
6. La temática de la producción cacaotera en el estado Aragua no genera interés alguno en la población.				
7. La televisión muestra desinterés por la información sobre el cacao				
8. La falta de audiencia para programas televisivos que hablen sobre el cacao que se produce en Aragua es por el desconocimiento sobre el tema.				

Resultados del Instrumento aplicado a los Productores

Ítem 1.- En los medios existe poca difusión sobre la producción cacaotera del estado Aragua.

Cuadro 10

Existencia de poca difusión en los medios.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje %
Muy de acuerdo	80	80%
De acuerdo	15	15%
Ni de acuerdo ni en Desacuerdo	5	5%
Muy en desacuerdo	0	0%
total	100	100%

Fuente: Instrumento aplicado, 2009.

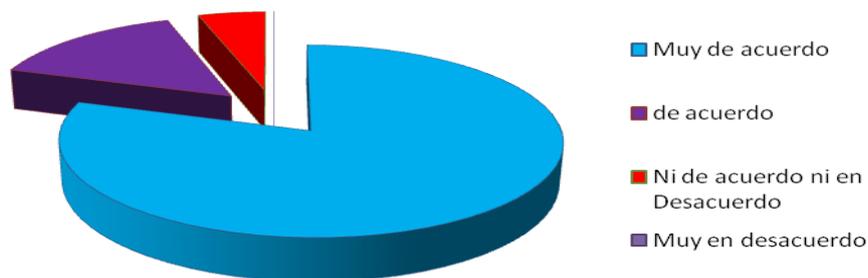


Gráfico 1. Poca difusión de los medios. Elaborado por el investigador con datos tomados del cuadro.

Análisis: Acerca de la poca difusión que aparentemente se dan en los medios de comunicación sobre la producción cacaotera del estado Aragua el 80% de los encuestados afirmó estar muy de acuerdo con tal afirmación, reflejando así que esa temática no es muy abordada en los mismos, toda vez que otro 15% dijo estar de acuerdo. Estas posiciones son de gran valor porque vienen a corroborar, tal vez, la necesidad de producir esta serie de micros audiovisuales.

Ítem 2.- Los medios de comunicación hacen poca cobertura de la noticia generada por la empresa cacaotera.

Cuadro 11

Poca Cobertura de la noticia de la empresa cacaotera

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje %
Muy de acuerdo	80	80%
De acuerdo	20	20%
Ni de acuerdo ni en Desacuerdo	0	0%
Muy en desacuerdo	0	0%
total	100	100%

Fuente: Instrumento aplicado, 2009.

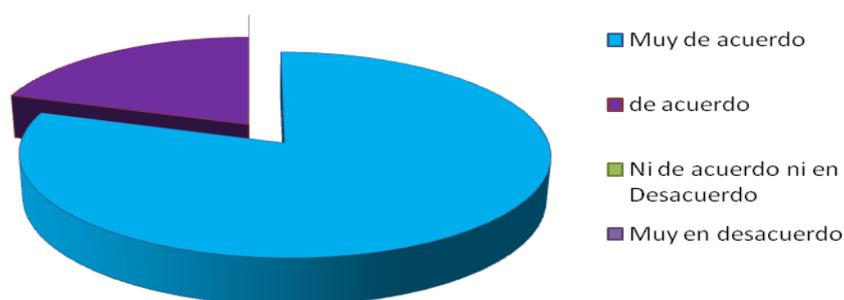


Gráfico 2. Poca cobertura de la noticia. Elaborado por el investigador con datos tomados del cuadro.

Análisis: Como se muestra en el gráfico 2, el 80% de la muestra seleccionada sentenció estar muy acuerdo con el hecho de que los medios de comunicación le dan poca cobertura a toda la información noticiosa que se genera en la empresa cacaotera y esto también lo confirma el restante 20% cuando se ubica en la opción de acuerdo. Así, estas opiniones respaldan nuevamente el presente proyecto factible.

Ítems 3.- Es necesario producir una serie de micros audiovisuales sobre el cacao y su producción.

Cuadro 12

Necesidad de una serie de micros audiovisuales.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje %
Muy de acuerdo	85	85%
De acuerdo	15	15%
Ni de acuerdo ni en Desacuerdo	0	0%
Muy en desacuerdo	0	0%
total	100	100%

Fuente: Instrumento aplicado, 2009.

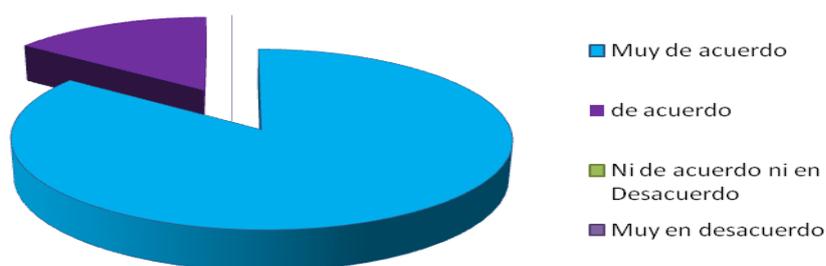


Gráfico 3. Serie de micros audiovisuales. Elaborado por el investigador con datos tomados del cuadro.

Análisis: Los datos aquí visualizados, son un contundente y profundo apoyo a lo planteado en los dos ítem anteriores, pues ya de una forma más directa la totalidad de los sujetos a lo que se le aplicó el cuestionario plantean la necesidad de esta serie de micros, considerando que un 85% estuvo muy de acuerdo y el restante 15% de acuerdo. Estos resultados son interesantes e importantes en el logro de los objetivos planteados.

