IICA-CIRA

CENTRO INTERAMERICANO DE DESARROLLO RURAL Y REFORMA AGRARIA

Azul

M I S C E L A N E O S 1972

IICA-CIRA

MISCELANEOS 1972

ALARCON, HECTOR. Las comunicaciones en el INDERENA . . . . . 5 p.
ALBA ROBAYO, VICENTE. Algunas consideraciones para hablar eficazmente en público . . . . . 4. p.
ALBA ROBAYO, VICENTE. El tablero o pizarrón . . . . . 3 p.
ALVAREZ, ANIBAL. Concepto de sicología . . . . . 25 p.
AMAYA PUERTO, SUSANA. Efectividad de algunos métodos de comunicación en programas de cambio . . . . . 8 p.
AREVALO A., MANUEL y ALBA ROBAYO, VICENTE. Apuntes sobre la investigación de la comunicación social en Colombia . . . . . 15 p.
ARIAS, CARLOS LUIS. Fundamentos de la comunicación . . . . . 21 p.
BATELLI, P. El medio rural campesino . . . . . 10 p.
BELTRAN S., LUIS RAMIRO. La problemática de la comunicación para el desarrollo rural en América Latina . . . . . 22 p.
BERNAL ALARCON, HERNANDO. Papel de la comunicación en el proceso de desarrollo . . . . . 30 p.
BONILLA DE RAMOS, ELSSY. Comunicación y desarrollo . . . . . 10 p.
BONILLA DE RAMOS, ELSSY. Cultura de masas . . . . . 9 p.
CASTAÑO TAMAYO, RAMON ABEL. La comunicación mercantil y el desarrollo . . . 27 p.
CIRIGLIANO, GUSTAVO F. J. y VILLAVERDE, ANIBAL. Qué es la dinámica de grupo 18 p.
CONDUCCION DE la mesa redonda . . . . . 7 p.
CUELLAR, DAVID. Algunas observaciones sobre la difusión de innovaciones .. 9 p.
CUELLAR, DAVID G. y GUTIERREZ S., JAIME. Análisis de la investigación y de la aplicación del difusionismo . . . . . 8 p.
CURSO SUBREGIONAL ANDINO. Conclusión: Organización de una empresa comunitaria . . . . . 4 p.
DALE, EDGAR. Principios del aprendizaje . . . . . 9 p.
DECLARACION de Lima . . . . . 3 p.
FEBRES C., ABRAHAM. Programación simplificada pp.97-110
FREIRE, PAULO. Extensión o comunicación . . . . . 35 p.
GORBITZ, ADALBERTO. Sistemas de comunicación en una institución . . . . . 28 p.
HAVENS, A. EUGENE. Cambio estructural y científico de roles en la administración pública del sector agrario . . . . . 30 p.
HERNANDEZ, JOSE GREGORIO. Objetivos de una mesa redonda . . . . . 10 p.
HERNANDEZ VALBUENA, LUIS. Preparación de reuniones . . . . . 22 p.
HERNANDEZ M., TEMISTOCLES. y YEPEZ, EDGAR. Resumen de la situación del Ecuador . . . . . 5 p.
HISTORIA DE Adam Gramlich . . . . . 3 p.
INSTITUTO INTERAMERICANO DE CIENCIAS AGRICOLAS DE LA OEA. Seminario sobre sistemas de colonización en la Amazonia (Trópico Húmedo) . . . . . 5 p.
KATTAN, NAIM. Marshall McLuhan . . . . . 11 p.
LUGO, ORLANDO. Notas prácticas sobre fotografía . . . . . 9 p.
MACHADO SEMPRUN, DARIO. Exposición de la unidad de catastrodel Instituto Agrario Nacional de Venezuela . . . . . 4 p.
MACIAS V., MARCIAL y NOGALES S., HECTOR. Situación del catastro rural en Bolivia . . . . . 3 p.
MODELOS PARA CAPITULOS . . . . . 7 p.
MORSE, WILLIAM C. y MAX, WINGO C. Metodología de la enseñanza; formación de conceptos . . . . . 5 p.
MURCIA, HECTOR. Principios generales de administración de empresas agropecuarias . . . . . pp. 76-96
NOGUERA MENDOZA, ANIBAL. La comunicación interpersonal: de persona a persona y en grupos. Haga una buena charla . . . . . 10.p.
ORCHARD PINTO, JORGE. La legislación de reforma agraria en algunos países de América Latina . . . . . 16 p.

LAS COMUNICACIONES EN EL INDERENA

Héctor Alarcón

Introducción

Las comunicaciones, como una estructura planificada, se iniciaron en el presente año con la creación de la Oficina de Comunicaciones, dependencia asesora de la Gerencia General. Anteriormente, estas funciones estaban asociadas al Programa de Desarrollo Social y Vigilancia.

A. Estructura

La Oficina cuenta con dos asesores, que programan y coordinan las actividades de cada una de sus ramas;

-Información y relaciónes públicas

-Divulgación y extensión

Cada asesor cuenta con un asistente a nivel profesional

Como personal técnico auxiliar hay un fotógrafo laboratorista y dos dibujantes artísticos.

B. Información

Este programa realiza las labores normales de información, promulgación de normas y realizaciones, relaciones públicas y comunicaciones internas, como actividades permanentes y según los requerimientos, oportunidad o refuerzo a otras campañas divulgativas. Se puede generalizar que estos programas emplean medios masivos para llegar a la opinión pública directamente, o indirectamente generando esta información a través del personal del INDERENA, y de las relaciones públicas con personas o entidades multiplicadoras.

C. Divulgación

Como unidad asesora, esta dependencia no realiza programas regionales o locales. Su actividad se concentra en la asesoría, el adiestramiento y el apoyo a las campañas y actividades que desarrollan las unidades ejecutoras: las gerencias regionales. Asumiendo que la comunicación es un proceso que ocurre a todos los niveles, no hay personas en dichas

regionales con funciones exclusivas de divulgación. Todos los funcionarios, pero especialmente los Promotores de Cooperativas y los inspectores de recursos naturales, requieren de un alto porcentaje de actividades de divulgación, educación o relaciones públicas, La oficina presta su asesoría y apoyo a través de la producción de ayudas didácticas y audiovisuales, materiales de estudio, cursos de adiestramiento y apoyo a su labor por medios masivos.-

D. Programación

La planificación de las comunicaciones se realiza anualmente, como parte integral de la programación presupuestal de la entidad. Esta programación obedece a normas y codificaciones establecidos por la Oficina de Planeación.

Se puede considerar que este sistema de programación, es a la vez una planificación técnica, que establece la mejor distribución de actividades/hombre con otros recursos físicos y financieros, con el fin de cumplir unas metas. Como regla general, y especialmente en lo concerniente a recursos financieros, la programación está basada en orden de prioridades.

Como ejemplo de este sistema citaremos un caso específico:

E. Objetivo General

Lograr interesar al mayor número de personas y entidades en la conservación de los recursos naturales.

1. Objetivo parcial. Propiciar el aumento de la efectividad de las conferencias de los inspectores y promotores por medio de las ayudas didácticas.

Actividades

a. Producción de un laminario

b. Producción de cinco conferencias-guía sobre cada uno de los recursos naturales

c. Realización de dos seminarios para promotores y jefes regionales de desarrollo sobre técnicas de grupo.

d. Elaboración de un manual sobre demostraciones y laboratorios de recursos naturales

Actividad	Cronograma de actividades e inversión	Costo
II-B-1		100.000.00
II-B-2		50.000.00
II-B-3		15.000.00
II-B-4		20.000.00

Se asume que es necesario alcanzar las metas, y que todas las actividades deben cumplirse en cuanto a recursos humanos. Sobre la totalización de los costos, éstos se ajustan a la asignación presupuestal, primero reduciendo la calidad o el precio de los servicios o elementos sin sacrificar la efectividad. En último caso, se ha fijado un orden de prioridades para suprimir aquellos gastos que no afecten el logro de los objetivos.

F. Fuentes de Programación

1. Objetivos generales. Se determinan conjuntamente con la Gerencia y los Asesores, atendiendo aquellos aspectos generales que por su necesidad, funciones de la dependencia, y factibilidad, es necesario desarrollor. Generalmente obedecen a programas o políticas generales de la entidad.

Los objetivos generales buscan un avance, o un incremento (el mayor posible) pero no determinan metas específicas, y varían poco de año en año.

2. Objetivos parciales. Es la descomposición de los generales a nivel nacional y regional, tampoco precisan metas concretas ya que simplemente se va a generar o facilitar la acción última de medios más directos. La meta de estos objetivos es lograr la realización de las actividades en forma completa y efectiva, que componen los objetivos parciales.

Se determinan por áreas, por recursos, o por circunstancias estacionarias, atendiendo solicitudes, o necesidades. También se determinan como "campañas", nacionales o regionales.

3. Actividades. Son la instrumentalización del trabajo, y se asume que con ellas se cumplen los objetivos parciales. Las actividades obedecen a la capacidad de tiempo-recursos que dispone la dependencia. En este aspecto es importante la programación cronológica con el fin de utilizar al máximo los recursos y esfuerzos de internos y en general de todas las dependencias y actividades del Instituto.

Como fuente general de programación, se puede señalar las necesidades detectadas a todos los niveles, por medio de viajes, conversaciones y comunicación espontánea de iniciativas o solicitudes. Sería bueno sistematizar la colección de estos datos, pero no se ha iniciado esta etapa. Por otra parte, no se ha llegado a esta necesidad, en vista de la relievancia de las necesidades primarias en materia de comunicaciones.

G. Política

Uno de los aspectos más importantes en el funcionamiento de las comunicaciones en el INDERENA, es la política general del Instituto, que en materia de comunicaciones tiene como principales puntos:

1. Estar permanentemente dispuestos a reorientar los programas, atender iniciativas o sugerencias.

2. Atacar los problemas inmediatamente, aunque no se conozca a fondo, con pasos lógicos y generales, de sentido común, que no comprometan el futuro en caso de detectar más específicamente los mismos.

3. Utilizar estrategias sanas, claras y positivas. Trabajar por que los recursos naturales sean preocupación de todos, y no buscar tanto el favor de la opinión para la labor del INDERENA como entidad.

4. Propiciar un clima permanente para la máxima productividad y flujo de iniciativas.

5. La principal cualidad de un comunicador, debe ser la mística por los recursos naturales y su amor a Colombia.

Anexo 1

INSTRUCCIONES PARA LA CAMPAÑA DE DIVULGACION DE LA OPERACION SUBIENDA

Introducción

La operación subienda de 1972 tendrá como característica especial la coordinación institucional de la vigilancia la divulgación y la investigación, y la coordinación interinstitucional con las entidades de crédito y mercadeo.

El papel de los promotores de divulgación en el aspecto institucional consiste en respaldar y coordinar las actividades de vigilancia por medio de la divulgación de las reglamentaciones existentes haciendo además que éstos sean entendidas y aceptadas por los pescadores, autoridades y comerciantes. El divulgador deberá conocer los problemas locales sobre la aplicación de algunas medidas y buscar la solución más adecuada con las personas indicadas, con el fin de evitar siempre problemas o conflictos que puedan crear una imagen negativa de la acción del INDERENA.

En el aspecto interinstitucional deberá ser el enlace entre el INDERENA y las otras entidades, tales como Caja Agraria, IDEMA, Autoridades, Cooperativas, etc. reportando los problemas y propiciando soluciones.

Objetivos

1. Dar a conocer por medio de entrevistas y conferencias, en qué consistirá la acción del INDERENA durante la subienda y buscar la cooperación de personas y entidades para esta misión.

2. Divulgar la reglamentación existente haciendo que las normas sean entendidas y aceptadas.

3. Crear conciencia sobre la necesidad de preservar el recurso y el fenómeno de la subienda.

4. Crear conciencia sobre la misión del Inspector de Recursos Naturales.

5. Fomentar la formación de cooperativas pesqueras (despertar interés).

6. Velar por la buena utilización de los materiales divulgativos.

Metodología

La metodología principal será a base de contactos personales y conferencias con repartición de materiales divulgativos.

Mensajes

El mensaje central de la campaña será la protección de los peces pequeños (tallas mínimas), con las explicaciones necesarias sobre la justificación de las mismas. La mayoría de las medidas están destinadas a la protección de los peces pequeños.

Otro mensaje será la protección a las reservas necesarias del recurso, incluyendo adultos. Explicar cuales son las medidas para este segundo objetivo (Vedas, taponamientos, pesca en orillas, etc.).

Filosofía o estrategia

Hay dos clases de pescadores: los buenos y los irresponsables. El inspector es un protector de la pesca para beneficio de los buenos pescadores. Busca que los buenos pescadores se conviertan en multiplicadores y colaboradores de la labor del inspector.

En todo momento hay que tener presente, evitar conflictos y ésto se logra con una labor previa de convencimiento.

La subienda es un fenómeno que hay que preservar para beneficio directo y futuro de los pescadores y para obtener un renglón importante de alimentación para el pueblo colombiano.

Instrucciones sobre Medios

1. Reglilla. Esta regla está diseñada para las nueve principales especies del río Magdalena. No tiene marcados los centímetros. Tiene seis medidas, todas sobre un borde de la regla y todas comienzan en una de las puntas o esquinas.

Esta es una ragla preliminar, en vía de ensayo, por lo tanto sus observaciones y las que ustedes recojan serán de suma importancia para correcciones futuras.

La reglilla está impresa por lado y lado, para poder utilizar los bordes y las esquinas con el mayor número de tallas.

El reparto de las reglillas debe estar precedido de una charla con las explicaciones correspondientes.

La reglilla es tanto para uso individual de pescadores, inspectores, compradores, acopiadores, etc. como para fijarla en lugares visibles y adecuados, tales como canoas y cajones de acopio, cavas, camiones, cooperativas, embarcaderos, etc.

En caso de utilizarla en lugares fijos, debe clavar dos, una por cada lado.

Es conveniente utilizar la regla para calibrar las tallas mínimas según las medidas más fáciles para los pescadores ya sea calibrando las cuartas, o haciendo muescas en canoas cajones o garrotes.

Radio

Desde Bogotá, hemos contratado algunas cuñas por las principales emisoras locales de la región.

Observe si estos mensajes son adecuados y en caso de no serlo favor avisarnos para cambiarlos.

Observe el efecto de estas cuñas para conocer la utilidad de este medio en campañas futuras y para corregir la presente, anote sus observaciones sobre la hora, la sintonía de la emisora, el lenguaje y la efectividad de los mensajes. En aquellas estaciones donde están trasmitiendo cuñas, visite al Director para solicitarle como servicio patriótico la emisión de más cuñas por cuenta de la emisora. También solicite la trasmisión de entrevista y comentarios durante los noticieros, con asuntos de interés y sobre los problemas específicos de la subienda, el mercadeo, etc. de cada región.

Vigilancia

Observar que los inspectores tengan pleno conocimiento de las disposiciones y ayudarles a resolver dudas al respecto.

Observar sobre la aplicabilidad de ciertas disposiciones en regiones especiales.

Consultar con el jefe de programa de vigilancia sobre la conveniencia de ser un poco elástico, o modificar temporalmente algunas disposiciones.

Buscar en todo momento evitar conflictos con la gente, los comerciantes y las autoridades. Arreglar todo con el diálogo y el entendimiento racional.

Explicar a los inspectores las instrucciones necesarias para el uso de la regla y la utilización de los boletines y demás material divulgativo.

Carteles o Afiches

Colocar los afiches en los lugares más visitados por los pescadores: plazas de mercado, sitios de acopio, cooperativas de pescadores, oficinas de la Caja Agraria, asociaciones de usuarios, embarcaderos y en las oficinas del INDERENA y en las casas de los pescadores que lo soliciten.

En caso de fijar carteles en sitios públicos, dar aviso y pedir permiso a las autoridades del lugar.

(Observar la reacción y los comentarios de la gente sobre los afiches y anotar estas observaciones para casos futuros).

Los afiches sobre TALLAS MINIMAS están hechos al tamaño natural, con el fin de acostumbrar a las gentes visualmente a las tallas mínimas. Los afiches con la Resolución número 025 son textuales, y no tienen ninguna explicación. Estos dos afiches son de carácter más permanente, educativos y de CONSULTA.

Por lo tanto, su colocación y conservación debe hacerse en sitios protegidos, (oficinas, lugares de reunión, etc.), y ojalá fueran colocados sobre una tabla o cartón y con marco sencillo.

Publicaciones

Se espera enviar las siguientes publicaciones:

Reimpresión del folleto "HAGA BUENA PESCA" aumentando dos peces (capaz y Nicuro).

Plegable "ARTES DE PESCA".

Plegable "EL INSPECTOR DE RECURSOS NATURALES"

Conferencias modelo sobre el Tema de la Pesca

Mientras llegan estas publicaciones se deberán distribuir aquellas que existan en las regionales o puestos de vigilancia, relacionadas con la pesca.

Anexo 2

Señor Inspector: De Recursos Naturales

De su actividad depende el éxito de la operación subienda

Recuerde que una de sus funciones es la divulgación

No se puede exigir a la gente que cumpla las reglamentaciones

1. Si no las conocen

2. Si no las entienden

3. Si no las aceptan

De usted depende que las personas comprendan su misión.

La primera obligación suya es informar.

La segunda es enseñar, mostrarle por qué esas medidas los benefician es a ELLOS mismos.

La tercera es hacer que los pescadores acepten las normas.

O sea, que se conviertan en auxiliares y multiplicadores de su labor.

No olvide en sus informes indicar sus labores de divulgación

Esto es muy importante para usted y para el Instituto.

Recuerde: de sus actividades depende el éxito de la operación y de sus OBSERVACIONES, dependerá el éxito de las campañas futuras.

El INDERENA ha creado la Oficina de Comunicaciones para ayudar a las labores de control y vigilancia, por medio de campañas educativas. Así, esperamos que su misión sea más grata y efectiva. Esperamos que los materiales y ayudas de esta oficina sean de utilidad. Esperamos también que ustedes nos digan QUE NECESITAN y hagan sus observaciones sobre su región, para mejorar nuestros servicios.