Ítem 4.- La población en general esta desinformada sobre todo lo relacionado con la producción del cacao en el estado Aragua

Cuadro 13

Desinformación de la población acerca de la producción de Cacao.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje %
Muy de acuerdo	25	25%
De acuerdo	75	75%
Ni de acuerdo ni en Desacuerdo	0	0%
Muy en desacuerdo	0	0%
total	100	100%

Fuente: Instrumento aplicado, 2009.



Gráfico 4. Desinformación de la población. Elaborado por el investigador con datos tomados del cuadro

Análisis: Los resultados arrojados, por el grafico 4 muestran una inversión de los porcentajes en relación a los tres anteriores. Sin embargo, siguen mostrando una tendencia hacia las dos primeras alternativas de respuestas. No obstante, el 75% de la muestra escoge estar de acuerdo y el 25% sobrante muy de acuerdo, con la idea que la población en general, está desinformada acerca de todo lo relacionado a la producción cacaotera en el estado Aragua, y ello es así por lo evidenciado en los datos de los tres anteriores cuadros.

Ítem. 5.- En general existe mal manejo sobre la información sobre el tema del cacao

Cuadro 14
Mal manejo de la información cacaotera.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje %
Muy de acuerdo	90	90%
De acuerdo	10	10%
Ni de acuerdo ni en Desacuerdo	0	0%
Muy en desacuerdo	0	0%
total	100	100%

Fuente: Instrumento aplicado, 2009.

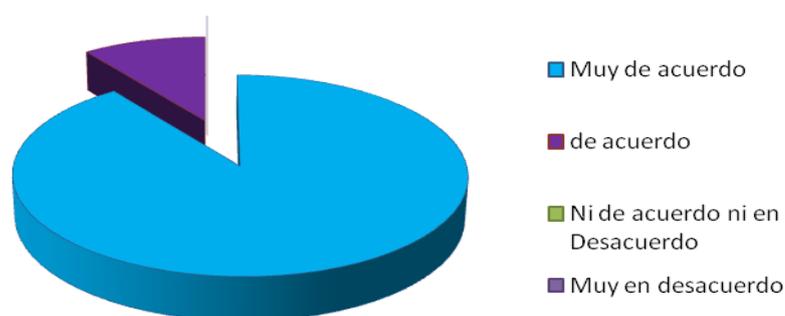


Gráfico 5. Mal manejo de la información. Elaborado por el investigador con datos tomados del cuadro.

Análisis: Un 90% de la muestra seleccionada afirma que la información sobre el cacao es mal manejada, mientras que un 10% dice estar de acuerdo, daos que proyectan una necesaria reformulación o reorientación de los criterios, lineamientos y parámetros con los que se aborda el tópico y para ello se pretende esta propuesta.

Ítem 6.- La temática de la producción cacaotera en el estado Aragua no genera interés alguno en la población

Cuadro 15

Interés de la población sobre el tema del cacao aragüeño.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje %
Muy de acuerdo	92	92%
De acuerdo	8	8%
Ni de acuerdo ni en Desacuerdo	0	0%
Muy en desacuerdo	0	0%
total	100	100%

Fuente: Instrumento aplicado, 2009.

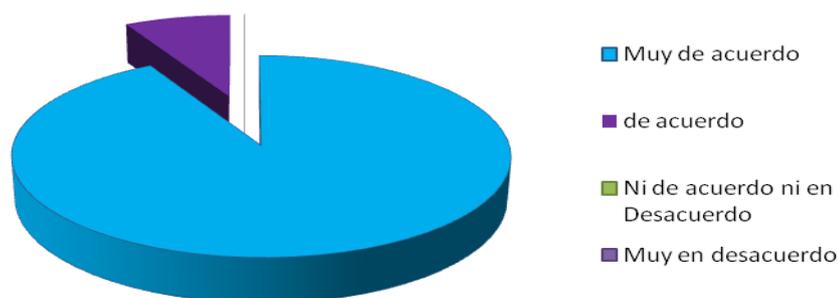


Gráfico 6. La producción cacaotera aragüeña genera interés en la población.

Elaborado por el investigador con datos tomados del cuadro

Análisis: Tal vez estas respuestas sean preocupantes, controversiales y hasta contraproducentes para el trabajo aquí pretendido. Sin embargo, se debe considerar, que lo planteado por los encuestados (92/ muy de acuerdo, 10% de acuerdo) puede obedecer al hecho de que hasta ahora el tema no ha sido correctamente abordado, no se ha hecho atractivo y relevante. Además, los medios no le han dado la importancia justa en su agenda, entonces por qué la población lo haría. En ese sentido, se comprende el no interés de la misma.

Ítem7.- La televisión muestra desinterés por la información sobre el cacao

Cuadro 16

Desinterés en la TV por información cacaotera.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje %
Muy de acuerdo	85	85%
De acuerdo	15	15%
Ni de acuerdo ni en Desacuerdo	0	0%
Muy en desacuerdo	0	0%
total	100	100%

Fuente: Instrumento aplicado, 2009.

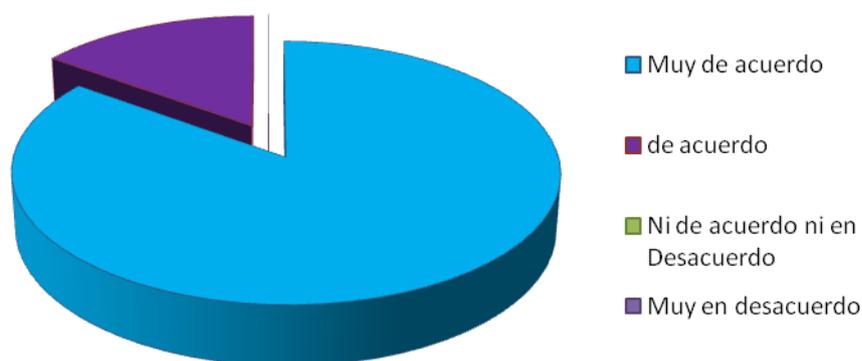


Gráfico 7. Desinterés en la TV. Elaborado por el investigador con datos tomados del cuadro.

Análisis. Lo que ya se viene observando se reafirma en este grafico, al mostrar que el 85% está muy de acuerdo y el 15% de acuerdo, con el hecho que la producción cacaotera genera desinterés en la televisión. Entonces, hay que revertir tal situación, pues el cacao es un hecho noticioso por la importancia que reviste en la economía de ciertas regiones del país, como materia prima de calidad altamente valorada y reclamada.

Ítem 8.- La falta de audiencia para programas televisivos que hablen sobre el cacao que se produce en Aragua es por el desconocimiento sobre el tema.

Cuadro 17

Desconocimiento del tema genera poca audiencia en la TV.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje %
Muy de acuerdo	35	35%
De acuerdo	60	60%
Ni de acuerdo ni en Desacuerdo	5	5%
Muy en desacuerdo	0	0%
total	100	100%

Fuente: Instrumento aplicado, 2009.

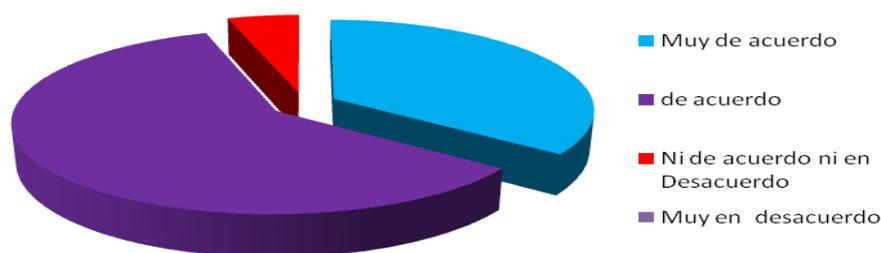


Gráfico 8. Poca audiencia en la TV. Elaborado por el investigador con datos tomados del cuadro

Análisis. Dice un 60% estar de acuerdo con que el desconocimiento sobre todo lo relativo al cacao y su producción influye en la falta de audiencia para programas televisivos que hablen aborden la temática, también un 35% afirma estar muy de acuerdo. De allí que lo atractivo, continua que se pueda transformar en conocimiento e implique un público cautivo conocedor e interesado en saber más y mejor acerca de ello.

Cuadro 18. Registro de Observación e Información

Objetos a observar. Criterios de observación	IMPRESOS (Volante, folletos, trípticos, encartado, revistas, periódicos)	RADIALES (Micros, programas)	AUDIOVISUAL (Micros, Programas)	ELECTRONICOS (Páginas, Blog, etc.)
Existe				
No Existe	X	X	X	X
Detalles				
Observaciones				

Fuente: El investigador (2009)

Análisis del Registro De Observación e Información aplicado

Una vez realizada a profundidad, la observación de las estrategias comunicacionales que disponen la Central de Beneficio de Cacao, CBC y llevado a cabo el registro pertinente a los resultados son *no son muy contundentes*, por decirlo de alguna manera, pero determinantes a la hora de medir que la presente propuesta es necesaria. Ello, es así, puesto que no existe en ninguna de su forma (impresa, radial, audiovisual, electrónica) ninguna estrategia, herramienta, medios, instrumentos dedicado a difundir, a dar a conocer, a proyectar, promocionar las actividades que sobre el cacao y su producción son realizadas en Ocumare de la Costa, estado Aragua o en la CBC.

En ese sentido, el instrumento aplicado viene a corroborar, lo dicho por los entrevistados y encuestados, en relación a la falta o poca cobertura que los medios realizan. Así como también el desinterés por la temática y quizás el mal manejo de la referida información.

Finalmente, cabe resaltar que hace ya bastante tiempo, se hicieron intentos, hubo una que otra idea, pero al concretarse se perdió en el tiempo, dejando sin efecto tan importante elemento.

Análisis General a Partir de los Resultados Obtenidos en los Cuatros Instrumentos Aplicados

Tanto en los guiones de entrevistas realizados, como el cuestionario de alternativas y el registro de observación e información aplicados, muestran de manera clara y contundentes la necesidad de que la información generada por la población del cacao y todas sus implicaciones se den a conocer, se proyecten, se promocionen, para generar conocimientos en los ciudadanos y tornar más positivamente y real la visión que se tiene sobre el tema y maneja. Que además hace falta involucrar a todos los entes u organismos competentes para impulsar un

mejor desarrollo de este elemento cultural a través de los medios de comunicación. Por lo que iniciativas como la presente son de mucha y vital importancia, por cuanto tienden a generar discusiones sobre la problemática existente, además de ser un grano de arena que pone las bases para llenar un vacío comunicacional que se visualiza y que quedo demostrado en palabras (opinión) de los sujetos que conforman la muestra representativa del presente estudio de investigación.

Así, queda bien claro y demostrado que una serie de micros son necesarios, y factibles y que cuenta con el total aval de las personas involucradas y conocedoras del significado del cacao como elemento simbólico y representativo de la cultura y economía del país, específicamente del Municipio Costa de Oro, ubicado en el estado Aragua.