Cordialmente:

(Fdo.) Héctor Alarcón Correa
Oficina de Comunicaciones
INDERENA-Bogotá

ALGUNAS CONSIDERACIONES PARA HABLAR EFICAZMENTE EN PUBLICO

Vicente Alba Robayo I.A. M.S.

Comunicar un mensaje a otras personas y hacer que la gente acepte las ideas presentadas no es tarea fácil. Pero de todas maneras hay más probabilidades de éxito cuando esa comunicación es interpersonal. De ahí que en los últimos años se ha prestado mayor atención a la oratoria. Se han escrito libros y en colegios y universidades se viene impartiendo más enseñanza sobre la materia. También se han organizado escuelas con el fin específico de preparar ejecutivos, hombres de negocios, profesionales, etc. en el arte de hablar bien en público.

Las consideraciones que se presentan a continuación constituyen un resumen de observaciones personales y de la bibliografía consultada sobre la materia.

1. Primero que todo al hablar en público determine un propósito bien definido. Esto le permitirá hacer un buen planeamiento de su disertación.

2. Adquiera los conocimientos suficientes. Usted debe tener dominio sobre la materia y por lo tanto se aconseja leer y consultar lo suficiente para estar bien actualizado.

3. Conozca su auditorio. En lo posible indague acerca de ocupación, sexo, edad, escolaridad, sus intereses y pertenencia a grupos.

4. Organice las ideas de manera que haya una secuencia lógica. Las notas escritas son muy útiles.

5. Estructure su disertación de la manera siguiente:

Introducción

a. Preséntese si nadie lo hace por usted. Diga su nombre, profesión, entidad para la cual trabaja y de un saludo de bienvenida.

b. Capte la atención del público contando una anecdota, haciendo una pregunta o presentando hechos o datos novedosos, ojalá relacionados con el tema. Evite disculparse de cualquier cosa ya que la audiencia se fijará más en el detalle de su disculpa.

c. Interese o motive, a la audiencia, haciendo referencia a las necesidades sicológicas del hombre: seguridad (economica,espiritual); pertenencia (aceptación en los grupos); reconocimiento (prestigio, vanidad); nuevas experiencias (conocer nuevos sitios, tener nuevas amistades).

6. Desarrolle el tema. Enuncie cuál es el tema que va a tratar. Desarrolle en orden de importancia los subtemas que ojalá no sean más de tres o cuatro. Demasiados subtemas pueden crear confusión en el auditorio.

7. Resumen. Antes de concluir la charla haga un resumen de lo que dijo y destaque los puntos más importantes para asegurarse que el público entendió sus ideas.

8. Final. Hay varias formas de terminar una disertación. Generalmente se recomienda exhortar a la acción y rematar con algo de humor, si se tiene la habilidad para ello. También se puede agradecer la asistencia.

9. Durante la disertación:

a. Use ayudas audiovisuales. Una interpretación correcta de sus ideas depende en parte de la adecuada utilización de materiales audiovisuales.

b. Tenga un contacto visual con todo el auditorio. Esto le permitirá darse cuenta de las diferentes reacciones del público y además tendrá un mayor dominio sobre el mismo.

c. Use un lenguaje adecuado, a nivel de escolaridad de la audiencia.

d. Use la mímica. La expresión de su cara y el movimiento de sus manos y brazos le ayudará a ser más expresivo. Por lo tanto, no esconda las manos en los bolsillos, y tampoco las mantenga permanentemente ocupadas, sin necesidad, con el señalador, la tiza, los marcadores, etc.

e. Muévase moderadamente. Esto quiere decir que no debe permanecer como una estatua, tampoco debe pasearse continuamente pues distrae al auditorio. Un cambio discreto de lugar al pasar a otro tema, es recomendable.

f. Hable claro. También con el tono y volumen necesarios para que la gente lo oiga. Hable con entusiasmo pero sin exagerar.

g. No se alargue demasiado. Es más provechoso hacer una disertación corta y dejar tiempo suficiente para contestar preguntas y oir sugerencias. Así habrá una mejor participación.

h. Practique. Si tiene la oportunidad de ensayar previamente, hágalo. Practique cuantas veces sea necesario. Pida a sus amigos de confianza que le indiquen sus defectos y haga todo lo que esté a su alcance para corregirlos.

VAR/cdet IX-22-72

BIBLIOGRAFIA

1. CARNEGIE, D. Cómo hablar bien en público e influir en los hombres de negocios. Trad. Jorge Ciancaglini. Buenos Aires, Cosmos, 1959. 412 p.

2. JENKINS, R.L. La exposición oral. Gúía para preparar un discurso de tres minutos. In Unidad de Metodología de la Enseñanza Universitaria. Curso de Metodología de la Enseñanza de las Ciencias Agrícolas. Bogotá, IICA-CIRA. s.f. 2p. (Mimeografiado).

3. POSZ, A.C. La exposición oral. Sugerencias para oradores. In _____. Bogotá, IICA-CIRA. s.f. 5p. (Mimeografiado).

EL TABLERO O PIZARRON

Vicente Alba Robayo*

INTRODUCCION

El tablero o pizarrón es una ayuda visual que ofrece grandes posibilidades a los Agentes de Cambio en su actividad educativa. Sin embargo, a veces no se usa con la frecuencia deseable ni en la forma más adecuada.

Por otra parte, es muy posible que la persona que aprenda a usar adecuadamente el tablero esté mejor capacitada para utilizar correctamente otras ayudas como el papelógrafo. Por lo tanto, la presente información condensa algunas experiencias que pueden aumentar la eficiencia en la utilización de uno de los auxiliares didácticos más antiguos y comunes como es el tablero o pizarrón.

A. Elaboración-Materiales

Un tablero se puede elaborar de cemento, de madera, de material sintético o puede ser un simple encerado. También puede servir el material de lona que se usa para carpar vehículos. Por lo general se prefiere la forma rectangular. Un tablero portátil para un grupo de 15 personas puede tener 75 x 55 centímetros.

El color negro es quizás el más común. Sin embargo se recomienda el verde que es más atractivo y más legible. La pintura especial para cada uno de los materiales señalados, se consigue en los almacenes del ramo.

B. Ubicación

Se recomienda situarlo en un lugar donde haya luz suficiente para que todos los asistentes puedan ver sin dificultad. Evite que la luz se refleje en el tablero, impidiendo su fácil visibilidad. La altura del borde inferior debe estar al nivel de los ojos del público. En algunos casos será necesario usar una tarima para que el expositor tenga fácil acceso a toda la superficie del tablero.

* Comunicación de Masas, ICA

La distancia a la primera fila de asistentes debe ser el doble del ancho del tablero. Por ejemplo, si el tablero tiene 1.50 metros de ancho, la primera fila debe situarse a 3 metros de distancia.

C. Haga Letras Fáciles de Leer

1. Tamaño de las letras. Debe ser lo suficientemente grande para que los asistentes de la última fila puedan leer fácilmente. Se recomienda hacer letras de 5 a 10 centímetros de alto.

2. Espesor de las letras. Se aconseja el trazo grueso en vez del trazo delgado. Un corte inclinado, de chaflán, en uno de los extremos de la tiza facilitará un mayor espesor.

3. Diseño. Se prefiere el diseño tipográfico al cursivo. De todas maneras los trazos deben ser rectos y no inclinados.

4. Mayúsculas vs. Minúsculas. No use sólo mayúsculas ni sólo minúsculas. Combine ambas formas.

D. Use Recursos de Enfasis

1. Con tiza de colores

2. Con letras mayúsculas

3. Con letras de mayor tamaño

4. Con letras de mayor espesor

5. Encerrando las palabras claves en círculos, rectángulos, paréntesis, óvalos.

6. Subrayando

7. Dibujando flechas y asteriscos

8. Señalando con un puntero

E. Recomendaciones Especiales

1. No escriba demasiadas palabras, ni atiborre el tablero

2. Evite el uso de abreviaturas

3. No hable mientras escriba

4. No tape el tablero. Una vez que haya escrito, colóquese a un costado

5. Borre verticalmente, de arriba hacia abajo

6. Haga dibujos simples

ct/IX/19/72

CONCEPTO DE SICOLOGIA

Aníbal Alvarez

Definir la Sicología es difícil porque sus límites son fijados a la vez por su objeto, por los métodos que emplea y por el espíritu en el cual estos métodos son empleados.

"La Sicología Humana tiene por objeto estudiar el HOMBRE en la doble perspectiva de sus COMPORTAMIENTOS y de sus CONDUCTAS por una parte, y por otro lado sus estados de conciencia, busca formular LEYES de estos fenómenos y explica la GENESIS a fín de poder eventualmente modificarlos".

1. División de Sicología

Para dividir la Sicología debemos hacer una clasificación acorde con:

a. Objeto de Estudio

1) animal
2) humano

a) niño
b) adolescente
c) patológico

b. Finalidad

1) general (leyes)
2) individual
3) diferencial
4) comparada

c. Método

1) observación
2) introspectiva (fenomenológica)
3) experimental
4) sicofisiológica
5) sicoanalítica (Freud)
6) clínica
7) analítica (Jung)

d. Acción

1) escolar
2) industrial
3) social
4) política
5) militar
6) comercial

A. Sicología Evolutiva

1. Etapas del desarrollo. Freud-La Libido. Con relación al objeto del placer, Freud considera dos grandes etapas en el desarrollo, separados por un período de latencia:

SEXUALIDAD INFANTIL: (Autoerótica, pregenital; ligada a zonas del cuerpo.	Fase oral o de chupeteo	Se inicia con el nacimiento. Carmichel dice que está presente desde el feto. Camilo Arango, entre el segundo y cuarto día del nacimiento. El succionar y el mamar son los primeros reflejos integrados y van a constituír fuentes de placer. La actividad sexual se halla ligada a una de las funciones puestas a la conservación de la vida, pero luego se hace independiente. Están conectadas con la zona oral: lengua, mucosa labial y bucal.
	Fase sádico anal	Como zona erógena aparece la mucosa intestinal. Las heces son consideradas por el niño, como parte de sí mismo. Karen Hoerney y Thomson dicen que esta fase se presentan simultáneamente con la fálica, pues las áreas de maduración del sistema nervioso dedicadas al año y al pene se suceden en la misma época. (Canibalística).

Fase Fálica

El falo es el objeto que despierta el mayor interés, tanto de la niña como del niño. Hay una organización genital, aun cuando todavía los órganos genitales no van a desempeñar su papel preponderante, (acto sexual)

El niño entra en la fase edipiana y la niña de envidia del pene.

En el varón el falo es la zona erógena; en la niña es el clítoris.

Latencia: Se constituyen los poderes anímicos que se oponen al instinto sexual, y luego la canalizan. Los intereses sexuales entran en receso, en adormecimiento. Thomson considera, que solo están disminuídos ante la tremenda ampliación y multiplicación de intereses que el mundo le ofrece. Esta fase emerge directamente en la pubertad.

. Vida sexual normal.

Bibliografía: "Una teoría sexual". Sigmund Freud. (Obras completas). "Sicología dinámica". Camilo Arango. Acp 3.

2. Estadios de desarrollo según Claparede (Intereses)

a. Estado de adquisición de experimentación.

1) Intereses perceptivos (0- 1 año)

sentidos - ambiente

ejercicio - adaptación

2) Intereses glósicos (2 - 3 años)

palabra - placer auditivo

adquisición del lenguaje

3) Intereses generales (? - 7 años)

Cosas < realización / origen / constitución } edad del preguntón

4) Intereses especiales (7 - 12 años)

Intereses intelecutales
Intereses concretos

b. Estadio de organización de valores: (12 - 18 años)

Estadio social - conciencia de sí mismo

Adolescencia - valores < moral / estético

Pubertad - intereses sexuales

c. Estadio de productividad: (18 ... años)

Trabajo. Intereses subordinados a uno superior o a un ideal para llegar a un fin propuesto.

3. Etapas evolutivas según Jean Piaget. Piaget establece cuatro etapas partiendo desde el punto de vista del desarrollo intelectual.

Etapa del lactante 0 - 2 años. Comprende los siguientes Estadios:

a. Estadio de los reflejos o montajes hereditarios, así como las primeras tendencias instintivas (nutritivas) y de las primeras emociones.

b. Estadio de los primeros hábitos motores y de las primeras percepciones organizadas, así como los primeros sentimientos diferenciados.

c. Estadio de la INTELIGENCIA SENSORIO-MOTRIZ o práctica (anterior al lenguaje); de las regulaciones afectivas elementales y de las primeras fijaciones exteriores de la afectividad.

Etapa de la primera infancia 2 a 7 años. Estadio de la INTELIGENCIA INTUITIVA, de los sentimientos interindividuales espontáneos, de las relaciones sociales de sumición al adulto. Se caracteriza por:

a. Inicio de socialización

b. Interiorización de la palabra, es decir, aparición del pensamiento propiamente dicho.

c. Interiorización de la acción

d. Desarrollo de los sentimientos interindividuales (afectos, simpatías y antipatías)

e. Aparición de los sentimientos morales intuitivos

f. Regulación de intereses y valores

Etapa de la infancia. 7 a 12 años. Estadio de las OPERACIONES INTELECTUALES CONCRETAS y de los sentimientos morales y sociales de cooperación. Coincide con la escolaridad. Se caracteriza por:

a. Desaparición del lenguaje egocéntrico

b. El niño llega a un principio de reflexión: piensa antes de actuar

c. Liberación del egocentrismo social e individual, capacitación para nuevas coordinaciones.

d. Inicios de la construcción lógica

e. Aparición de una moral de cooperación y de una autonomía personal

f. El animismo, finalismo comienza a trasformarse en una asimilación racional

g. Aparición de las nociones de peso, volumen, tiempo y espacio mediante la reversibilidad operativa.

Etapa de la adolescencia. Estadio de las OPERACIONES INTELECTUALES ABSTRACTAS, de la formación de la personalidad y de la inserción afectiva e intelectual en la sociedad de los adultos. Se caracteriza por:

a. Facilidad para la elaboración de teorías abstractas

b. El paso de pensamiento concreto o pensamiento formal

c. Libre actividad de la reflexión espontáneo

d. Egocentrismo metafísico (intelectual)

Un estadio es una forma particular de equilibrio

El desarrollo síquico es una marcha hacia el equilibrio

La doctrina de Piaget se llama activismo

4. Estadios evolutivos según Moragas*

a. Etapa prenatal

La madre con sus mociones afectivas, a través del cerebro propioceptivo del feto, está troquelando los surcos de la urdimbre efectiva.

Por sus impulsos, deseos, instintos, afectos; establece una solución de continuidad entre el yo y el no yo:

b. Etapa egocósmica (0 - 2 años)

a) Formación del esquema corporal

Base: Unión de sensibilidad propioceptiva y exteroceptiva. (YO)

b) Imagen del perimundo

Base: Movimiento y palabra (NO YO)

c) Por estas dos imágenes se separan el YO y el NO YO.

c. Etapa egocéntrica (2-4 años)

Mediante las experiencias entra en conflicto con el mundo exterior.

Celos, nonismo, curiosidad genital, mundo imaginario.

d. Etapa de la proyección (4 - 7 años)

Contacto con la realidad y adaptación a ella. Noción de lo futuro. Espíritu de contradicción.

e. Etapa de la introyección (7-12 años aprox.)

Ensancha el conocimiento de sí mismo y del mundo introduciéndolo a su interior. Reflexión, escolar; idealismo, opción libre, sentimiento religioso.

---

* Moragas de, Jerónimo. Sicología del Niño y del adolescente. Ed. Labor, S.A. Barcelona. 1965.

f. Etapa autista (12-18 años)	Descubrimiento del mundo por segunda vez. Se aisla. Comprende la pubertad y adolescencia.
g. Etapa de la superación (18-23 años)	Desea integrarse a la comunidad. Descubre valores. Orientación de la vida. Integración de lo social, moral, religioso. Es la juventud propiamente

B. Sicología general aplicada a la pedagogía

1. Bases fundamentales para el proceso enseñanza - aprendizaje *

Los sentidos. Los estímulos. Para toda enseñanza el profesor debe tener muy presente el siguiente principio filosófico: "Todo conocimiento entra por los sentidos."

Los órganos de los sentidos son aparatos receptores que hacen el papel de antenas: recibe los ESTIMULOS que trasmiten el ambiente y lo llevan hasta el cerebro por medio de conductos nerviosos. En el cerebro se producen procesos que dan como resultado el conocimiento, el aprendizaje.

Los sentidos necesitan de ESTIMULOS para funcionar. Los ojos, el oído, el olfato, el gusto y el tacto no funcionan si no hay un estímulo que los ponga en acción.

El sistema nervioso hace posible la conexión entre los órganos de los sentidos y los centros cerebrales.

Para aprender algo, siempre es necesario un estímulo. El aprendizaje verdadero siempre exige estímulos, que son la fuerza que pone en acción los sentidos para trasmitir, por medio del sistema nervioso, las imágenes a las células nerviosas cerebrales.

Sensación y representación. Además del aparato físico, cada sentido tiene un sistema especial nervioso que sirve de conducto para trasmitir imágenes al cerebro: imágenes visuales, auditivas, olfativas, gustativas y tactiles.

En toda sensación hay un doble elemento: lo afectivo y lo significativo. El primero impresiona y produce emociones; el segundo permite a la inteligencia conocer el objeto.

En resumen, cada estímulo para los sentidos es motivo de una SENSACION

* De Norberto Solano Lozano.

La SENSACION es el proceso síquico producido por un estímulo a través de algunos de los órganos de los sentidos.

Las sensaciones son susceptibles de una serie numerosa de dosificaciones, entre las cuales se puede mencionar las periféricas y viscerales.

La REPRESENTACION es la reproducción de una SENSACION. Como la sensación deja una imagen gravada en el cerebro, podemos evocarla, recordarla.

Para aclarar un poco más lo anterior debe tenerse en cuenta que la SENSACION se produce cuando hay un estímulo; en cambio la REPRESENTACION es independiente de los estímulos.

Vulgarmente explicados estos fenómenos síquicos, se puede decir que la SENSACION produce las imágenes que se van almacenando en el cerebro, gracias a los ESTIMULOS que le trasmite el ambiente; la REPRESENTACION es la reproducción de las imágenes que están almacenadas.