CAPITULO V

LA PROPUESTA

Serie de micros televisivos para la promoción del cacao producido en Ocumare de la costa dirigido a la Central de Beneficio del Cacao (CBC).

Presentación

La presente propuesta está enfocada en plantear la creación de una serie de Micros televisivos para la promoción del cacao producido en Ocumare de la Costa dirigido a la Central de Beneficio del Cacao (CBC). La misma está avalada por los resultados obtenidos mediante la aplicación de los instrumentos de recolección de datos y buscará satisfacer la necesidad de información que tiene la CBC.

Asimismo, consta de una estructura funcional que permite visualizar el cómo se conseguiría que la propuesta cumpla con los objetivos para la cual fue creada. De igual manera, se justifica y fundamenta con el fin de mostrar lo que puede representar un medio audiovisual en un futuro.

Justificación

La importancia de este estudio radica en la necesidad apremiante de la CBC de contar con un medio de comunicación que difunda las actividades que desarrollan referente a la producción, cultivo y manejo del cacao específicamente en la población de Ocumare de la Costa, ubicado en el Municipio Costa de Oro del estado Aragua.

En este sentido, el diseño de una serie de micros televisivos para promocionar y dar a conocer las actividades en la producción del cacao es necesario, ya que la CBC no cuenta con un vínculo informativo que cubra las exigencias de un público; lo que conlleva a crear un canal que difunda información sobre técnicas, avances, modo de producción, cultivo, referentes culturales, etc. Porque de esta manera, se puede proporcionar información más actual y dinámica de los avances que se generan no sólo en la CBC, sino también en otros sectores de la población; tomando en cuenta que es posible y viable, gracias a que es una fuente educativa y cultural, que requiere estar al día de los avances y hallazgos que se generen en el mundo cacaotero.

De allí, la importancia de su realización, ya que se estaría aportando un medio divulgativo que enriquezca y de al personal de la CBC las herramientas pertinentes para su progreso, promoción y optimización cultural. Por otra parte, los resultados obtenidos de los instrumentos aplicados evidencian el deseo de la comunidad cacaotera, tales como cultivadores, productores y directivos de la CBC de contar con una serie de micros audiovisuales, para adentrarse en cada uno de los hogares y educar e informar acerca de dicha actividad. Cabe destacar, que en la CBC no existe ninguna estrategia comunicacional que le permita abordar un tema tan amplio y de gran interés.

Fundamentación

Para el desarrollo de la propuesta se recurrió a la investigación de campo a través de instrumentos de recolección de datos, los cuales pudieron dar a conocer la opinión de los productores, Cultivadores y la Directiva de la CBC, generando con ellos el logro de los objetivos planteados en la presente investigación.

Así mismo, se realizó una revisión bibliográfica, documental y electrónica donde se consultaron diversos autores en materia de comunicación, producción de cacao, diseño, información, micros audiovisuales, etc.; las cuales fueron desarrolladas en las bases teóricas que sustentan la investigación.

En ese sentido, siendo la comunicación la mejor herramienta que ha obtenido el hombre para transmitir cada una de sus necesidades y deseos, cabe destacar, la afirmación de Dragnic (1994), tomando la comunicación como una acción que produce un efecto mediante la participación de uno o varios individuos a través de estímulos y experiencias obtenidas de su entorno y lo hacen al utilizar los mecanismos que tienen en común (p. 56).

Lo que permite entender de manera clara, que la propuesta sirve como estímulo e invita a participar a los individuos de manera integrativa en la sociedad a la cual corresponden, aumentando así, a través de las experiencias ajenas y hechos, logros de manera colectiva e individual. Esto considerando, que la comunicación parte de un proceso y es un proceso en si mismo que es vital y único en la conformación de lazos y puentes entre el individuo- sociedad y entre empresas u organizaciones y la sociedad en la cual están inmersas.

Objetivos de la Propuesta

Objetivo General

- Brindar al personal que integra la CBC una herramienta comunicacional especializada que difunda las actividades que allí se realizan.

Objetivos Específicos

- Concienciar a la población del centro del país sobre la importancia de conocer y promocionar la producción de Cacao.
- Instruir a la población sobre el origen, característica, variedad e importancia, de la producción y cultivo del cacao.
- Ayudar a preservar la práctica artesanal del cacao en Ocumare de la Costa.
- Unificar todos estos mensajes en micros audiovisuales con elementos explicativos, suficiente información e imágenes sobre la producción del cacao.

- Proyectar la imagen de la CBC desde el punto de vista educativo, productivo y cultural.

Beneficios de la propuesta

El desarrollo de esta propuesta, beneficiaría a los productores, cultivadores y directiva de la CBC que cada día buscan dar a conocer la relación que tiene el cacao como parte de la cultura de la población de Ocumare de la Costa y así fomentar e intensificar esta practica artesanal de la producción del cacao a nivel regional, nacional e internacional. Además, de por supuesto a la población ávida de conocimiento e información acerca del mundo cacaotero.

En ese sentido, el desarrollo de esta propuesta, trae beneficios dentro de la CBC, ya que se enfocaría en plasmar el objetivo fundamental de dicha institución. Así mismo, se lograría educar a la población Araguëña sobre la producción de cacao que no está tan informado en el tema.

Estructura de la propuesta

La propuesta consiste en una serie de micros audiovisuales divididos en tres entregas de 12 minutos en total. Estos varían entre 3 y 5 minutos de duración cada uno aproximadamente, para ser transmitidos en los canales de televisión que la CBC considere pertinente, en tres días de la semana (martes, jueves y sábados).