A mayor cantidad de sensaciones corresponde un conocimiento más completo, más amplio, más seguro, porque las REPRESENTACIONES son más numerosas y más variadas.

Asociación, percepción y apercepción. La unión de las diferentes representaciones (imágenes de color, tamaño, palabras, etc.) se llama ASOCIACION.

El conjunto de imágenes, de representaciones, que como consecuencia de la sensación le quedan al individuo, forman las ideas, el conocimiento. Esto es lo que se denomina PERCEPCION, o sea el conocimiento de las cosas, los objetos, etc.

Este conocimiento puede ser puramente sensorial o intelectual. En otros términos ese conocimiento puede ser objetivo o subjetivo.

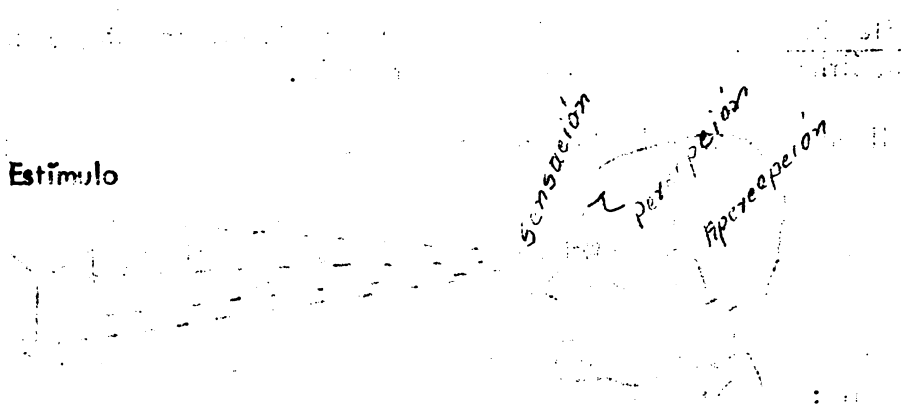
La percepción constituye el fenómeno representantivo, fundamental de la conciencia. Primero es la impresión orgánica, sensorial y casi simultáneamente el acto síquico.

La PERCEPCION es un conjunto de sensaciones y representaciones que dan como resultado y conocimiento.

Cuando adquirimos una PERCEPCION y la unimos y coordinamos a las representaciones que ya teníamos, formamos con todo eso nuevas nociones, conceptos y representaciones, se dice que hemos adquirido APERCEPCIONES.

Realmente APRENDER consiste en adquirir APERCEPCIONES.

Esquema



La atención, es la concentración de la energía síquica sobre la comprensión de un fenómeno o de un pensamiento, o sobre la ejecución de una operación.

La atención puede ser voluntaria (activa) o involuntaria (pasiva). La voluntaria o activa requiere un esfuerzo, resolución de la voluntad para producir la concentración sobre un punto que nos es atrayente; la atención involuntaria se produce cuando el objeto excita por sí mismo la atención.

Ambas formas de atención, pasiva o activa, son importantes para la enseñanza y ordinariamente se manifiestan juntas.

En realidad, la ATENCION es el aspecto activo, selectivo de la apercepción, que consiste en la preparación y la orientación del individuo hacia la percepción de un estímulo particular.

La reacción de espera. Se llama reacción de espera o expectación la preparación y orientación del individuo. La reacción de espera tiene por fin ejercer una selección sobre el conjunto de los estímulos que nos llegan, a fin de que el organismo perciba con mayor interés un estímulo particular. Esta reacción de espera corresponde a una disposición interior, preparatoria para una percepción particular.

Las variedades de trastornos de la atención. Los trastornos de la atención pueden ser agrupados esquemáticamente bajo tres puntos principales:

a. La agudeza de la atención corresponde a la fuerza y a la calidad del proceso selectivo. Se habla a veces, por esta razón, de CONCENTRACION.

b. La tenacidad de la atención es la aptitud de mantener su atención fijada sobre un objeto durante un largo período, resistiendo la fatiga.

c. La flexibilidad de la atención puede ser normal, insuficiente, o excesiva. En este último caso hay dispersión de la atención.

Se llama aprosexia el estado que corresponde a una pérdida completa de la tenacidad de la atención.

La memoria. Es una aptitud para retener las representaciones y percepciones y para reproducirlas cuando la ocasión se presente.

Son tres factores de los cuales depende la perseverancia de las imágenes en la memoria:

a. La fuerza de la impresión original, que resulta del interés puesto por el alumno y de la intensidad de la atención prestada.

b. La frecuencia de la repetición, o sea el ejercicio de las percepciones, siempre que se hagan en forma lógica y con el encadenamiento racional para estimular las asociaciones.

c. El orden y la distribución de cada serie de imágenes. A lo anterior puede añadirse: el tiempo que trascurre desde la impresión de la imágen y el número de datos o serie de imágenes.

La memoria se debe a los procesos de asociación y éstos a un trabajo cerebral.

Leyes de aprendizaje. Los métodos modernos de enseñanza son de una gran sencillez, siempre que sus detalles sean estudiados cuidadosamente hasta conocerlos a fondo.

Lo esencial en las actividades de proceso enseñanza-aprendizaje es seguir un derrotero planeado con anterioridad y basado en los intereses del alumno.

El sicólogo americano THORMDIKE (1898) formuló tres leyes que explican las condiciones más propicias para el aprendizaje. Estas no son otra cosa que el sentido común organizado o el método sicológico de la enseñanza. Estas leyes son:

a. Ley de disposición (prontitud). Consiste en la preparación del ánimo del alumno para recibir la enseñanza. En otros términos, es la aplicación de todos aquellos recursos lógicos para despertar la curiosidad, crear el interés, y, como consecuencia, estimular la atención para aprovecharla.

Los alumnos deben sentir un interés personal en lo que aprenden. Se debe acudir a todos aquellos medios efectivos para despertar el interés de los alumnos: oportunidad en la presentación del asunto, actitud sugestiva, preguntas bien encaminadas, insinuaciones y sugerencias, etc. Este proceso se llama también AMBIENTACION.

b. Ley del ejercicio (uso). Implica la ejecución de todas aquellas actividades tendientes a fijar las nociones, los conceptos, las ideas en la mente del alumno, tales como ejercicios en el tablero, preguntas variadas sobre la materia, repetición de observaciones o ejercicios sensoriales, asociación de ideas, expresión oral, individual o colectiva, en fin, aplicación de todos aquellos recursos lógicos encaminados a obtener de los alumnos la fijación de las nuevas nociones que son el propósito de la lección.

c. Ley del efecto (resultado). Consiste en lograr que los alumnos realicen con satisfacción lo que han aprendido, para asegurar una proyección benéfica hacia el futuro, para obtener con eficacia los objetivos últimos del aprendizaje y ejercer influjo en la formación de los hábitos.

Estas actividades tienen por objeto lograr la acción personal de los alumnos como expresión concreta del aprendizaje y asegurar en forma atractiva el dominio de los conocimientos que fueron motivo de la clase, a fin de utilizarlos y aplicarlos luego en la vida práctica.

En consecuencia, se debe hacer el resumen de lo enseñado para sacar las conclusiones y comprobar que la clase dió resultados positivos. Como remate hay que hacer que los alumnos relacionen lo que acaban de aprender con los conocimientos y experiencias anteriores, a fin de formar un todo armónico con los conocimientos de la respectiva materia.

C. Sicología y Educación*

La sicología educativa es una rama aplicada de la sicología. Esta última puede definirse como la ciencia de la conducta y la experiencia. Incluyo conducta y experiencia. Conducta es tan solo aquello que se observa: por ejemplo, el movimiento de una rata en un laberinto; la respuesta de un niño cuando se le abandona, o la reacción de un adulto ante buenas o malas noticias. La observación de la conducta es objetiva en el sentido de que podemos repetir o atestiguar una observación. Gran parte de la sicología moderna está relacionada con la observación de la conducta y con la inducción de sus leyes; pero los problemas de la conducta no constituyen toda la sicología; en realidad, el estudio de la conducta es una disciplina relativamente reciente.

* Tomado de: PEEL, E.A. Profesor de Educación y Jefe del Departamento de Educación, Universidad de Birmingham. Fundamentos Sicológicos de la Educación. Versión Española de César Maillo, Juan Bravo, 38, Madrid, España, 1970.

El primer método de estudio fue la introspección y el informe subjetivo. Estos son aclarar algo sobre la experiencia humana; la conducta de una persona también puede proporcionar indicaciones sobre sus experiencias, como cuando da un grito de dolor en el sillón del dentista. El grito es conducta; el dolor es experiencia. Términos como intención, deseo y conciencia carecen de lugar en la ciencia de la conducta y no se evocan en sus leyes. Sin embargo, pocos negarán que el ser humano tiene experiencias, sensaciones, conflictos, frustraciones y ambiciones, y que admite superación. La ciencia de la mente, o la ciencia de la experiencia, como prefiero llamarla yo, puede fundarse en estas observaciones.

Es posible llegar a formular ciertas leyes de la experiencia aunque los datos sean subjetivos por existir enteramente dentro de una mente. Tales serían las leyes de la ilusión óptica o de las imágenes negativas consecutivas. La ilusión óptica es familiar para la mayoría de los lectores, y la existencia de las imágenes negativas consecutivas se demuestra cuando miramos fijamente una luz o papel de colores vivos, y luego una superficie neutra o gris. Tras unos segundos, la forma originalmente contemplada reaparece, pero en el color complementario. Algunos pintores impresionistas hacen uso de este fenómeno cuando pintan sombras con el color complementario del natrual que contemplan en el objeto que pintan. Esto tiene el efecto de "dar vida" a la pintura. El lector se dará cuenta de que estas leyes son completamente independientes de la explicación fisiológica. Se refieren solamente a sucesos de la experiencia.

El sicólogo educativo se aproxima tanto a la ciencia de la sicología cuanto aparece apropiado para los objetivos del educador. En cierto modo, hay tantas sicologías educativas como educaciones. Si el objetivo de la educación es solamente dar conocimientos, la sicología educativa se interesara principalmente por el proceso de aprendizaje, el razonamiento la memoria y la percepción. Si, por otra parte, educamos para formar el carácter, la sicología educativa tendrá que incluir estudios más detallados del temperamento, la personalidad, los impulsos y bs instintos.

La educación es un proceso orientado hacia el desarrollo del individuo. Algunos dirán que el desarrollo es educación. Esto es verdad en el sentido más amplio, al referirnos a todo lo que se hace en la vida, dentro y fuera de la escuela. Pero yo me propongo destacar el aspecto orientado de la educación, ya que este es el que interesa a los maestros y les confiere su función especial en la sociedad. La sicología educativa se relaciona esencialmente con este aspecto, aunque muchos de sus descubrimientos se aplican al proceso educativo más amplio, que tiene, indudablemente, lugar durante toda la vida del individuo.

Una persona también es miembro de la sociedad en que vive, y, por tanto, debe exponerse la significación social de la sicología educativa. Siembre que se estudie el desarrollo del individuo, se hará conforme a su relación con el asentamiento social. Dado que toda persona es, en parte, producto de su situación social, todas las cualidades sicológicas son relativas hasta cierto punto. Incluso la percepción y el conocimiento están influídos. Sin

embargo, es necesario discutir ampliamente las cualidades que hacen diferentes entre sí a los individuos.

Definiremos el objetivo de la educación como sigue:

El propósito de la educación es favorecer el desarrollo de una persona bien integrada, capaz de ejercer en la sociedad la responsabilidad que le permitan sus facultades.

Cuál es el significado de nuestra definición para el sicólogo educativo? Los términos clave son desarrollo, persona integrada, facultades del individuo y responsabilidad en la sociedad. Estos términos nos llevan a amplios campos de estudio. La palabra "desarrollo" supone progreso mental y emocional -particularmente durante la infancia y la adolescencia- aprendizaje y maduración personal. Supone también motivación, percepción y pensamiento. En el lado opuesto está el desarrollo anormal y retardado. El producto final del proceso de desarrollo es la "persona integrada". Por tanto, habremos de estudiar la sicología de la personalidad.

El que la educación desarrolle al individuo hasta donde lo "permitan sus facultades" implica que los individuos están distintamente dotados por la naturaleza y la herencia. Por ello, será necesario estudiar las diferencias mentales de las personas respecto al intelecto y al temperamento, así como las realizaciones e intereses de los niños.

En último término, consideremos la expresión "responsabilidad en la sociedad". Supone el estudio de las relaciones sociales del individuo con la sociedad y los grupos más pequeños como la familia, la escuela, etc., de los que es miembro; de la formación de las actitudes y los valores, y de cómo la persona se entraña en los valores y la conducta sociales.

De esta exposición nacen cuatro temas: la naturaleza del aprendizaje, el desarrollo de la personalidad, las diferencias entre los individuos y, en último término, el estudio de la persona en relación con la sociedad.

Los tres temas del desarrollo (incluyendo el aprendizaje), las diferencias individuales y las influencias sociales pueden compararse de la siguiente manera:

El desarrollo está relacionado con los cambios de la persona en lo que atañe al tiempo y a la edad; por ejemplo, respecto al crecimiento y al aprendizaje. A veces, el intervalo de tiempo es muy corto, como cuando estudiamos el aprendizaje simple de los animales y niños pequeños.

Cuando estudiamos las diferencias individuales, investigamos cómo difieren entre sí las personas. Nos interesamos por el alcance de la inteligencia y la dispersión de las cualidades mentales. Las diferencias individuales se refieren principalmente a las cualidades sicológicas localizadas dentro de la persona.

La sicología de las influencias sociales es el estudio de la influencia de los grupos sociales en los individuos. De manera distinta a las diferencias sicológicas, los factores sociales y culturales actúan desde fuera.

Estos tres factores operan juntos en una persona, pero es conveniente separarlos en su estudio. Esquemáticamente, podemos representar los tres campos mediante tres ejes en el espacio, de la manera reproducida en la figura 1-1.

Repetimos que estos tres campos solo son aspectos de un problema único. Una alusión doméstica puede ayudar a comprenderlo. Si tenemos que probar una salchicha alemana, es claro que de alguna forma tendremos que cortarla. Hay muchas maneras de hacerlo, siendo tres sus principales planos coordenados. Cortando tajadas según estos tres planos, obtendremos varias muestras, pero una sola no bastará para representar toda la salchicha.

Los tres planos coordenados de la figura 1-1 representan las relaciones entre parejas de variables. En un caso, podemos investigar la correlación entre la edad y la inteligencia;

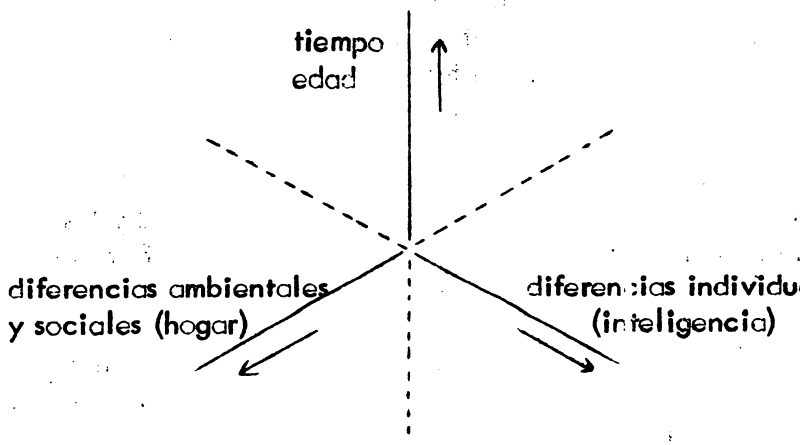


Figura 1-1

en otro, la relación entre la inteligencia y las condiciones del hogar, y en el tercero, el desarrollo de niños de hogares diferentes.

Apéndice 1

A. La sicología de la gestalt*

La sicología de la gestalt se interesa, en primer lugar, por el problema de la percepción. Surgió como una reacción contra el atomismo mental del siglo XIX, que mantenía que una experiencia perceptiva puede reducirse a elementos compuestos de sensaciones puras.

Así, podríamos analizar la deliciosa experiencia perceptiva de una bebida de limonada helada descomponiéndola en las cualidades sensoriales de frío, humedad, sabor a limón, dulzura, color, claridad y elementos espesos. Pero los sicólogos de la gestalt protestarán porque, aunque tomásemos todas las cualidades, aun nos dejaríamos algo. Proponen que la experiencia de un fenómeno como un todo debería tomarse como hecho primario. Como escribe Katz, los sicólogos de la gestalt basan su ciencia de la experiencia en la filosofía fenomenológica. Los fenómenos hablan por sí mismos. Una gestalt, o forma, es "un conjunto cuyas características están determinadas, no por las características de sus elementos individuales, sino por la naturaleza interna del conjunto".

La manera en que los fenómenos, conjuntos o gestalts hablan por si mismos puede verse si examinamos los problemas de la constancia del tamaño, de la forma, del color y del tono. Supongamos que miramos una calle desde lo alto. Su anchura, un cuarto de milla más allá, "parece" la misma que si estuviera bajo nuestros pies, aunque la anchura "sentida" es más pequeña. Este es un hecho preliminar de la perspectiva lineal. La antigua filosofía atomística explicaría el resultado conforme a la ilusión y a la inferencia inconsciente. El sicólogo de la gestalt dice que el juicio de la anchura de la calle es función de la escena total que está ante nuestros ojos. Este es un ejemplo de la constancia del tamaño. Igualmente, podemos tener un ejemplo de la constancia del tono cuando "vemos" una habitación con un techo uniformemente blanco, aunque, en realidad, las sensaciones recibidas del extremo más oscuro del techo son completamente distintas que las recibidas de la parte más iluminada. Juzgamos constantes los tonos, refiriéndonos al conjunto de la escena. Katz demostró este fenómeno ideando un aparato que permitía mirar aisladamente diferentes partes del techo a través de los orificios de una pantalla opaca. Los tonos parecen entonces distintos.

* Tomado de: PEEL, E.A. Profesor de Educación y Jefe del Departamento de Educación Universidad de Birmingham. Fundamentos Psicológicos de la Educación. Versión Española de César Maillo. Aguilar, Juan Bravo, 38, Madrid, España, 1970.

He aquí otro experimento muy sencillo que demuestra el poder del fenómeno total sobre nuestra percepción de las partes. Suspéndase por un hilo un cuadrado de cartón (cuyo lado mide una pulgada) junto a una lámpara eléctrica, de manera que la sombra del cuadrado caiga en una hoja de papel blanco. La sombra se percibe como una porción de blanco en la sombra. Tracemos una línea gruesa alrededor del contorno de la sombra con un lápiz blando. El cuadrado toma la cualidad de un color gris pintado sobre el papel. La línea de lápiz tiene el efecto de destacar el trozo gris de la situación total.

La cualidad peculiar que los artistas llaman "visión directa" capacita el pintor para analizar y descomponer el fenómeno en sus elementos. El pintor ha de hacerlo para crear la ilusión de realidad en sus cuadros. Una función del marco que rodea un cuadro es destacar una escena de la realidad más amplia, de manera que se puedan apreciar mejor las cualidades artísticas de aquella.

Así mismo, es una ayuda para el que empieza a pintar considerar la escena que quiere pintar a través de un marco de cartulina. Mediante él, descompone el fenómeno y es capaz de concentrarse en las cualidades sensoriales de la escena. Una tendencia opuesta se observa en la regresión fenomenológica, tema estudiado por Thouless. Cuando un niño dibuja un vaso, la elipse suele diferir bastante de la que en realidad ve ante sus ojos. El dibujo del niño ha errado o regresado al fenómeno del vaso de boca circular que "sabe" que está ante él. Sin duda, todo esto puede explicarse por la inferencia inconsciente, pero, según los sicólogos de la gestalt, la tendencia a formar objetos y fenómenos opera desde el principio y es una cualidad primordial de la percepción. Las pruebas recientes sobre la percepción visual de los adultos que han recobrado la vista arrojó alguna duda sobre esta afirmación. Sea cierto o no, el principio es todavía importante desde el punto de vista educativo, pues, en el nivel del aprendizaje escolar, la experiencia de la totalidad parece ser anterior a las demás.

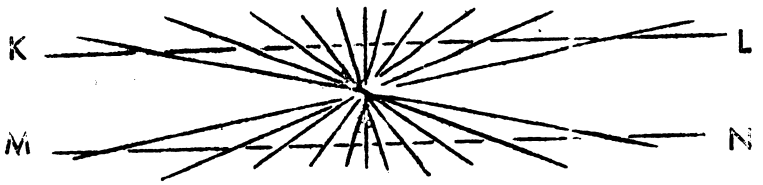
Según Wertheimer, las características de una gestalt están determinadas no sólo por sus partes, sino también por su colocación interna. Así mismo, la calidad de cada componente está determinada por el conjunto.

Ahora podemos investigar si hay alguna prueba de tales conclusiones en los hechos de la percepción. Hay cuatro fenómenos perceptivos vulgares que apoyan la opinión de Wertheimer. El primero es el hecho familiar de la ilusión óptica.

En la figura 4-1, las líneas KL y MN son rectas y paralelas. La ilusión óptica demuestra con qué fuerza nuestras percepciones de las partes están influidas por los conjuntos que las contienen.

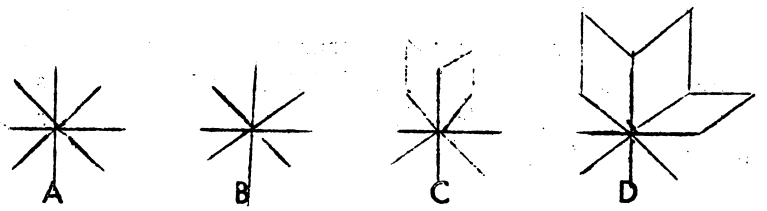
En segundo lugar, si separamos una parte de un conjunto, o si la añadimos, percibiremos un cambio en la calidad del conjunto que no es proporcional a la resta o suma efectuada. Consideremos la figura 4-2.

En cada caso se han añadido dos líneas. Se observa un cambio en la calidad interna de las figuras: A es una estrella de líneas; B contine una figura plana; C sugiere tres dimensiones; D tiene la apariencia de un papel doblado. Los sicólogos de la gestalt



explican esta clase de fenómeno mediante la ley de la inclusión (Innigkeit) y demuestran que un conjunto perceptivo es más que una suma de sus partes.

En tercer lugar, consideremos el fenómeno familiar de las figuras ambiguas, en las que primero predomina una parte de la forma y luego otra. En la figura 4-3, el lado "a" parece primero proyectarse, y luego "b", etc. Aquí tenemos de nuevo la prueba de la fuerte influencia del conjunto sobre la percepción de una parte.



En ultimo término, nos damos cuenta, con frecuencia, de que la relación entre el color y los tonos de diferentes objetos permanece la misma bajo una luz buena o mala, a la luz del día o a la eléctrica. Así mismo, los puntos de un objeto circular, como en la figura 4-4A, se "ven" en las mismas posiciones relativas que si los vemos desde un ángulo, como en 4-4B.

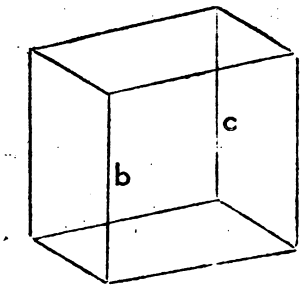


Figura 4-3

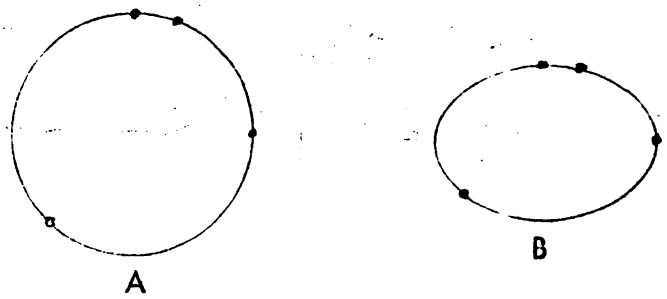


Figura 4-4

Figura 4-5

Los sicólogos de la gestalt reunieron estos fenómenos bajo el epígrafe de la ley de trasposición, que se muestra por el famoso experimento de los pollos (véase fig. 4-5). Unos pollos fueron instruidos a comer a la señal del más pálido de dos grises (X). Despues se les dio la señal B, donde el gris más pálido de antes (X) era el más oscuro, por ir asociado a un gris aun más claro (Y).

Los pollos picaban entonces el nuevo gris pálido (Y). Lo que había cambiado no era el elemento (el gris solo), sino el modelo total o configuración.

La trasposición de configuraciones de tono, color y dibujos espaciales puede fracasar si las nuevas condiciones son extremadamente distintas de las originales. Asi, si comparamos un modelo de color con luces roja y azul o a la fuerte luz del día y en la oscuridad

contigua, o si comparamos el modelo de una distribución espacial con una proyección muy escogida de ella, podremos descubrir difícilmente la trasposición de las configuraciones totales. Esto queda ilustrado en el célebre cuadro de Holbein Los Embajadores, en el que el artista pintó una proyección extrema de un cráneo al pie del gran lienzo. Solo el iniciado reconoce la extraña forma como una calavera vista desde un ángulo raro.

Los cuatro tipos de ejemplos citados demuestran el poder en la percepción visual de la configuración total sobre sus partes.

B. Formación de las gestalts

Ahora podemos considerar las leyes que dunfamentan la formación de las gestalts, o configuraciones totales, y los factores que influyen en su formación.

Koffka nos dice que las configuraciones tienden a ser tan claras como lo permitan las condiciones. Buscamos la claridad de la figura frente al fondo. La organización psicológica es siempre tan "buena" como lo permiten las circunstancias. Una "buena" forma exige unidad, armonía, inclusión y concisión. Esta tendencia se demuestra en muchas situaciones perceptivas y cognoscitivas, siempre que se estudia material nuevo. Todo se omite, excepto los "buenos" rasgos esenciales. Así por ejemplo, cuando se pinta un paisaje, con frecuencia es un buen método no hacerlo directamente del original, sino pintarlo después de memoria. El proceso del olvido aparta los detalles inadecuados y el cuadro adquiere una composición y dibujo más claros. Los detalles se debilitan o fortalecen de acuerdo con su trivialidad o su importancia.

"Lo que determina la configuración dominante puede ser la configuración espacial o conceptual, o los motivos e intereses del observador".

La ley de la organización de la "buena" gestalt se llama "ley de la precisión o de pregnancia" (Prägnanz). Intervienen varios factores en la formación de una "buena" gestalt. Estos incluyen la semejanza y la proximidad de los elementos, como se demuestra en las figuras 4-6 y 4-7.

En el terreno de las ideas, estas condiciones parecen recordar algunos de los factores mencionados en el capítulo anterior, al hablar de la asociación de la experiencia y de las ideas.

Las figuras cerradas se perciben más rápidamente que las abiertas. En efecto, la predisposición a formar una gestalt lleva con frecuencia al observador a cerrar las figuras que están parcialmente abiertas. Este es un principio de la composición y el dibujo

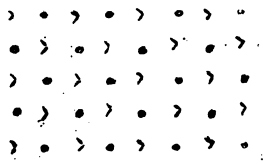


Figura 4-6

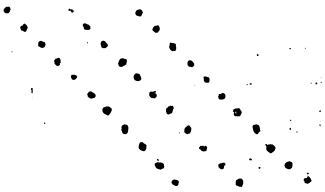
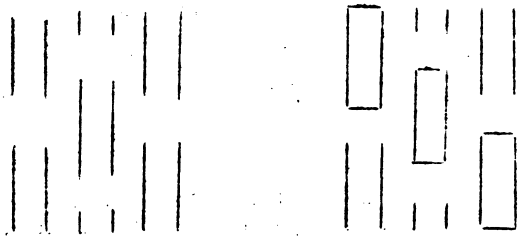


Figura 4-7

artísticos. Es objetivo del artista sugerir formas cerradas, pues esto ayuda a dar unidad a su obra. No se esfuerza conscientemente por representar figuras cerradas. El hecho de que sea difícil hacerlo de otra forma prueba la primacía de la organización de la gestalt.

En la enseñanza también es obligación del maestro presentar sus problemas de tal manera que deje la posibilidad de algún cierre por parte del alumno. Una lección puede ser superenseñada, es decir, supercerrada. Debe dejarse algo a la actividad del alumno. El problema es encontrar el término medio, evitando el cierre excesivo, por un lado, y por otro, procurando que el alumno no se desanime. Un ejemplo del poder de organización de las formas cerradas se muestra en la figura 4-8b. Los componentes de una figura que tienen una "buena" forma tienden a constituir una unidad. En la figura 4-9, la parte "a" forma una unidad cerrada claramente definida por su "buena" forma. En las artes de la escultura, la pintura y la arquitectura, los dibujos y composiciones del artista están influidos por dicho factor. Así mismo, si en un cuadro es difícil percibir una "buena" forma, puede perder aquel alguno de sus valores para el que lo aprecia.

También ayuda a la claridad de la forma la experiencia del observador. Este tiende a dar significado a las configuraciones puestas ante él, conforme a lo que ha aprendido y le interesa. Esta condición parece ser muy parecida a la que Herbart (véase Adams, en



a b

Figura 4-8

la bibliografía) llama "apercepción*. La experiencia se llamó "apercepción de masas". Nuestras percepciones presentes están gobernadas, hasta cierto punto, por nuestro conocimiento y actitudes. Las líneas de la figura 4-10 pueden resultar difíciles de organizar en una "buena" forma; pero cuando se colocan como en la figura 4-11, la experiencia organiza la percepción de una manera muy fácil de "ver".

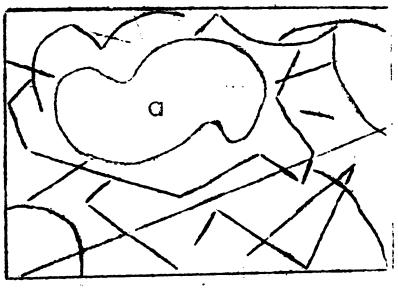


Figura 4-9

Igualmente, en el caso de la figura 4-12, vemos las ventanas de una iglesia o unos pinguinos, y en la figura 4-13, un negro o un demonio cornudo, segun la forma en que nuestra experiencia organice activamente la configuración.

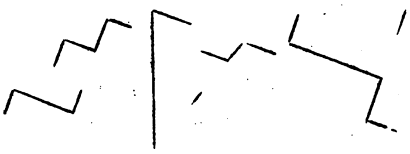


Figura 4-10

Generalmente, la experiencia "normaliza" una configuración, es decir, le da un "significado".**

El lector se preguntará, por interesante que resulte la teoría de la percepción de la gestalt, cuáles son sus aplicaciones a la enseñanza. La respuesta es que la ley de la

* En la psicología educativa de Herbart, constituye el proceso fundamental en la adquisición del conocimiento y se destaca la parte desempeñada por el conocimiento existente (N. del T.).

** Tales influencias en la visión se llaman factores funcionales. Véase el cap. XIV. Los tests proyectivos hacen uso de una tendencia similar.

precisión de Koffka -conforme a la cual organizamos nuestras percepciones en tan "buena" configuración como lo permiten las condiciones- también se aplica a las experiencias cognoscitivas. La experiencia no sólo organiza las situaciones perceptivas, sino también

Figura 4-11

las cognoscitivas y las de aprendizaje escolar. Al presentar nuevas materias, el maestro emplea dicha experiencia para "estructurar" la gestalt de la forma más adecuada para lograr el aprendizaje deseado. Cuando un educando se enfrenta con una nueva situación, tiende a darle forma y claridad. La forma que le confiera ha de ser satisfactoria para él -la gestalt debe ser "buena" para él-. Sin embargo, esta gestalt puede no ser "buena", en el sentido de que no lleve al conocimiento correcto. Aquí es donde interviene el maestro.

Cuando discutimos la situación de aprendizaje conforme a la teoría de la gestalt, empleamos normalmente la palabra "intuición", en lugar de "gestalt", y, con frecuencia, hablamos de "estructurar" o "reestructurar" la intuición, en lugar de hablar de organizarla. Así, al comienzo de una serie de lecciones y ejercicios sobre sistemas de ecuaciones, el alumno tendrá una intuición rudimentaria, tal vez falsa, pero "buena" para él, de las propiedades de las ecuaciones y de cómo resolverlas. Durante la serie de lecciones, su primera intuición puede modificarse o reestructurarse, de manera que todas las aplicaciones de los sistemas de ecuaciónes se comprenderán, y se desarrollará una mayor capacidad para resolverlos. En los comienzos del aprendizaje, nuestras "intuiciones" son confusas, nebulosas y sin estructurar, como lo es nuestro primer conocimiento de las calles de una ciudad extraña. Con la experiencia, mediante la repetición, la analogía, el análisis y la práctica, la "intuición" llega a estructurarse claramente, las partes se relacionan entre sí y con el total. Así, despues de algún tiempo, podemos orientarnos fácilmente en la ciudad extraña y anticipamos adónde nos conducen las calles desconocidas.

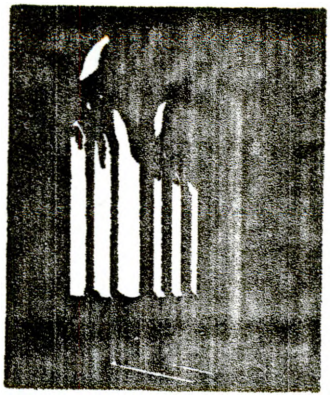


Fig. 4-12.

Fig. 4-13

Apéndice 2

A. El Papel de la Participación Libre*

Por su parte, Karl R. Rogers, en "Freedom to Learn" (Charles E. Morril Publishing Co. 1969) enumera los siguientes principios del aprendizaje extraídos de su experiencia e investigación, y que concuerdan plenamente con la teoría de Piaget:

1. Los seres humanos tienen una potencialidad natural para el aprendizaje (curiosidad exploración, descubrimiento).

2. El aprendizaje significativo tiene lugar cuando el asunto es percibido por el estudiante como relevante para sus propios fines.

3. Aprendizaje que envuelve un cambio en la organización del "ego" -en la percepción de si mismo- es amenazante y tiende a ser resistido.

4. Aquellos aprendizajes que afectan la seguridad del "ego" son más fácilmente percibidos y asimilados cuando las amenazas externas son mínimas.

5. Cuando la amenaza al "ego" es baja, la experiencia puede ser percibida en una forma diferenciada, detallada, y el aprendizaje puede tener lugar.

6. Mucho aprendizaje significativo es adquirido mediante el "hacer" (acción).

7. Se facilita el aprendizaje cuando el estudiante participa responsablemente en el proceso de aprender.

(Participar significa escoger sus pròpias direcciones, ayudar a descubrir sus propios recursos de aprendizaje, formular sus propios problemas, decidir su propio curso de acción, enfrentar las consecuencias de cada una de sus elecciones).

8. El aprendizaje auto-iniciado que envuelve toda la persona del aprendiz -tanto el intelecto como los sentimientos- es el más profundo y duradero.

9. La independencia, la creatividad y la confianza en sí mismo, son todos facilitados cuando la auto-crítica y la auto-evaluación son lo fundamental y la evaluación por otros es de importancia secundaria.

---

* Trabajo presentado en el Seminario sobre Educación Extraescolar de Adultos Campesinos. Por Juan Díaz Bordenave, PhD.