La razón de realizar tres micros es porque el primero cumplirá con el objeto de mostrar a los televidentes el origen del cacao y su importancia, igualmente todo lo relacionado con la CBC. El segundo las diferentes etapas de producción y cultivo del cacao, así como los implementos que deben utilizarse, y por último, en el tercero se mostrará las experiencias y anécdotas de cultivadores y productores propios de la población de Ocumare de la Costa, al igual que todo lo concerniente con la parte artesanal de la producción de cacao.

Ficha técnica

Nombre: En donde nace el mejor Cacao

Duración: entre 3 y 5 minutos

Tipo de micro: informativo

Frecuencia: tres (3) días a la semana (martes, jueves y sábados)

Horario: 3:00 pm, 6:00pm y 9:00pm

Canal de televisión: Lo que indique la CBC

Edad: todas las edades

Producción: César E. Rodríguez Garnique

Portada de Micros



Cuadro 19. Estructura de los Micros.

REDACTOR: César R. Garnique	Micro N°: 1
FECHA: 06/05/2009	REPORTA:
	TEMA: El cacao de Ocumare de la Costa
<p>Comienza con un colash de videos al ritmo de tambor costeño., de aproximadamente 11 segundos de duración, éste será utilizado al comienzo y final de cada uno de los tres micros. Se muestra el fruto del cacao y varias imágenes en un clip de primer plano utilizando disolvencia para dar entrada a una breve historia de la Central de Beneficio del Cacao. Imágenes de lugareños, paisajes y sonidos de la costa, (golpe de tambor). -Seguidamente: Ubicación geográfica, origen e importancia de la Central de Beneficio del Cacao</p>	<p>LOCUTOR EN OFF:</p> <p>Denominado como el “Alimento de los Dioses”. El cacao de Aragua, está catalogado como uno de los mejores del mundo. Tiene esencia de Venezuela, de su tierra...de sus raíces y de la amabilidad de su gente.</p>
<p>INSERT: VIDEO DE LA VIA EL LIMON.</p> <p>INSERT: TOMA DE ARCO</p>	<p>LOCUTOR EN OFF:</p> <p>A tan sólo 43 kilómetros de la ciudad de Maracay adentrándose en los encantos naturales del Parque Nacional Henry Pittier se llega al municipio Ocumare de la Costa de oro. Un arco nos da la bienvenida, de ésta forma emprendemos esta hermosa aventura con sabor a cacao aragüeño.</p>
<p>INSERT: Video 494</p> <p>INSERT : VIDEO 500</p>	<p>LOCUTOR EN OFF:</p> <p>La Asociación de Productores de Cacao, Asoprocar ó mejor conocida como la Central de Beneficio del cacao, está Ubicado en el municipio Ocumare de la Costa de Oro en el estado Aragua. Se encuentra en la Esquina de</p>

	la calle Bolívar cruce con Miranda de la mencionada población costera.
INSERT : IMAGÉNES DE ARCHIVO, (ÉPOCA DE Gómez)	LOCUTOR EN OFF: Este lugar era denominado (casa gomera), es decir, que perteneció al General Juan Vicente Gómez cercano al año de 1915. Gómez asistía habitualmente a este lugar con sus edecanes y familia. Luego pasó a ser residencia de los hacendados de la época. Posteriormente en 1961 pasó a manos del Instituto Agrario Nacional. El día 29 de febrero del año 2001 fue reinaugurada esta Central de Beneficio del Cacao después de algunos años de inactividad, gracias a la participación activa de los miembros de la Asociación de Productores de Cacao (ASOPROCA). Actualmente éste es el único centro que se encarga en el municipio, de recolectar el cacao producido por los conuqueros de la región, obteniendo un producto con calidad de exportación.
INSERT : VIDEOS 494, 495 Y 496	
REDACTOR: César R. Garnique	Micro N°: 2
FECHA: 06/05/2009	REPORTA:
	TEMA: El cacao de Ocumare de la Costa
Segundo micro: Etapas de recolección, instrumentos utilizados, entrevistas y testimonios. Comienza con un colash de videos al ritmo de tambor costeño., de aproximadamente 11 segundos de duración, éste será utilizado al comienzo y	LOCUTOR EN OFF: <u>BENEFICIO EL CACAO</u> <u>COSECHA:</u> Consiste en la recolección de los

<p>final de cada uno de los tres micros</p> <p>INSERT: VIDEOS 590 Y 598</p>	<p>frutos o mazorcas maduras. Una vez apilonadas se abren y se les sacan las almendras frescas.</p>
<p>INSERT: VIDEOS 624, 582, 581, 555, 589, 613,593 Y 594.</p>	<p>LOCUTOR EN OFF:</p> <p>Las mazorcas nacen en los cojines florales del tallo y las ramas del árbol. Si los cojines se dañan no tendrá más formación de flores y por lo tanto no habrá producción. Las mazorcas son verdes cuando jóvenes, amarillas cuando están maduras, otras son rojas y se vuelven anaranjadas al madurar. Es muy importante que los instrumentos para cosechar estén bien afilados para no dañar los cojines florales.</p> <p>Es necesario recordar que solo deben cosecharse las mazorcas maduras, ya que las "pintonas" pueden no tener suficiente azúcar en la pulpa para una fermentación satisfactoria.</p>
<p>INSERT : VIDEO 556</p>	<p>LOCUTOR EN OFF:</p> <p>Si la plantación es grande, se puede cosechar cada 8 a 15 días. Si la plantación es pequeña, quizá se pueda hacer cada mes; en todo caso, no hay que dejar sobremadurar las mazorcas, por cuanto las almendras germinan dentro del fruto y quedan inutilizadas.</p> <hr/> <p>La apertura o quiebre de las mazorcas por lo general se realiza en el campo. Para esta</p>