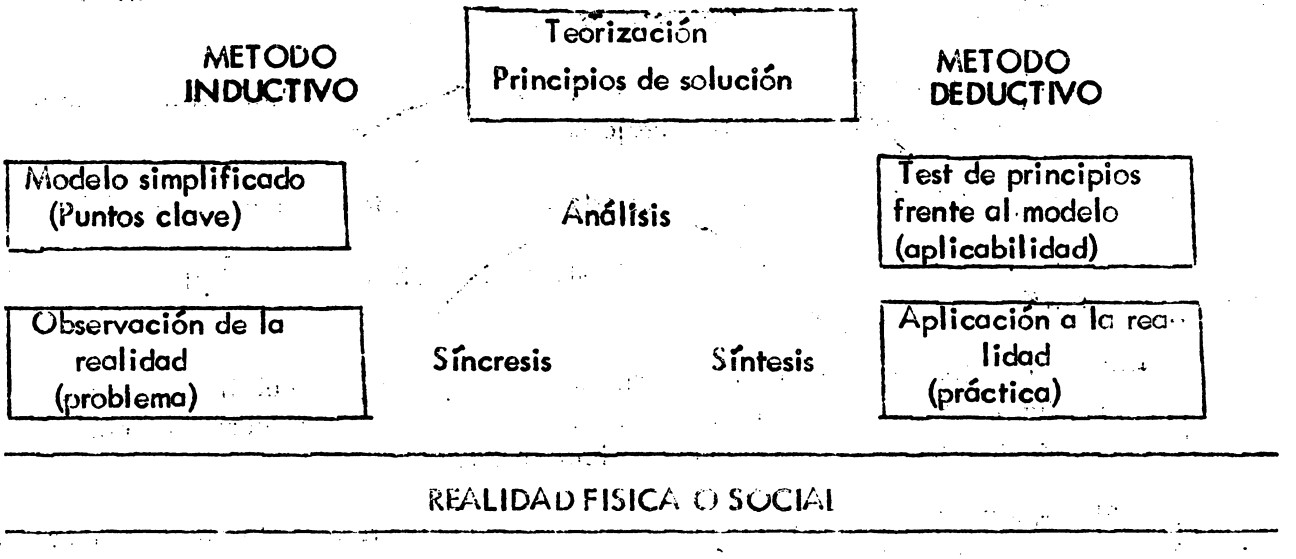
10. El aprendizaje más útil para la sociedad, en el mundo moderno, es el aprendizaje del proceso de aprender, una contínua abertura a la experiencia y la incorporación del proceso de cambio al propio "ego". ("Que nuestra cultura actual sobreviva dependerá de que sepamos desarrollar individuos para quienes el cambio sea el hecho central de sus vidas y que sean capaces de vivir comodamente con este hecho central").

B. El Esquema Pedagógico del Arco

Cómo instrumentar en la práctica, estos principios de aprendizaje extraídos de la teoría y de la investigación? Cómo montar un esquema pedagógico simple, que sirva a los extensionistas y educadores de adultos rurales, en la mayoría de sus situaciones de enseñanza?

La respuesta parece darla Charles Maguerez, de la Société de Aid Technique et Cooperation (SATEC), de Francia, con su esquema del arco. Este esquema pedagógico parte de las premisas de Piaget sobre la necesidad de basear el aprendizaje en el desafío de una situación-problema, y de ir de la síncresis al análisis y después a la síntesis.

El esquema es el siguiente:



El ciclo pedagógico comienza con la observación de la realidad, es decir, con la percepción y descripción hecha por los alumnos de los diversos ángulos o aspectos de un problema dado. De esta observación se abstraen ciertos puntos claves con los cuales los alumnos, orientados por el profesor, construyen un cierto "modelo simplificado de la realidad". El tercer paso es el de la explicación, que se hace por medio de la teorización, es decir, la

busca de las relaciones que deben existir entre los puntos claves del modelo. Aquí la ciencia y la tecnología son muy útiles. Después de una comprensión teórica del problema, podemos buscar principios de solución. Esto es posible pues el grado de abstracción en que se está trabajando en esta etapa, favorece la imaginación creadora y libre. Es en esta etapa, por ejemplo, donde los alumnos pueden "repensar" cualquier actividad que vuelvese rutina. El paso siguiente es probar la aplicabilidad de los principios de solución con respecto al modelo simplificado de la realidad. Si el test es satisfactorio, es llegado el momento de aplicar las soluciones derivadas del análisis, a la realidad. Es el momento de la práctica, del trabajo de trasformación de la realidad.

El esquema del arco nos permite evitar el error del profesor tradicional, el cual comienza su lección con la Teorización (definiciones, relaciones, etc.) y no con la observación de la realidad por los alumnos. El esquema del arco combina los métodos inductivo y deductivo, consiguiéndose así un aprendizaje completo y natural.

El esquema del arco puede aplicarse a cualquier situación de aprendizaje, tal como: reuniones, redacción de un folleto, preparación de un programa de radio, redacción de un guión de cine, etc. En ellos, la observación directa de la realidad puede ser simplemente sustituída por representaciones de la realidad, con el uso de descripciones verbales, casos escritos, fotografías, dibujos, etc. Lo importante es que el alumno "problematice" por su propia cuenta la realidad y forme una teoría propia de la misma, para después -por medio de la investigación- tratar de ampliarla o corregirla.

Vemos que el esquema pedagógico del arco equivale al método de investigación científica, lo cual es lógico, ya que dicho método no es otra cosa que la forma natural de funcionar el pensamiento, llevada a la máxima precisión y rigor.

EFECTIVIDAD DE ALGUNOS METODOS DE COMUNICACION EN PROGRAMAS DE CAMBIO

Susana Amaya Puerto*

Un análisis de la efectividad de métodos de comunicación en programas de cambio necesariamente debe partir de una comprensión clara de los conceptos comunicación y cambio y su relación.

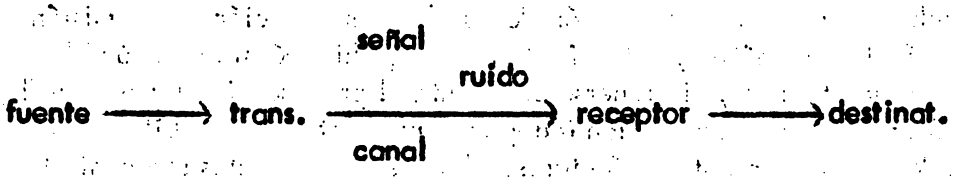
1. La comunicación ~~puede describirse~~ primero como un proceso, o sea, "un fenómeno que varía continuamente en el tiempo". Un proceso no tiene principio ni fin, ni es una secuencia fija de eventos. Está siempre en movimiento, y sus ingredientes o elementos interactúan, cada uno afecta a los demás/2 .

Los elementos comunmente aceptados como integrantes del proceso de la comunicación son:

La fuente
El trasmisor
La señal
El canal
El receptor
El destinatario

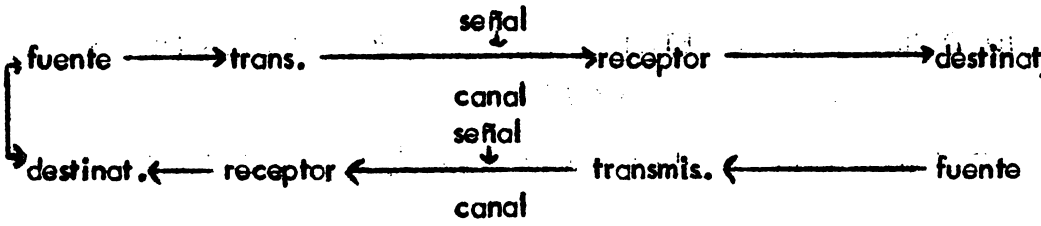
Un elemento adicional es el ruido o interferencias y distorsiones en la señal/7 . Algunos autores lo atribuyen también a los demás componentes del proceso.

Para explicar la integración de estos elementos en un sistema o proceso han sido propuestos numerosos modelos de comunicación, uno de ellos el modelo matemático, el cual los liga en una secuencia lineal:/7



Estos mismos elementos son empleados por DeFleur para construir su modelo teórico para lograr el isomorfismo (o identidad de significados) en la comunicación humana. Este sistema es circular, o de doble vía, y funciona con otro conjunto de elementos idénticos que operan en sentido contrario:/3

* Ph.D. en Comunicación de Masas



Otro enfoque de análisis de la comunicación es el de sus propósitos. El proceso visto ocurre en un contexto social, ésto es, entre personas o grupos de personas (a nivel sicológico también ocurre dentro del individuo mismo). Su ocurrencia tiene una finalidad o propósito: el influirse mutuamente a través de trasmisión de señales o estímulos.

Esta relación estímulo-respuesta es la base del acto de comunicación: permite la influencia mutua entre organismos (lo cual es cierto también para la comunicación animal). La simple trasmisión de estímulos no constituye comunicación. Esta tiene lugar cuando se establece identidad de significados entre el comunicador y el receptor. La trasmisión de estímulos o señales es condición necesaria pero no suficiente para la comunicación.

La identidad de significados o isomorfismo se establece mediante convenciones sobre la relación entre la señal (palabra escrita, hablada, imagen pictórica, etc.) y su referencia (el objeto real). El lenguaje, por ejemplo, es un conjunto de señales o símbolos, los cuales convencionalmente se han adjudicado a un conjunto de objetos reales o abstractos.

El símbolo o señal evoca un significado. Este significado es producto del aprendizaje. La capacidad de iniciar símbolos y responder a ellos de una manera convencional es característica humana. El pensamiento es la manipulación interna de símbolos.

Isomorfismo es la identidad de las respuestas internas de varios individuos al mismo símbolo./3 Esta identidad -lograda a través del proceso ya descrito- constituye la comunicación.

Por mucho tiempo se tuvo la noción de que la comunicación es trasmisión de estímulos con un efecto automático, o teoría de la "aguja hipodérmica" según la cual A trasmite a B con un efecto C, sin tenerse en cuenta el proceso circular o de influencia mutua. Los efectos de la comunicación -independientemente de la habilidad del comunicador- dependen de un conjunto de factores, algunos de los cuales son controlables por aquel y otros/2 .

2. La noción de cambio , otro de los conceptos básicos que integran el tema de esta charla, puede derivarse de la naturaleza de la comunicación que ha sido discutida, o sea, la de establecer identidad de significados. La noción de cambio está implícita en todas las teorías o escuelas sobre desarrollo. Este, en sí, es el paso de una situación a otra distinta, supuestamente más avanzada.

La comunicación para el cambio busca entonces crear significados (por ejemplo, acerca de nuevas técnicas o procedimientos de trabajo) mediante enseñanza o información, así como también el que se les valore positivamente y se les adopte como nuevo patrón de conducta.

3. La comunicación no se reduce a evocar o crear significados en la esfera cognoscitiva - aquellos que se adquieren mediante el aprendizaje o la información. También opera sobre la esfera valorativa en la cual se califican tales significados como buenos o malos para el individuo, el grupo o la comunidad. Por último, opera sobre la esfera volitiva que regula la conducta (fin último de un programa de cambio).

Basándose en el modelo de comunicación de doble vía o circular tenemos que se establece una relación mutua (ya sea a nivel interpersonal o de grupos) o relación cognoscitiva entre el comunicador y el receptor. /1 Hay identidad en el caso de que los significados (o conocimiento) sean similares. Hay que hacer la distinción entre los hechos o información y las opiniones o valores. En el primer caso hay identidad de conocimientos (sobre cómo son las cosas); en el segundo hay acuerdo(sobre cómo deben ser). Básicamente estos son los efectos que busca la comunicación: identidad de conocimientos y de acuerdo. La modificación de la conducta será consecuencia de los anteriores efectos.

Hay también otras relaciones cognoscitivas entre los sujetos que se comunican: cada uno sabe lo que piensa; hay concordancia o acuerdo en la medida en que esos pensamientos sean similares; hay coincidencia cuando lo que uno se imagina que piensa la otra persona realmente coincide con sus pensamientos; hay congruencia cuando lo que piensa la otra persona es percibido por uno como similar a lo que uno piensa.

Estas relaciones cognoscitivas también tienen lugar entre grupos, o sea, a nivel de sistema social. A este nivel influyen sobre la comunicación las características de los grupos, entre las cuales se destacan:

- Su organización en función de objetivos del grupo y normas que prescriben la interacción de sus miembros y los canales para tal interacción;

- Identificación de los individuos como miembros de un grupo tanto por parte de sí mismos como por parte de extraños al grupo;

- Cohesión del grupo para mantenerlo unido y lograr uniformidad de opiniones, actitudes y creencias entre sus miembros;

- Comunicación a través de los canales establecidos ya sean de tipo instrumental o social y su funcionamiento para ejercer cohesión y alcanzar las metas del grupo;

- Percepcion del grupo como unidad por parte de otros; ésto se manifiesta como homogeneidad en la orientación de sus miembros, función a su vez de la cohesión que se ejerza y pueda ser precibida por los demás.

4. Para el establecimiento de las relaciones cognoscitivas, se ha postulado la eficacia relativa de los distintos medios de comunicación disponibles (canales) según su naturaleza y alcance (en cuanto al número de personas que toman parte en el acto de comunicación), y según los efectos que se buscan con la comunicación.

a. Según su naturaleza y alcance, los medios se clasifican en interpersonales (aquellos que permiten contacto cara a cara); especializados o selectivos (en términos de su contenido de interés restringido, ej., publicaciones especializadas); masivos, los cuales emplean recursos tecnológicos para alcanzar audiencias numerosas o "masas", definidas como "grupos dispersos, numerosos y relativamente heterogéneos, los cuales solo se pueden alcanzar a través de sistemas de producción y distribución masivas."/4

La distancia, tanto física como sicológica entre comunicador y receptor, prescribe los tipos de medios a emplearse. La distancia física es producto más del tamaño de la audiencia que del distanciamiento físico entre comunicador y receptor. La proximidad sicológica resulta de factores tales como pertenencia a los mismos grupos, similitud de roles o status social.

b. Los medios se pueden clasificar en orden de efectividad para influir sobre las relaciones cognoscitivas entre comunicador y receptor. La comunicación interpersonal (cara a cara) "que provee feedback inmediato y en la cual intervienen mas sentidos,"/8 es la más influyente sobre cualquier tipo de relación cognoscitiva, aun el acuerdo sobre cuestiones evaluativas - el más difícil de lograr a través de la comunicación.

La comunicación selectiva o especializada es más efectiva que la masiva en lograr tanto identidad de conocimientos como coincidencia; y la masiva, en la cual hay poca interacción social, puede ser influyente sobre la comprensión de los hechos (identidad) aunque no el acuerdo sobre los mismos, y sobre la coincidencia entre los sujetos que se comunican. Los medios masivos, según Klapper, parecen ser más efectivos para reforzar que para alterar los valores de la gente./5 En un proceso de persuasión, originado en los medios masivos, intervienen otros medios, particularmente los interpersonales (proceso que se conoce como de "los dos pasos").

5. La efectividad de los medios con respecto a las relaciones cognoscitivas entre grupos fue verificada por la autora en un estudio/1 realizado entre 1969 y 1971 el cual comprendió tres grupos: el de funcionarios directivos nacionales del sector agropecuario (gerentes, miembros de juntas directivas, altos ejecutivos), el de asesores extranjeros que colaboraban entonces con entidades nacionales del mismo sector, y el de científicos sociales, investigadores y profesores tanto nacionales como extranjeros que se ocupaban del estudio de problemas socio-económicos del sector.

Se pensó que la situación de comunicación entre estos grupos era lo bastante interesante como para tratar de determinar cuáles medios de los empleados por ellos tenían más influencia sobre la coincidencia, el acuerdo y la concordancia entre los grupos sobre los temas de interés común para ellos relacionados con el sector agropecuario. La coincidencia (similitud de conocimientos) y el acuerdo se consideraron particularmente importantes para grupos que debían colaborar y tomar decisiones conjuntas como eran los de funcionarios nacionales y asesores extranjeros.

Con base en la teoría anteriormente explicada, se formularon hipótesis sobre la eficacia relativa de los medios para establecer los distintos tipos de relación cognoscitiva entre los grupos. Los medios utilizados por éstos, tenidos en cuenta en el estudio fueron: charlas y reuniones (interpersonales), información especializada (informes, estudios, documentos) masivos: radio, TV, periódicos, revistas; visitas al campo (como fuente de información sobre el tema de interés) y viajes al exterior (como fuente de información sobre grupos extranjeros). En términos del tiempo empleado con los distintos medios, figuró en primer lugar la información especializada, a excepción de los funcionarios nacionales, quienes emplearon más tiempo en reuniones y conferencias. El menor tiempo se dedicó a los medios masivos, especialmente radio y TV.

Con respecto al consumo de medios se encontró un efecto muy interesante ya conceptualizado por algunos autores/6 como "efecto centrífugo" según el cual los consumidores de un medio, como prensa, son también los mayores consumidores de otros medios como radio, cine, etc.

También se encontró una elevada correlación entre la comunicación interpersonal y el consumo de información especializada, en apoyo de una hipótesis según la cual la comunicación especializada estimula la comunicación interpersonal.

En una segunda entrevista (un año después) se encontró una correlación entre información especializada y periódicos y revistas. Los medios electrónicos tuvieron una importancia mínima en ambas ocasiones como fuente de información y en cuanto a tiempo de exposición a ellos.

En cuanto a las relaciones cognoscitivas entre grupos, los funcionarios nacionales fueron los más acertados en su predicción de los demás, en tanto que las predicciones sobre ellos por parte de los otros grupos fueron las más desacertadas, lo cual equivale a una relación altamente asimétrica.

La hipótesis sobre la correlación o asociación entre los distintos tipos de medios y las varias relaciones cognoscitivas entre grupos, de acuerdo con el esquema teórico según el cual los medios interpersonales son los más influyentes y los masivos los menos, no fueron apoyadas de manera significativa por los resultados, que en algunos casos fueron opuestos a lo esperado.

Este es el caso de los asesores extranjeros para quienes el contacto personal tiene efecto negativo sobre su acuerdo con los funcionarios nacionales, si bien la lectura de periódicos y revistas parece influirlos más en tal sentido, lo cual es contrario a las predicciones. Lo mismo ocurre con el radio como más influyente sobre las predicciones de los científicos sociales acerca de los funcionarios nacionales.

De las relaciones cognoscitivas, de acuerdo con la teoría, la coincidencia o predicción del pensamiento de los demás, es la más susceptible a la influencia de las comunicaciones.

Las tendencias más estables (observables en la segunda entrevista luego de un año) fueron la influencia de los medios masivos sobre la predicción de los otros grupos (coincidencia) por parte de los funcionarios nacionales; para los asesores extranjeros, los medios masivos influyen sobre su acuerdo con los demás, y para los científicos sociales la comunicación interpersonal influye sobre sus predicciones (coincidencia).

La falta de resultados concluyentes no indica falla del modelo de comunicación ni de los mecanismos de la misma, sino probablemente, la presencia de variables no controladas tales como factores políticos y culturales explicables en una situación de relación entre grupos culturales diferentes.

El estudio revela un problema de comunicación, o incomunicación, entre funcionarios nacionales y asesores extranjeros—lo cual no es ninguna novedad, pero por lo menos aquí se documenta; el otro es la ignorancia y prejuicios de los científicos sociales con respecto a los funcionarios nacionales. La solución no es necesariamente la de incrementar y mejorar las comunicaciones sino que se encuentra en otras áreas, por ejemplo, la de las relaciones internacionales.

El estudio revela además las grandes divergencias cognoscitivas entre grupos que aparentemente trabajan por un fin común y pone de presente las complejidades y dificultades de la comunicación en estas situaciones.

6. Para concluir, las implicaciones del modelo circular de comunicación (o de doble vía) no se llevan normalmente a la práctica en programas de cambio donde sigue imperando la noción de comunicación como "aguja hipodérmica."

Estos programas no proveen mecanismos, o solo en muy limitada escala de retroalimentación por parte de los receptores o beneficiarios de sus acciones.

Los medios de comunicación masiva por su estructura centralizada, explotación comercial y clientela especialmente urbana, son los menos aptos tanto para llevar mensajes de importancia o relevancia para público rural, como para constituirse en canal de expresión para éste.

La efectividad relativa de los medios según su alcance, naturaleza y el propósito de la comunicación, hace siempre aconsejable una combinación de los mismos, o campaña, cuya clave de éxito es el conocimiento riguroso de la audiencia.

SG/cdet IX- 12-1972

BIBLIOGRAFIA

1. AMAYA, S. Communications and policy making in colombian rural development; a survey and experiment. Ph.D. Thesis. Madison, Wis., University of Wisconsin, 1972.

2. BERLO, D.K. El proceso de la comunicación. East Lansing, Mich., Michigan State University Press, 1960.

3. DEFLEUR, M.L. Theories of mass communication. New York, McKay, 1968.

4. GERBNER, G. Mass media and human communication theory. In Dance, F.E.X., ed. Human communication theory. New York, Holt, Rinehart and Winston, 1967.

5. KLAPPER, J.T. The effects of mass communication. Chicago, Ill., Free Press of Glencoe, 1960.

6. LERNER, D. Toward a communication theory of modernization; a set of considerations. In Pye, L.W. Communications and political development. Princeton, N.J., 1963.

7. WEAVER, W. The mathematics of communication. Scientific American (Estados Unidos) no. 181: 1949.

8. WESTLEY, B.H. y MAcLEAN, M.S., Jr. A conceptual model for communication research. Journalism Quarterly (Estados Unidos) 34: 1957.

APUNTES SOBRE LA INVESTIGACION DE LA COMUNICACION SOCIAL EN COLOMBIA*

Manuel Arévalo A.**
Vicente Alba R.

(Informe Preliminar)

Introducción

El presente informe constituye los primeros pasos de un proyecto de investigación que está llevando a cabo el Programa Nacional de Comunicación de Masas del Instituto Colombiano Agropecuario ICA, en Bogotá.

La investigación se propone en términos generales hacer un análisis de las investigaciones que sobre comunicación social han hecho diferentes personas y entidades en Colombia.

Es aspiración de los autores encontrar las tendencias que han tenido esas investigaciones y sobre todo presentar en un solo trabajo los resultados obtenidos en ellas. De otra parte se busca dar oportunidad de estudiar estos resultados para que mirados en conjunto sirvan para unificar opiniones entre los divulgadores del sector agropecuario y para conocer, a la luz de las investigaciones, las características de las comunicaciones en el área rural. Que sirvan por lo tanto para aumentar la eficacia del trabajo de las personas e instituciones en pro del desarrollo del país.

En este informe se presentan los resultados de las investigaciones que el Programa de Comunicación de Masas tenía a disposición. No se presentan conclusiones porque faltan muchos trabajos por revisar, pero se ponen a consideración de los participantes algunas ideas extraídas de los resultados encontrados hasta ahora.

Resultados

En un estudio realizado por Grunig/12 para examinar la toma de decisiones y la experiencia de empresarios genuinos entre latifundistas colombianos, se obtuvieron las siguientes conclusiones, relacionadas con comunicaciones.

---

* Informe preparado para el Seminario sobre Comunicación para el Desarrollo PINCA - FEDERACAFE.

** Respectivamente, Médico Veterinario, Asistente, e Ing. Agr. M.S., Director, del Programa Nacional de Comunicación de Masas del ICA.

Información y ayuda técnica: La falta de información y ayuda técnica es una desventaja grande para la productividad de la agricultura en grande en Colombia. Debido a la falta de experiencia general y capacidad personal de administración, es tal vez uno de los problemas claves en el sector latifundista. El problema no está en que la información no exista sino que no es práctica y es de baja calidad.

Castro y Celis estudiaron el área de circulación, el impacto y las características del periódico "Vereda" del municipio de Cogua, (Cundinamarca). Estos investigadores entrevistaron 38 lectores del periódico y encontraron que el periódico "Vereda" llega hasta los municipios de Tausa y Nemocón y es leído aproximadamente por 1.170 personas (14,4% de la población del municipio de Cogua). Que el material del periódico es de fácil lectura para la población de acuerdo con la fórmula de Spaulding. Que más del 60% de los lectores del periódico han practicado recomendaciones leídas en él. Sin embargo dicen el contenido no es el más apropiado para los habitantes de la región. Que este periódico es el medio masivo más eficiente en la región; sus recomendaciones han sido más practicadas que las dadas por otros periódicos y por la radio. Que las secciones del periódico que más interesan a los lectores son: agricultura, ganadería, noticias veredales y salud.

La firma Consultores de Mercadeo (CONSUMER LTDA.)/7 , por solicitud del propietario del Programa Agropecuario La Hacienda que se trasmite por Radio Cadena Nacional de lunes a sábado a las 5:30 a.m., hizo en 1969 un análisis de su sintonía en base a correspondencia. Entre los resultados se encuentra que en los 7 primeros meses de 1969 recibieron 2.102 cartas lo que da un promedio de 10 cartas por día. Estas cartas se originaron en todos los departamentos del país y en Ecuador y Venezuela. La mayoría de las cartas solicitan folletos instructivos sobre agricultura, ganadería y hogar con igual importancia. Escribieron tanto hombres como mujeres.

Una evaluación hecha por María E. Guarnizo/13 de "Progreso Campesino", periódico mensual del INCORA, permitió conocer algunos aspectos en cuanto a su distribución, utilidad y temas de mayor interés. Así mismo se determinó la influencia de otros canales de comunicación tales como prensa nacional o regional, revistas y emisoras preferidas.

El estudio fue realizado en 1967 con 100 campesinos de los proyectos del INCORA: Antioquia #2, Caquetá #1, Córdoba #2 y Tolima #s. 2 y 4.

Algunas de las conclusiones son:

La distribución del periódico en el área de los Proyectos no sólo es lenta sino altamente deficiente. Para la mayoría de los lectores el periódico es muy útil. La ilustración del periódico satisface plenamente el 37% de los lectores. Los demás reconocen que dada su condición de analfabetismo necesitan más dibujos o fotografías que faciliten la interpretación de los textos.

Los medios masivos de comunicación más importantes para los entrevistados son, en su orden, la radio, utilizada por el 90,0%; la prensa escrita, por el 85,0% y los folletos o revistas, por el 66,0%. Solo la radio ejerce influencia diaria. Entre los entrevistados parece tener mayor prestigio la prensa nacional que la regional; entre aquella se destaca El Espectador y El Tiempo.

La circulación de revistas y folletos especializados para el campo es baja y no satisface la demanda que de ellos hace el campesino quien lo considera de gran utilidad.

Las mejores horas para trasmitir mensajes radiales al campo son de 5 a 6 de la mañana y de 6 a 7 de la tarde, a través de las emisoras locales de mayor popularidad, por ejemplo La Voz del Centro y la Voz del Tolima en el Tolima; Radio Libertad en el Atlántico; Radio Cordobesa y La Voz del Progreso en Córdoba, La Voz de Antioquia en Antioquia, o de la Radio Santafé que es la más sintonizada entre las emisoras nacionales.

El programa radial del INCORA "Progreso Campesino" tiene poca sintonía dentro de los beneficiarios del Instituto, lo cual puede ser consecuencia de que la hora de trasmisión no es la más adecuada o la emisora no gozará de popularidad, además de que le falta promoción al programa. De los resultados del estudio se deduce la conveniencia de continuar la publicación del periódico.

Peña y colaboradores /19 , estudiaron los medios de comunicación que utilizaban los supervisores de los programas de crédito supervisado y dirigido del INCORA en los departamentos de Antioquia, Valle, Tolima y Boyacá para obtener y comunicar información agropecuaria a sus clientes. Pusieron especial cuidado al uso que los supervisores hacían de los medios de comunicación que la entidad estaba utilizando para estos programas.

Los resultados encontrados mostraron que el 29% del personal recibió el Boletín Administrativo; el 40% del personal recibió el Manual de Normas; el 53% de ellos conocía el afiche; el 56% de los supervisores había recibido el plegable sobre crédito; el 63% recibió el comprendido de cartas circulares; el 90% recibió el Manual de Instrucciones. En el Tolima que fue donde más se recibió el suplemento del periódico El Campesino (sobre crédito) solo lo recibió el 23% del personal.

Los entrevistados dicen que la mejor hora para trasmitir los programas radiales es de 5,30 a 7:00 a.m. y de 6 a 8 p.m. Las emisoras más escuchadas en el Tolima son: La Voz del Centro, del Espinal; Radio Sutatenza; Radio Santa Fé y La Voz del Tolima.

En el Valle: Radio Palmira

En Antioquia: La Voz de Antioquia y la Voz de las Américas

En Boyacá: La Voz de la Independencia y Radio Tunja

Los métodos de comunicación más usados para comunicarse con los campesinos son: Visitas a finca y hogar, reuniones, consultas en la oficina, demostraciones de métodos y de resultados.

Gutiérrez y McNamara/14 encontraron en 1968 en Jamundí, una vereda de Girardota, Antioquia, que el 51% de los 87 jefes de familia de la vereda, nunca habían leído un periódico. El 28% lo leía una vez por mes y el 6% lo leía diariamente.

El 50% oía radio pero el 86% de éstos no conocían ni oían ningun programa radial agropecuario. El 48% de los que oían la radio lo hacían entre 5 y 10 de la noche. El 18% oía de las 6 a las 8 a.m.; el 16% lo oía en las horas críticas (6-8 a.m., 11-1 p.m. - 7-10 p.m.)

La mejor fuente de información estaba constituída por familiares y amigos (32%) así como fuentes autorizadas como Agentes de Extensión (46%). Según ésto, concluyen, la comunicación de tipo interpersonal tiene una frecuencia y una influencia mayor que la comunicación masiva.

Alba y colaboradores/3 entrevistaron en los dos primeros meses de 1970 al 80% (302) de los Agentes de Cambio del ICA con el fin de saber las dificultades que tenían tanto para obtener como para comunicar información agropecuaria.

El 22% de los informantes eran Agrónomos, Veterinarios o Economistas del Hogar. El resto eran técnicos agropecuarios de nivel medio. Los resultados mostraron que la desactualización de las publicaciones, las dificultades de trasporte y la deficiente distribución de las publicaciones eran los mayores obstáculos para la recepción de información agropecuaria. Por otra parte la falta de educación del agricultor, las dificultades de trasporte y la carencia de ayudas audiovisuales eran las limitantes más importantes en la trasmisión de los conocimientos del técnico al agricultor. Los Agentes de Cambio del ICA opinaron que la forma ideal para comunicar información agropecuaria a los campesinos era mediante demostraciones de método y/o resultado y que la mejor forma para ellos recibir la información era mediante los cursos de actualización de conocimientos que realiza este Instituto.

Gómez et. al./10 concluyeron en 1970 un estudio sobre las características de la audiencia campesina de Radio Sutatenza iniciado en abril de 1969. Mediante los líderes de ACPO entrevistaron en todo el país 781 personas tomando en cada departamento un número proporcional a sus habitantes. Entre los resultados obtenidos merecen destacarse los siguientes: El 52% de los oyentes del noticiero considerado como la "columna vertebral" de la programación de la emisora eran de la ciudad.

Los programas de mayor éxito en Radio Sutatenza eran: Buenos días (3-6 am. - música colombiana - consejos y lectura periódico), ustedes hacen el programa (complacencias), temas femeninos, etc.

El noticiero se oye en el siguiente orden: primer lugar 7 a.m.; segundo lugar 7 p.m.; tercer lugar 1 p.m.; cuarto lugar 10 p.m.

La gente gusta más de las noticias nacionales que de las internacionales y de las estrictamente locales.

La mayoría de los oyentes desea que haya un comentario a las noticias. El noticiero de Radio Sutatenza gusta por: el vocabulario sencillo que utilizan los redactores de las noticias = 67%; lo completo de las noticias 37%, buena calidad de la locución 33%; buena sintonía 25%, veracidad de las noticias 10%.

Alba y Rincón/2 en 1970 entrevistaron a 45 líderes (22 hombres y 23 mujeres) y a 162 estudiantes de ACPO para determinar los canales de comunicación que ellos utilizaban para obtener información agropecuaria y cuál es la forma que ellos consideran más adecuada para hacerles llegar esta información.

Estos investigadores encontraron que la radio es el medio masivo más utilizado para obtener información agropecuaria. Los programas más oídos eran el de Abocol, el del ICA y el de ACPO.

El Campesino era el periódico más leído por ellos. Los folletos y revistas eran poco usados pero eran muy aceptadas las cartillas.

De las fuentes de información consultados por carta, ACPO estaba en primer lugar. Entre las fuentes más consultadas oralmente están los vendedores de productos agropecuarios, el papá y el amigo. El 40% de los líderes creían que la radio es el mejor medio para alcanzar las audiencias rurales.

Gómez y Gutiérrez/11 en una investigación hecha en 1970 con 157 líderes de ACPO de todo el país (excepto Chocó y Caquetá) encontraron que el tipo de programa radial que prefieren los campesinos y su frecuencia es como sigue:

Musicales :	278	menciones
Novelas :	126	"
Noticiero :	73	"
Humor :	57	"
Culturales :	17	"
Deportes :	13	"
Varios :	9	"
Comentarios:	8	"

Encontraron también que los programas preferidos de Radio Sutatenza eran: Buenos días (127 menciones), ustedes hacen el programa (102 menciones), temas femeninas (80 menciones), curso complementario (33 menciones), curso progresivo (29), curso básico (22) etc.

Como programas "buenos en audiencia" (aquellos oídos por más del 70% de los líderes) se catalogaron los llamados misterios de la naturaleza, cantemos, viajemos por América Latina, un nuevo día para progresar, ritmo de baile, leyendo el campesino, nuestro folclor, el mercado agropecuario, el día del Señor y charlas del padre Sabogal.

Franco/9 hizo en 1971 un estudio sociológico de la comunidad de San Luis, municipio de Filadelfia (Caldas) en el que determinó la capacidad de los pobladores para identificar sus necesidades comparando éstas con las que él encontró. Adicionalmente encontró los siguientes resultados de comunicaciones:

1. Comunicación interpersonal. El orden de importancia de las fuentes personales íntimas es: amigos 30,5%; parientes 21,9%; cualquier persona 6,6%; policía 4,8%; maestro 2,9%; Junta Comunal 2,9%; Sacerdote 1,9%; ninguna 9,5%.

2. Comunicación masiva:

Radio.....	32,4%	Radio-Prensa	24,8%
Prensa	7,6%	Radio-Prensa-Personas en general.....	11,4%
Personas en general.....	17,1%	Prensa-personas en general	1,9%
		Radio-personas en general	4,8%

La frecuencia de distribución de usos de algunos canales de comunicación es:

Personas en general.....	35,2%
Masivos: Radio	73,3%
Prensa.....	39,1%

Los materiales impresos más preferidos para leer son: periódicos 49,5% y libros 11,4%

Las fuentes directas de información de las amas de casa sobre preparación y conservación de alimentos son: vecinos y amigos 8%, enfermera del puesto de salud 6,9%, padres y otros parientes 5,7%, maestra de la escuela 2,3%, mejoradora de la Federación de Cafeteros 2,3%.

Las fuentes indirectas fueron: Iniciativa 42,5%
Viendo a otras 32,2%.

Hurtado/15 en 1971 estudió las fuentes y los medios de comunicación que utilizaban los líderes de nueve municipios de Boyacá para obtener información agropecuaria. Averigué también las dificultades que ellos tenían en la obtención de esa información y cuál era según ellos la forma ideal para enviarles la información que necesitaban. Los municipios fueron Arcabuco, Chitaraque, Gachantivá, Moniquirá, Sáchica, San José de Pare, Santana, Togúí y Villa de Leiva. Se entrevistaron 86 de 109 líderes.

Entre los resultados encontrados se destacan:

1. Cerca del 70% de los entrevistados oye radio por la mañana, al medio día y por la noche. Más del 50% de ellos oye programas agropecuarios y de mejoramiento del hogar; la mayoría de ellos entiende muy bien estos programas. El orden de sintonía de programas radiales fue: noticias, música, agropecuarios y bastante menor, chistes.

Las emisoras más oídas por estos líderes fueron: La Voz del Río Suárez, Radio Santa Fé, Emisora Nuevo Mundo, Cadena Caracol en general, y Radio Sutatenza.

2. El periódico sigue a la radio como el medio de comunicación más usado por estos líderes. El Tiempo, El Espectador y El Campesino son los más leídos. Los días que más se lee el periódico son los domingos y feriados; más del 50% tiene interés en la sección agropecuaria y la comprende bien.