<p>INSERT: VIDEOS 502, 504</p>	<p>Secado al sol: Se aprovecha la temperatura que producen los rayos solares para secar paulatinamente el cacao. Al secarse lentamente, las almendras completan satisfactoriamente los cambios para lograr un buen sabor.</p> <p>Este procedimiento se hace en los patios de secado, los cuales generalmente son de cemento y de otros materiales refractarios. En un metro cuadrado de tendal o patio de secado se puede secar entre 48 y 50 kilogramos de almendras frescas, con un espesor de 5 cm. Si el sol es el adecuado.</p>
<p>INSERT: VIDEO 509</p>	<p>LOCUTOR EN OFF:</p> <p>Por último el almacenamiento: se llevan las semillas a la clasificadora se verifica que la película se desprenda fácilmente. Y se clasifican: semillas grandes (de primera calidad), las de segunda son las medianas, y las pequeñas llamadas “pasillas” utilizadas para elaborar las conocidas panelas de cacao.</p>

REDACTOR: CÉSAR R. GARNIQUE	Micro N°:3
FECHA: 06/05/2009	REPORTA:
	TEMA: EL CACAO DE OCUMARE DE LA COSTA.
<p>INSERT: TOMAS VARIAS DE CHOCOLATES, PLANTACIONES Y CACAOS.</p> <p>INSERT: ENTREVISTAS EN OFF DE ARTESANOS DE LA ZONA. VIDEOS: 604,564.</p>	<p>LOCUTOR EN OFF:</p> <p>Hablar de cacao, es decir chocolate, decir chocolate es endulzar el alma, y en Ocumare de la costa son unos expertos en la materia. Como lo dice la expresión: “bebida de los Dioses” así mismo se traduce este fruto costeño de Aragua. Mezcla de pureza natural con aroma exquisito...que brota del suelo fértil de las costas centrales... bañado del mar caribeño e iluminado del sol tropical.</p> <p>El cacao de Ocumare de la costa, es más que un fruto ancestral venezolano, es oro en semillas que se deriva en mil formas para acariciar el alma con su sabor, así lo demuestran los artesanos de la zona.</p>
<p>INSERT: TOMAS VARIAS EN CAMARA LENTA. GENTE SONRIENDO. VIDEOS: 604,607, 564, 569.</p> <p>SONIDOS AL RITMO DE TAMBORES.</p>	<p>De esta forma se despide Ocumare de la costa de oro... obsequiándonos su amabilidad... su calidez... la sonrisa de su gente hermosa, invitándonos a conocer sus encantos y especialmente disfrutar de su sabor... EL SABOR DEL CACAO DE ARAGUA... EL MEJOR CACAO DEL MUNDO.</p>

Administración de los recursos

Dentro de la administración de los recursos, se encuentra todos aquellos pagos que se deben hacer para la realización de la producción audiovisual y va a estar enmarcada en los precios actuales.

Cuadro 19.

Costo Promedio para la Producción de cada Micro

PRE PRODUCCIÓN

EQUIPO HUMANO	COSTO
Productor General	Bs.F 750
Director	Bs.F 350
Director de fotografía	Bs.F 300
Guionista	Bs.F 200
Total de pre-producción	Bs.F 1.600

PRODUCCIÓN

EQUIPO HUMANO	COSTO
Asistente De producción	Bs.F 300
Camarógrafo	Bs.F 450
Asistente de camarógrafo	Bs.F 150
EQUIPO TÉCNICO	
Cámara MINI DV	Bs.F 660
2 cintas MINI DV	Bs.F 90

Iluminación	Bs.F 150
Micrófono	Bs.F 135
Total producción	Bs. F 1935

POST PRODUCCIÓN

Edición	Bs.F 390
CDS para DVD	Bs.F 30
Copias	Bs.F 35
Total de post producción Bs. F 445	
GRAN TOTAL : Bs.f 3.980	

Factibilidad de la Propuesta

En general, la presente propuesta luce altamente factible, así se tiene:

Factibilidad Institucional:

Desde el punto de vista institucional goza de todo el apoyo de la CBC, lo que la hace ciento por ciento factible en ese campo, por cuanto se reconoce la necesidad de la misma y su potencial para corregir o llenar un vacío de información existente, tal y como quedo demostrado en el levantamiento de la información.

Factibilidad Educativa:

Aquí hay un potencial terreno que allanar, pues dentro de los beneficios de la serie de micros en que funcionara como orientadora. Difusora, generadora de conocimiento, portadora de información, y todo ello repercute en la educación de la población; de allí de su factibilidad en el ramo.

Factibilidad Cultural:

A partir de una necesidad y un clamor de la sociedad, como lo afirmaron los sujetos encuestados y entrevistados, la factibilidad cultural queda medida y planteada. Además, se ha de considerar que aborda el terreno cacaotero que es un vínculo referencial cultural del venezolano.

Factibilidad Económica:

La serie de micros que se propone no posee un costo demasiado elevado, pero además se puede pedir la colaboración y la misma ser financiada por instituciones vinculadas con la CBC, tales como FUNDACITE, INIA, Alcaldía, Gobernación entre otras. Así como también organizaciones regionales, nacionales e internacionales interesadas en el mundo cacaotero.

Factibilidad Social:

Los cuatros sectores mencionados anteriormente, le otorga total factibilidad social a esta propuesta, al igual que la necesidad existente de información y el profundo interés por conocer, a fondo, todo lo referido al cacao, por parte de los ciudadanos venezolanos, en general y aragüeños en particular.