3. La mayoría de los líderes ha visto entre una y cinco películas sobre temas agropecuarios.

4. La principal fuente de información son los Extensionistas, siendo los de la Federación de Cafeteros los más importantes.

5. Las publicaciones de FEDERACAFE son las más leídas en la región luego las del INCORA, del ICA, publicaciones de laboratorios, de Radio Sutatenza, etc.

6. La principal dificultad para obtener las informaciones la constituye lo distante de los centros de consulta. Las razones más mencionadas fueron: difícil encontrar a los técnicos, pocas visitas de las entidades, hacen falta demostraciones.

7. El medio ideal para recibir información son los Extensionistas.

Con el fin de evaluar el impacto de la comunicación masiva en la difusión de información sobre la "Roya del Cafeto", Aristizabal/5 realizó en 1971-72 un estudio en los municipios de Chinchiná, Palestina y Villamaría en el departamento de Caldas. En base a la encuesta que se hizo a 126 caficultores se obtuvieron las siguientes conclusiones y recomendaciones.

En síntesis y de acuerdo con los resultados obtenidos en la investigación, los medios de comunicación masiva más eficientes en la divulgación de la campaña de la Roya, han sido en orden de importancia: la radio, cartelas murales, extensionist agrícola como portador y catalizador de la información masiva, y periódicos.

La eficiencia de la campaña se puede considerar aceptable; aunque todavía quedan obstáculos para su efectiva labor, entre otros se destacan: la poca preocupación de los agricultores por comentar con sus vecinos sobre la amenaza de la Roya del café a sus predios, dificulta la difusión a nivel de finca.

Se encontró en el área estudiada una notable preponderancia de pequeños y medianos agricultores.

Entre otras recomendaciones se hizo la siguiente: las instituciones agropecuarias a través de sus servicios de extensión deben intensificar la formación y el trabajo con grupos de amistad y capacitar convenientemente a todo el personal técnico sobre la campaña de prevención contra la roya del cafeto.

Además, cuando se desee mantener vivo el interés sobre el aspecto de la roya, debe utilizarse la radio; luego el material escrito técnico, con el auxilio del Extensionista. Los avisos en periódicos parece no tener utilidad; por eso deben eliminarse por el momento.

En un estudio realizado en 1971 por Andrew y otros/4 para identificar los problemas de mercadeo y producción del campesino se llegó a las siguientes conclusiones:

"La información obtenida sugiere la validez de la hipótesis de que existe verdadera necesidad de un servicio nacional de información a nivel del productor sobre precios de mercadeo para productos agrícolas en Colombia".

Problemas de mercadeo: inestabilidad de precios, falta de trasporte, falta de información de precios, falta de sitio para almacenamiento etc.

En cuanto a comunicaciones, se hicieron los siguientes hallazgos:

Los métodos actuales de información de precios son:

Comunicación masiva 30,1%	Periódicos	6,3%
	Publicación radio	7,3%
	Asociaciones	7,1%
	Gobierno de instituciones privadas	9,4%
		30,1%

Comunicación interpersonal:	69,9%
Varios .....:	6,3%
Intermediarios .....:	9,6%
Camioneros.....:	19,6%
Otros productores..... :	34,4%
	69,9%

Mejores métodos para diseminación de precios:

Radio ..... 78% de los 58 informantes

Principalmente porque un gran sector de los campesinos no sabe leer.

Otros: (servidores públicos, de boca etc.)	11%
Boletines	7%
Periódicos	4%

El estudio se hizo mediante cuestionario enviado por correo a 58 voluntarios de los Cuerpos de Paz que en promedio tenían 10,4 meses de estar trabajando en el país, exceptuando los departamento de Guajira, Cesar, Magdalena, Chocó, Nariño, Meta, Caquetá y las Comisarías e Intendencias.

Con el objeto de buscar que el campesino prestatario tuviera una mayor conciencia sobre los beneficios del crédito y comprendieran la política de los programas de INCORA, Peña y Pinzón/18 planificaron una campaña con agricultores usuarios de créditos supervisados y dirigidos en el Proyecto Tolima # 1, Haciendas Varsovia y Paticuinde, de los municipios de Cunday e Icononzo, respectivamente.

La campaña se planeó en base a la colaboración de cuatro líderes, tres maestros rurales; del jefe de zona, del supervisor de crédito y de los auxiliares de divulgación del Proyecto del INCORA; del gerente de la cooperativa, del cura, párroco, del comandante del puesto militar y de los alumnos del curso de divulgación. Como recursos materiales se consiguió una unidad móvil, caballos, energía eléctrica, locales de las escuelas, grabadoras, mimeógrafo.

Se encontró que en la zona rural de los municipios de Cunday e Icononzo las emisoras más sintonizadas son la de Girardot y Radio Santa Fé. Los periódicos más leídos son la Voz Proletaria, El Tiempo y El Campesino. No obstante ésto los medios de comunicación que

más llegan al campesino son el extensionista, las cartas circulares, las reuniones y la comunicación interpersonal.

En el área urbana se leen los periódicos El Tiempo, El Espectador, El Siglo y La República. En menor escala El Cronista, La Voz Proletaria y El Campesino que lo distribuye el cura. Las emisoras más sintonizadas son la de Girardot, las de Ibagué y la de Fusagasugá.

Monge y otros/16 estudiaron la eficacia de diversos medios de comunicación en la realización de una campaña de divulgación.

El objetivo era convencer a los campesinos para inscribirse en la Asociación Nacional de Usuarios. El estudio se llevó a cabo en octubre de 1967 en dos subculturas, de los departamentos de Cundinamarca, Boyacá, Antioquia y Caldas. Originalmente se compararon mensajes de orientación "humana" y de orientación técnica a través de prensa, radio y volantes. Posteriormente se incluyó el altoparlante.

Los resultados son:

No se encontró diferencia significativa entre las dos subculturas estudiadas, en cuanto a adopción de la práctica.

No se encontró diferencia significativa atribuible al tipo de mensaje.

No hubo diferencia significativa entre los tratamientos de prensa, radio y volantes, considerados separadamente.

Existen diferencias significativas cuando se realiza el análisis incluyendo además de los tratamientos mencionados, cualquiera de los que incluyen altoparlantes ya sea solos o en combinación con otro tratamiento.

Hubo diferencia altamente significativa entre el altoparlante y los medios citados, considerados separadamente.

Teóricamente estos resultados pueden interpretarse desde el punto de vista de la toma de decisiones siguiendo el modelo de Monge. Dice Monge en este estudio: el fenómeno encontrado "parece indicar que la principal función tanto de la prensa como de los volantes (y probablemente de la radio) es la de llamar la atención sobre la idea que se quiere difundir, pero necesitan de un medio más personalizado, más local en cuanto a la forma en que es percibido por la audiencia y que incluye aun ciertos elementos de coacción, para que la acción llegue a realizarse rápidamente".

Ramírez y Adams/20 en 1965 ensayaron una técnica para introducir cambios en una comunidad rural del Municipio de El Contadero (Nariño). La estrategia consistió en regalar un poquito de semilla mejorada de maíz en la plaza de mercado. Dicha semilla iba acompañada de instrucciones escritas y previamente en la misa el párroco ayudaría oralmente.

Los resultados indican que de 41 agricultores que fueron visitados un año más tarde, 35 habían sembrado la variedad mejorada y de estos 20 la iban a sembrar de nuevo. Desafortunadamente, las semillas escogidas no se adaptaron bien por lo cual los comentarios eran desfavorables frente al maíz nativo. Sin embargo, iban a ensayar de nuevo el maíz mejorado pues según los agricultores, había que esperar a que la semilla se aclimatara.

Deutschman y Fals Borda en 1962/8 en un estudio realizado con 71 personas cada una de las cuales representaba una familia de Saucio, una vereda de Chocontá, Cundinamarca, encontraron que la tendencia a la innovación está directamente relacionada con el uso de medios masivos de comunicación. Esto se sucede aun en los analfabetas.

Se comprobó en este estudio que los canales de información más distantes del individuo proveen temprana información seguida por una adopción también temprana y que tales canales serían usados principalmente por innovadores con orientación extracomunal. Se encontró además que las variables relacionadas con la tendencia a innovar, y que la estructura general del proceso de difusión observado en los Estados Unidos, son bastante similares a los encontrados en esta vereda colombiana que tiene una cultura bastante diferente de la norteamericana.

Con el propósito de conocer el modo de adoptar las prácticas, o sea la "calidad" de la adopción, Agudelo/1 hizo un estudio con 50 familias campesinas en seis veredas del municipio de Girardota en 1968.

Las conclusiones a las que llegó se dan sobre la aplicación del método propuesto y no sobre los resultados obtenidos. Son las siguientes:

El método se comportó como se esperaba. Es decir, mostró distintas maneras de adopción final, de acuerdo a si las personas hicieron la práctica y la forma en que la hicieron. Sin embargo, es necesario estudios repetidos para nuevas observaciones.

El método permite medir la adopción individual y la del grupo (en este caso la familia o cada grupo de miembros de la familia).

El método permite medir la "calidad", la adopción es decir, si las prácticas son aceptadas, entendidas y correctamente usadas.

La aplicación del método permite formarse una idea sobre el uso continuado que se dará a una práctica, ya que es posible determinar si ésta se difunde sólo por su forma, o si también, por el uso y el significado.

Monge y otros/17 en un estudio hecho en 1968 en El Espinal, El Guamo y Purificación (Tolima) mediante entrevistas a 282 productoras y a 57 agentes de cambio encontró que hay diferencia en cuanto a la variable clasificatoria forma de explotación y que por tanto cualquier proyecto de divulgación de información debería estar dirigido a cada una de las calidades de propietario, arrendatario, aparcero u ocupante. Encontraron que en este orden disminuye el grado de conocimientos sobre crédito, mercados y precios, leyes referentes a la tierra, disponibilidad de insumos, tecnología, programas de capacitación agrícola, etc. Por tanto este deba ser otro criterio para enfatizar cualquier actividad de información sobre los factores que menos se conocen.

Un estudio de credibilidad de seis fuentes de información efectuado por Ramos/21 en 1968 dio los siguientes resultados.

El orden en que se clasificaron las seis fuentes estudiadas, de mayor a menor fue:

Extensionista, maestro, radio, vecinos, vendedores, periódico. Los vendedores y vecinos quedaron situados muy cerca entre sí en el continuum, esto es que es factible que se invierta el orden en otro estudio.

El 86% de los respondientes fueron hallados consistentes en sus juicios sobre las seis fuentes. Esto es que en el 86% de ellos no había contradicciones o respuestas ilógicas (triadas circulares).

En el estudio de credibilidad se usó el método de comparación por pares con 130 informantes. El concepto de credibilidad en este caso se definió como el grado en el cual un individuo considera como exacta una fuente de información.

Consideraciones

De los resultados encontrados en las anteriores investigaciones se han sacado las siguientes ideas para ponerlas en consideración de los asistentes al Seminario.

1. La mayoría de las investigaciones realizadas son netamente institucionales y han buscado siempre soluciones a algún problema específico.

2. A nivel de profesionales, el contenido y la deficiente distribución de las publicaciones es lo que más limita la obtención de información agropecuaria (Supervisores INCORA, trabajo de A. Peña, Extensionista ICA -Supervisores INCORA- trabajo de Rodrigo Rojas).

3. Para los agentes de cambio las demostraciones de método y de resultados son los métodos de comunicación más usados y eficientes en la trasmisión de información agropecuaria a los campesinos:

4. Hay resultados que tienden a comprobar la ya popular hipótesis de que "la gente sólo utiliza los medios de comunicación masiva para entretenimiento porque el contenido no es adecuado" (Castro y Celis).

5. La comunicación interpersonal es más importante que la comunicación social en las áreas rurales; esto sucede tanto en hombres como en mujeres (Franco).

6. Los líderes están más expuestos a medios de comunicación masiva (Hurtado, Fals Borda).

7. El medio ideal según los líderes y campesinos para recibir información agropecuaria es la radio y también el Extensionista. Las horas más adecuadas para la radio son 6 a 7 a.m. y 5 a 7 p.m.

8. Se ha encontrado que hay diferencia en cuanto a la variable clasificatoria forma de explotación de la tierra. En consecuencia es necesario dar diferentes tratamientos a los mensajes según vayan dirigidos a propietarios, arrendatarios, aparceros, etc.

9. Los líderes formales (alcaldes, curas, extensionistas) gozan de mayor credibilidad que otras personas en la inducción a la adopción de una práctica.

VA/mdeb IX-13-1972

BIBLIOGRAFIA

1. AGUDELO S., I. Una nueva dimensión en la adopción de prácticas. Revista ICA (Colombia) 3(2):83-90. 1968.

2. ALBA R., V. y RINCON R., H. Canales de comunicación que usan algunos líderes rurales para obtener información agropecuaria. Revista ICA (Colombia) 5(1): 17-14. 1970.

3. _____ et al. Dificultades de los agentes de cambio del ICA para obtener y comunicar información agropecuaria ICA. Bogotá, ICA, Departamento de Ciencias Sociales, 1970. 55 p.

4. ANDREW, C.O. et al. Problemas del mercadeo y producción del campesino. Bogotá, Instituto Colombiano Agropecuario ICA, Departamento de Economía Agrícola. Boletín Técnico no. 10. 1971. 23 p.

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

6. CASTRO S., A. y CELIS S., A. Evaluación de un periódico regional. Cogua, Cundinamarca. Tesis de Ing. Agr.. Bogotá, Universidad Nacional, Facultad de Agronomía, 1968. (Mimeografiado).

7. CONSULTORES DE MERCADEO (CONSUMER) LTDA. Análisis del programa agropecuario "La Hacienda". Evaluación de sintonía en base a correspondencia dirigida al programa. Bogotá, 1969. 37p.

8. DEUTSCHMAN, P.J. y FALS BORDA, O. La comunicación de las ideas entre los campesinos colombianos. Bogotá, Universidad Nacional de Colombia, Facultad de Sociología, 1962. 24 p.

9. FRANCO S., A. Valorización y análisis de las necesidades de la comunidad rural. Manizales, Universidad de Caldas, Facultad de Agronomía. División de Comunicaciones ICA, 1971. 68 p. (Multilith).

10. GOMEZ P., L. et al. La audiencia campesina de Radio Sutatenza. Bogotá, Acción Cultural Popular, Departamento de Sociología. 1970. 42 p.

11. GOMEZ L., y GUTIERREZ, A. Encuesta sobre radiodifusión entre los campesinos. Bogotá, ACPO. Documento de Trabajo no. 13. 1970. (Multilith).

12. GRUNIG, J. E. La toma de decisiones y la experiencia de empresarios genuinos entre latifundistas colombianos. IICA-CIRA. Mimeografiado no. 111. 1968. 38 p.

13. GUARNIZO, M. E. Evaluación de progreso campesino, periódico mensual del INCORA para sus beneficiarios campesinos INCORA. Bogotá, 1967. 62 p.

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

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

16. MONGE, F. et al. Estudio sobre la eficacia de diversos medios de comunicación en la realización de una campaña de divulgación. IICA-CIRA. Mimeografiado no. 97. 1967. 64 p.

17. _____. et al. Aspectos de comunicaciones para el desarrollo de una región agrícola de Colombia. IICA-CIRA. Mimeografiado no. 115. 1968. 36 p.

18. PEÑA A., R. y PINZON, I. Plan de campaña. Bogotá, IICA-CIRA-INCORA, 1966. 17 p.

19. _____ et al. La comunicación en el programa de crédito supervisado del INCORA. Nivel del Supervisor. IICA-CIRA. Mimeografiado No. 27. 1965. 53 p.

20. RAMIREZ, A. y ADAMS, D. W. Una técnica para introducir cambios en una comunidad rural. IICA-CIRA. Mimeografiado no. 54. 1966. 8 p.

21. RAMOS L., E. Análisis de credibilidad de seis fuentes de información usando la comparación por pares. Revista ICA (Colombia) 3(4):389-405. 1968.

FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACION

Carlos Luis Arias*

I Parte - Proceso y elementos de la Comunicación

Es indudable que una de las grandes facultades que poseen los seres humanos es la de comunicarse, no solo comunicarse entre sí, sino también con otras generaciones. La comunicación ha hecho posible la formación de culturas y el progreso de la humanidad. Los distintos medios de comunicación que ha creado el hombre han sido los vínculos que han llevado de una región a otra los resultados de sus observaciones, de sus experiencias y de sus descubrimientos. Todo esto capitalizado ha hecho el milagro de la vida moderna con todas sus conveniencias, sus ventajas y comodidades. El ser humano puede hoy día gozar de una vida más sana y más confortable, ha aumentado considerablemente su eficiencia para la producción de alimentos y materias primas y ha desarrollado notablemente su inventiva para realizar grandes descubrimientos.

Comunicación viene del latín "comunis" que significa "común". Cuando comunicamos, hacemos algo "común" con alguién, es decir, tratamos de compartir una idea, una información, un conocimiento con otra u otras personas. La mayor parte de nuestro tiempo la pasamos comunicando. Comunicamos por medio de la palabra hablada o escrita, por medio de gestos, acciones y movimientos.

Los sentidos son instrumentos de la comunicación. A través de ellos el ser humano es capaz de aprender, de emitir mensajes, y de recibir comunicaciones. Por medio de ellos interpretamos la realidad exterior, interpretamos señales o símbolos. Hoy día dependemos más de símbolos y señales que de cosas reales. Los símbolos y señales pueden ser orales, escritos y visuales.

Por medio de expresiones faciales, movimientos de las manos o del cuerpo expresamos ideas, pensamientos, estados de ánimo. Estos son señales visuales. Cuando hablamos o escribimos usamos el lenguaje que es simplemente un código, una serie de señales orales con su representación gráfica, de las cuales nos valemos para expresar nuestras ideas, en forma oral o escrita.

También hay otro código por medio del cual comunicamos, expresamos ideas. Esto es, por medio de nuestra conducta mostra-

* Comunicador, IICA-Zona Norte, Guatemala.

mos amistad, antipatía, respeto, etc., aunque algunas veces no nos damos cuenta de ello. En otras palabras todo aquello a lo que podamos dar un significado lo podemos utilizar para comunicarnos.