CAPITULO VI

RECOMENDACIONES

Una vez llevado a cabo el Trabajo Especial de Grado (TEG) y alcanzado de forma positiva los objetivos planteados se recomienda desde el primer, segundo y tercer nivel lo siguiente:

A la CBC que ponga en marcha la serie de micros televisivos y profundicen en dar a conocer y proyectar lo realizado en sus instalaciones y fuera de ellas, es decir todas sus actividades.

Al personal involucrado en el mundo del cacao en Ocumare de la Costa (cultivadores, productores, directivos etc.) para que participen activamente en darle continuidad a la presente propuesta y que de hecho sean portavoces de la misma.

A la Directiva de la CBC ponerse en contacto directo con las instituciones gubernamentales y con los medios de comunicación tanto públicos como privados para que sirvan de apoyo y colaboradores en la divulgación de esta serie de micros y de su posterior actualización.

A los entes gubernamentales profundizar en la investigación y recuperación de este tópico socio cultural.

A los medios de información masivos dar espacio suficiente a la cobertura y tratamiento del cacao y todo lo que él representa en su parrilla de programación. Esto es para que forme parte de su agenda, de su pauta, que se considere noticiable y de interés social.

A las instituciones educativas, especialmente a la Universidad Central de Venezuela para que siga propiciando, incentivando y dando cabida a trabajos como el aquí presentado.

REFERENCIAS

Ballesta, H (2001). **Proyecciones de población 1970 – 2025**. [Documento en Línea]. Boletín Demográfico - CELADE. América Latina, enero de 2.000. Disponible <http://www.worldenable.net/children/documentodebase1.htm>. [Consulta: 2006, Mayo 06].

Ballestrini, M. (1997) **Cómo se elabora un proyecto de investigación**. Caracas: Editorial Consultores y Asociados OBL.

Cañizales, A (1991) **Los Medios de Comunicación Social**. Cursos de formación sociopolítica N° 26 centro bonilla.

Caramillo, J y Falcón, R (1991) **Comerciales de televisión técnicas de Gerencia de Producción y Administración**. Caracas: Editorial Panapo.

Dragnic, O (1994) **Diccionario de la Comunicación Social**. Editorial Panaco Caracas Venezuela

Eco, U (1982) **Como se hace una tesis, (Técnicas y procedimientos de Investigación, estudio y Escritura)**, España, Editorial Gedisa

Enciclopedia Hispanica (1993) **La Gran Enciclopedia**.

Florence, T (1992). **Crítica de la información de masas**, México, editorial Trillas.

González, C (2001) en su trabajo de grado titulado: **Propuesta de micros televisivos para la promoción del ecoturismo dirigido a fomentar una actividad turística responsable en el estado Carabobo**. Universidad Bicentenario de Aragua

Hernández, S. Fernández., C y Baptista, P. (1991). **Metodología de la Investigación.** México. Mc Graw Hill. Interamericana.

Hernández, S. Fernández., C y Baptista, P. (1998). **Metodología de la Investigación.** Segunda edición. México. Mc Graw Hill. Interamericana.

Hurtado, J. (2000) **Metodología de la Investigación Holística.** Venezuela: Publicación de la Fundación Sypal. Segunda Edición.

López, L (2002) **Micros audiovisuales para la sala de espera de Atención al cliente de la empresa Telecomunicaciones Movilnet C.A., oficina comercial Maracay estado Aragua.** Para optar el título de licenciada en Comunicación Social en la Universidad Bicentaria de Aragua.

Manual de Trabajos de Grado de Especialización y Maestrías y Tesis Doctorales, U.P.E.L (1998), Caracas: Fedupel

Martínez, J (1999) **Introducción a la tecnología audiovisual.** España: Editorial Paidós.

Martínez, G (2002) **Propuesta de micros audiovisuales como instrumento de difusión de la cultura de Villa de Cura, Municipio Zamora.** Trabajo de grado para optar el título de licenciado en Comunicación Social en la Universidad Bicentaria de Aragua.

Matamoros, M (2.001). **Propuesta de un programa de televisión educativa que difunda la cultura popular tradicional venezolana a los estudiantes de la segunda etapa de educación media en Maracay (estado Aragua).** Trabajo de Grado no publicado. Universidad Bicentaria de Aragua, Maracay.

Pascuali, A (1990) **Comunicación y Cultura de Masas.** Caracas – Venezuela: editorial Monte Ávila.

Presilla, A (2002) trabajo de grado titulado: **Propuesta de Micros educativos audiovisuales del 1er año de ciclo diversificado “Don Rómulo Gallegos” de Maracay Estado Aragua**, para optar el título de licenciada en Comunicación Social (UBA).

Ramírez, T. (1992). **Cómo hacer un proyecto de Investigación**. Caracas, Venezuela. Carbel.

Reza, F. (1997) **Ciencia, Metodología e Investigación**. México. Longman de México editores, S.A.

Sabino, C (1978) **El proceso de investigación**, Caracas–Venezuela, editorial Panapo.

Sabino, C (1992) El proceso de investigación, Caracas–Venezuela, editorial Panapo.

Sierra, R (1998) **Metodología de la Ciencias Sociales**. Madrid: Paraninfo

Tamayo y Tamayo, M. (1999). **El proceso de investigación científica**. México. Editorial Limusa

Tostado, V (1995) **Manual de producción de video**. México: Alambra Mexicana

Tostado, V (1999) **Manual de producción de video**. México: Trillas

Tovar, T (1999). **Educomunicación** (Lima, Perú). [Documento en Línea] disponible <http://www.concytec.gob.pe/eduforo/contactofoforo/cf36.htm>. [Consulta: 2006, Mayo 06].

ANEXOS

GUION DE ENTREVISTA 1.
APLICAR A DIRECTIVA DE LA CBC (Central de Beneficio del Cacao)

1. ¿Considera usted que en los Medios de Información masivo hay desinterés sobre la temática del Cacao?
2. ¿Cree usted que en la población local, regional y nacional existe cierto desconocimiento acerca de la producción cacaotera del estado Aragua?
3. ¿Que opinión le merece usted la idea que sostiene que los medios realizan un mal manejo de la información generada por el tópico?
4. ¿Según usted se puede hablar de desinformación sobre las actividades propias de la industria del cacao?
5. ¿De acuerdo con usted puede hablarse de falta de difusión sobre el tema del cacao?
6. ¿Cual cree usted que es la razón que motiva la poca cobertura que los medios hacen a la noticia generada por la producción cacaotera del estado Aragua?
7. ¿Según su opinión es necesario y factible el diseño de una serie de micros audiovisuales que sirvan para promocionar todo lo referente al cacao producido en el estado Aragua?
8. ¿Cree usted que existe suficiente audiencia para programas televisivos que aborden el tema del cacao?
9. ¿Como parte de la directiva de la CBC cual es su propósito al producir una serie de micros audiovisuales?
10. ¿Considera usted que la directiva de CBC busca promocionar, proyectar, mercadear, dar a conocer, generar conocimiento, impulsar mejoras con la producción de una serie de micros audiovisuales sobre el cacao en el estado Aragua?

11. ¿Cree usted que un micro es una herramienta comunicacional efectiva?
12. ¿Una estrategia comunicacional como ésta funcionaría para acercarse a la población a sus referencias culturales?

GUIÓN DE ENTREVISTA 2 APLICAR A LOS CULTIVADORES

1. ¿Considera usted que la creciente desinformación en la población acerca de la producción cacaotera del estado Aragua es consecuencia de la falta de difusión sobre el tema?
2. ¿Según usted existe poca audiencia para programas televisivos con contenido de este tipo?
3. ¿Cual cree usted sea la causa de la poca cobertura que los medios hacen a la información generada por este tema?
4. ¿Cree usted que en la población existe desconocimiento sobre la producción de cacao en el estado Aragua?
5. ¿Según usted a que obedece el aparente desinterés existente en la sociedad venezolana respecto a todo lo relacionado con el cacao y su producción?
6. ¿Considera usted que en los medios de comunicación se hace un mal manejo de la información propia de la producción cacaotera?
7. ¿Crees usted que una serie de micros audiovisuales ayudaría a promocionar el cacao producido en el estado Aragua?
8. ¿Como cultivador le gustaría participar y ser parte de una serie de micros audiovisuales?

**CUESTIONARIO DIAGNOSTICO
APLICAR A PRODUCTORES**

Preguntas	Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Muy en desacuerdo
9. En los medios existe poca difusión sobre la producción cacaotera del estado Aragua				
10. Los medios de comunicación hacen poca cobertura de la noticia generada por la empresa cacaotera				
11. Es necesario producir una serie de micros audiovisuales sobre el cacao y su producción.				
12. La población en general esta desinformada sobre todo lo relacionado con la producción del cacao en el estado Aragua.				
13. En general existe mal manejo sobre la información sobre el tema del cacao.				
14. La temática de la producción cacaotera en el estado Aragua no genera interés alguno en la población.				
15. La televisión muestra desinterés por la información sobre el cacao				
16. La falta de audiencia para programas televisivos que hablen sobre el cacao que se produce en Aragua es por el desconocimiento sobre el tema.				

REGISTRO DE OBSERVACION E INFORMACION

Objetos a observar. Criterios de observación	IMPRESOS (Volante, folletos, trípticos, encartado, revistas, periódicos)	RADIALES (Micros, programas)	AUDIOVISUALES (Micros, Programas)	ELECTRONICOS (Páginas, Blog, etc.)
Existe				
No Existe	X	X	X	X
Detalles				
Observaciones				

Fuente: El investigador (2008)

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Quien suscribe, _____, portador de la cédula de identidad personal número _____, de profesión Lic. En Comunicación Social, hago constar por medio de la presente misiva que las técnicas e instrumentos para la recolección de datos del trabajo titulado: **MICROS TELEVISIVOS PARA LA PROMOCION DEL CACAO PRODUCIDO EN OCUMARE DE LA COSTA DIRIGIDO A LA CENTRAL DE BENEFICIO DEL CACAO**, cuyo autor es el bachiller César Rodríguez Garnique, titular de la **C.I: 12.145.191**, reúne los requisitos para ser considerado válido, por lo tanto apto para ser aplicados en el logro de los objetivos planteados en la investigación.

Por ello, certifico que el instrumento presentado ha sido evaluado por mi persona y del cual emito mi opinión y su validez.

C.I

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Quien suscribe, _____, portador de la cédula de identidad personal número _____, de profesión Lic. En Comunicación Social, hago constar por medio de la presente misiva que las técnicas e instrumentos para la recolección de datos del trabajo titulado: **MICROS TELEVISIVOS PARA LA PROMOCION DEL CACAO PRODUCIDO EN OCUMARE DE LA COSTA DIRIGIDO A LA CENTRAL DE BENEFICIO DEL CACAO**, cuyo autor es el bachiller César Rodríguez Garnique, titular de la **C.I: 12.145.191** reúne los requisitos para ser considerado válido, por lo tanto apto para ser aplicados en el logro de los objetivos planteados en la investigación.

Por ello, certifico que el instrumento presentado ha sido evaluado por mi persona y del cual emito mi opinión y su validez.

C.I