La comunicación tiene pues muchos aspectos. Para comprender su importancia y mejorar la habilidad de comunicar en cualquier clase de actividad que desempeñemos, debemos comprender el proceso, los factores que determinan la comunicación y los efectos que produce.

Todas las actividades humanas requieren comunicaciones. Son la base de la interacción humana, de la relación entre los hombres. Como toda interacción tiene un propósito, veamos con qué propósito nos relacionamos con otros individuos.

Tan pronto como nacemos las necesidades fisiológicas nos obligan a actuar. Hacemos movimientos con la cabeza, los brazos y las piernas. Pero también emitimos sonidos y pronto nos damos cuenta que por medio de ellos logramos algo, que nos alimenten, que nos abriguen o que nos hagan compañía. Aprendemos que por esos medios podemos afectar la conducta de los que nos rodean y algunas veces logramos lo que nos proponemos. Poseemos un medio de comunicación que nos permite transmitir nuestros sentimientos, preocupaciones, etc. Al poder comunicarnos no sólo podemos lograr nuestros propósitos, sino que también podemos hacer que otros actúen conjuntamente con nosotros para influír sobre el medio físico que nos rodea hasta alterarlo en nuestro beneficio.

Hacemos pues siempre uso de la comunicación con un propósito, para afectar algo o a alguien.

Pero en nuestra actividad diaria de vez en cuando observamos que no logramos nuestros propósitos con la comunicación que emitimos. Debemos entonces examinar nuestra conducta comunicativa con el fin de mejorar los sistemas de comunicación que estamos empleando y así poder cumplir más eficazmente con nuestros objetivos. Observemos primero si nuestros propósitos están claros, si sabemos exactamente lo que queremos, y qué perseguimos con nuestro esfuerzo.

A menudo vemos individuos muy dinámicos, que se pasan muy ocupados todas las horas del día. Sin embargo no logran sus propósitos. Es probable que su comunicación no está dirigida y no llega a su destino. Puede ser que olvidan sus propósitos los fines de su trabajo; toda la actividad que despliegan es más para que sea observada por sus jefes o compañeros de trabajo, y no para lograr sus objetivos.

Si deseamos ser más eficientes en nuestro trabajo debemos pues analizar nuestra conducta comunicativa, comprender cómo se realiza el proceso de la comunicación y conocer los elementos que intervienen en él, ya que la comunicación es un componente básico en todas las actividades humanas.

Elementos de la comunicación

La comunicación requiere siempre por lo menos de tres elementos: la fuente o emisor, el mensaje y el destinatario o receptor.

La fuente puede ser un individuo hablando, escribiendo, pintando, gesticulando, o un organismo público dedicado a la difusión de informaciones como un periódico, una casa editorial, una escuela, una estación de radio o de televisión, un servicio de extensión agrícola, un centro de investigación, etc.

El mensaje puede estar impreso (palabras, dibujos); en ondas sonoras; impulsos de corriente eléctrica; movimientos de mano o de banderas; los cuales pueden tener algún significado para el que lo recibe, o destinatario.

El destinatario puede ser un individuo escuchando, mirando, leyendo, o un grupo de individuos como el público de una conferencia, o concierto, o un evento deportivo. También el destinatario puede ser el individuo que forma parte de una masa, de un grupo grande de personas que escuchan la radio, lee la prensa u observa la televisión.

Un modelo de comunicación

La importancia de la comunicación ha producido varios intentos de explicar el proceso por medio de modelos. Unos difieren de los otros en cuanto a la descripción del proceso o de los elementos. Ninguno se puede decir que sea el correcto o el verdadero. Algunos pueden ser más útiles que los otros para explicar el proceso de acuerdo con el conocimiento actual de las comunicaciones, o para explicar la situación de comunicación en que nos encontremos.

El modelo que se utiliza a continuación para describir el proceso de la comunicación ha sido sugerido por Berlo (1).

"Cuando la fuente desea hacer "común" un sentimiento, una idea, una información, con el destinatario, es decir cuando desea enviar un mensaje, traduce sus ideas, propósitos o intenciones a

un código o clave. Lo traduce a una serie de símbolos o señales por medio de los cuales el mensaje puede ser cifrado y transmitido.

En la comunicación de persona a persona el cifrado del mensaje se puede efectuar por medio de los mecanismos bucales, los cuales producen palabras, notas musicales, gritos, etc., por medio del sistema muscular de las manos, el cual puede producir palabras escritas, dibujos, movimientos; o por medio del sistema muscular de cualquier parte del cuerpo que producen gestos, movimientos o posturas del cuerpo. El cifrado del mensaje se puede hacer pues por medio de las habilidades motrices de la fuente o emisor.

En una situación más compleja, por ejemplo, el caso del agente de extensión agrícola, éste actúa como cifrador del mensaje. Es la persona que interpreta el mensaje proveniente de sus fuentes de información, lo cifra y lo transmite a sus agricultores. De modo que el cifrado es un nuevo elemento en el proceso de la comunicación.

Cuando el mensaje está listo para ser transmitido se necesita algo más para hacerlo llegar a su destino, se necesita un medio, algo que sirva para transportarlo al destinatario. Entra aquí un cuarto elemento en el proceso y es el canal de comunicación. Para lograr efectividad en la comunicación es necesario hacer una buena selección del canal de la comunicación.

Si detenemos aquí el proceso, la comunicación no se lleva a cabo. Es necesario que haya alguien al otro extremo del canal de comunicación. Este es el receptor o destinatario o sea el objetivo de nuestra comunicación.

Pero el mensaje dijimos que estaba cifrado en un código o clave especial. Es necesario pues descifrarlo y ponerlo en tal forma que el destinatario lo pueda recibir y hacer uso de él. En la comunicación de persona a persona, como dijimos antes, el cifrado del mensaje se haría por medio de las habilidades motrices de la fuente, y el descifrado se haría por medio de las habilidades sensoriales del destinatario, es decir, por medio de sus sentidos.

Si analizamos cualquier situación de comunicación podemos encontrar claramente los elementos descritos hasta aquí, pero también vamos a encontrar algo más. Estos elementos no son independientes, en algunos casos están interrelacionados, sobreponiéndose unos a otros y en algunas ocasiones los encontramos en un orden inverso. Todo depende de la situación de comunicación que analicemos

y los propósitos o intenciones de la fuente de comunicación. Encontraremos situaciones en que un individuo es fuente o emisor y al mismo tiempo es receptor o destinatario, estará desempeñando diferentes funciones al mismo tiempo.

La fidelidad de la comunicación

Cuando enviamos un mensaje del cual deseamos una respuesta, esperamos que nuestra comunicación sea recibida fielmente, que el mensaje que reciba el destinatario exprese perfectamente nuestras intenciones, y que lo reciba con exactitud.

Al estudiar el proceso de la comunicación con el fin de mejorar la eficacia de nuestras comunicaciones debemos determinar todo aquello que reduce o incrementa su eficiencia.

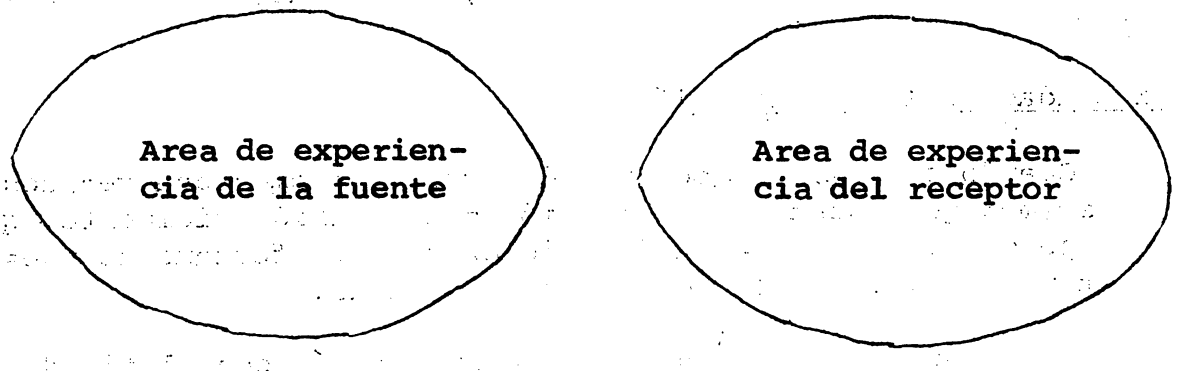
Cuando se habla de electrónica comúnmente se llama interferencia o ruido aquello que dificulta la fidelidad de las audiciones, lo cual también pueden ser mensajes que interfieran con otros mensajes y que dificultan su recepción.

Basándonos en lo anterior podemos introducir un nuevo elemento en el proceso de la comunicación y es todo aquello que interfiera en la fidelidad del mensaje, y que reduce su eficacia; lo llamaremos ruido, interferencia, estática, etc.

Cuando una fuente o emisor de comunicación determina en qué forma desea afectar al receptor, pone su mensaje en un código tal que pueda ser comprendido por el receptor y que produzca la respuesta deseada. Sólo así podrá el receptor interpretar (o descifrar) el mensaje y responder a él y ejecutar la acción que desea el emisor de la comunicación. Pero el destinatario hará la interpretación del mensaje de acuerdo con su propia experiencia y sus conocimientos. Así como necesita saber el código o sistema de señales que está empleando el emisor del mensaje, necesita también tener una serie de conocimientos y experiencias comunes con el emisor para que pueda establecerse la comunicación entre ambos.

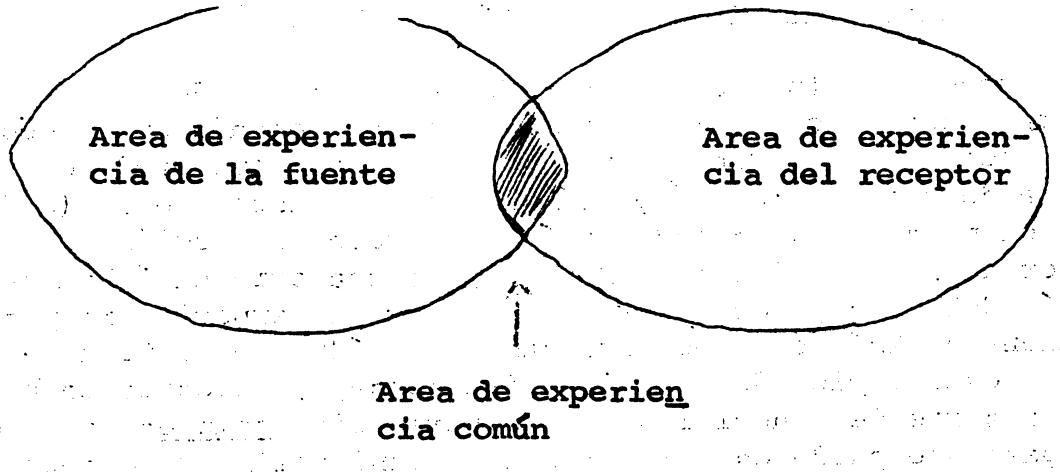
Si la experiencia del receptor es diferente de la experiencia de la fuente, la comunicación es difícil o puede no llevarse a cabo.

Figura No. 1



La igualdad de experiencias o las áreas de experiencia común son indispensables para que se establezca la comunicación.

Figura No. 2



Si la fuente expresa sus ideas en inglés y el receptor habla solamente español, habrá comunicación cuando los dos, elementos emisor-receptor usen el mismo idioma u otro sistema de señales común a ambos. Igual situación se presenta cuando una persona de refinada educación trata de comunicarse con un analfabeto. Se establecerá la comunicación entre ambas personas únicamente cuando encuentren las áreas de conocimientos o experiencias comunes. Las oportunidades de educación deparan múltiples experiencias; la co-

municación puede llevarse a cabo entre estas dos personas si fuente y receptor utilizan experiencias o conocimientos comunes a ambos que puedan ayudar a la comprensión del mensaje que se quiere transmitir; se puede recurrir también a la repetición del mensaje en formas diversas y se puede recurrir también a analogías.

Pero como se dijo antes, al emitir un mensaje se espera una respuesta. El receptor se convierte en emisor y el emisor en receptor. Se realiza la comunicación de doble vía. Por esto cuando se habla de la comunicación se dice que es un proceso, porque no se detiene, es una cosa continua, dinámica. La comunicación que viene de regreso es la que indica si el mensaje se transmitió correctamente, si fue captado y comprendido. Esta "retroinformación" (feed back) es la que norma la conducta comunicativa de la fuente, es la que indica si los mensajes se están emitiendo en un código adecuado, si el receptor los está comprendiendo, si se le está dando la información que desea y si está dispuesto a tomar la acción que sugiere el emisor.

Hay cuatro factores dentro de la fuente misma o en el cifrador del mensaje y dentro del receptor o el descifrador del mensaje que aumentan la fidelidad del mismo: a) las habilidades para comunicar y recibir mensajes, b) las actitudes, c) los conocimientos y d) su posición dentro del sistema social.

Habilidades

Cinco habilidades podemos señalar, dos que son en sí habilidades para cifrar el mensaje: la habilidad para escribir y la habilidad para hablar. Dos que son habilidades para descifrar el mensaje: habilidad para leer y la habilidad para escuchar. La otra habilidad es imprescindible para el cifrado y descifrado del mensaje y es la habilidad de pensar o de razonar.

Hay otras habilidades que ayudan a aumentar la eficacia de la comunicación, que no son habilidades generales. Estas son la habilidad para pintar, para dibujar y para hacer gestos.

Las habilidades de la fuente o del cifrador para comunicar determinan la fidelidad de la comunicación pues ellas tienen influencia sobre su habilidad para analizar sus propósitos e intenciones e influyen también en su habilidad para cifrar los mensajes por medio de los cuales expresa sus intenciones.

Es natural que para cifrar o codificar mensajes es necesario poseer la habilidad para hacerlo. Si vamos a escribir nuestros mensajes o los vamos a hacer en forma verbal, necesitamos tener un

adecuado conocimiento de vocabulario para expresar nuestras ideas. Decimos adecuado porque lo esencial es que las palabras de nuestro mensaje expresen claramente lo que deseamos expresar, no queremos demostrar que tenemos instrucción, que hemos leído mucho. Tenemos que escribir bien, saber cómo unir las palabras para que juntas den al destinatario una idea clara y precisa de lo que deseamos comunicarle.

Si vamos a comunicar por medio de la palabra hablada necesitamos además de las habilidades mencionadas, otras tales como una buena pronunciación de las palabras y ciertos gestos para acompañarlas. También debemos tener habilidad para escuchar, para poder interpretar mensajes provenientes de quienes nos escuchan y así poder alterar o cambiar la forma como estamos dando nuestros mensajes.

Nuestras habilidades para comunicar, nuestras facilidades para manejar el lenguaje influyen en nuestra manera de cifrar el mensaje. Más aún estas habilidades influyen en nuestros mismos pensamientos. Específicamente, las palabras que usamos y la manera como las unimos, influyen en lo que pensamos y en cómo pensamos, pues para pensar necesitamos usar los nombres de las cosas, las palabras que tenemos para designar las cosas. De modo que los nombres que tenemos a nuestra disposición y la forma como designamos las cosas, influyen en nuestro pensamiento.

La facilidad lingüística de la fuente es un factor importante en el proceso de la comunicación.

Como fuente de comunicación estamos limitados en nuestra habilidad para expresar nuestros propósitos si no tenemos la destreza necesaria para codificar el mensaje con exactitud. Nuestra deficiencia en habilidad para comunicar limita las ideas que están disponibles y limita nuestra habilidad para manipular estas ideas y para pensar.

Actitudes

Las actitudes de la fuente o del cifrador de la comunicación influyen en la manera como comunica. Desafortunadamente la palabra actitud no es fácil de definir. Para nuestro propósito podemos decir que actitud es lo que sentimos por la persona que nos escucha, por la persona a quien queremos dar el mensaje. Podemos estar predispuestos hacia el receptor, podemos tener ciertas tendencias hacia él, deseos de acercarnos o más bien de alejarnos. Si nosotros somos receptores las actitudes pueden ser hacia el emisor

o fuente de comunicación. De modo que las actitudes pueden ser favorables o desfavorables.

Pero no sólo la eficacia de la comunicación es afectada por la actitud hacia el receptor. También la actitud hacia nosotros mismos y la actitud hacia el tema que vamos a tratar afecta la eficacia de la comunicación.

La actitud hacia nosotros mismos afecta la eficacia si tenemos una actitud negativa o positiva hacia nosotros mismos, esto afecta la forma como expresemos nuestro mensaje. Si tenemos confianza en nosotros mismos, si creemos que lo que estamos haciendo está bien hecho, eso se refleja en nuestro mensaje y aumenta la eficacia de la comunicación. Si nuestra actitud hacia nosotros mismos es negativa esto afectará negativamente la eficacia de la comunicación. La falta de confianza en nosotros mismos produce una actitud negativa.

Casos de actitud negativa hacia nosotros mismos, son aquellos cuando nos ataca un miedo pánico ante el público, cuando no aceptamos una promoción en nuestro trabajo porque no nos sentimos capaces de manejar nuevas responsabilidades, o cuando tenemos que escribir algo y no lo hacemos porque no sabemos cómo empezar.

La actitud del emisor hacia el tema del mensaje influye en la forma como se presenta y en la eficacia. Cuando leemos un libro o una revista, cuando escuchamos una conferencia, cuando tratamos con vendedores, o cuando observamos a un actor, observamos su actitud hacia el tema de que trata. Aunque algunas veces no es posible observarlo. Muchas firmas comerciales, por ejemplo, no contratan vendedores que no crean sinceramente en la bondad de los productos que van a vender.

Conocimientos

No hay duda que el nivel de conocimientos que tiene el emisor sobre el tema de su mensaje influye poderosamente en la efectividad. No podemos comunicar lo que no conocemos no sabemos o no entendemos.

También un conocimiento excesivo sobre el tema puede llegar a complicar el mensaje porque lleva al emisor a usar un lenguaje muy elevado, sencillo para él, pero posiblemente complejo para el receptor, lo que impide la recepción del mensaje.

A menudo se discute si un conocimiento amplio sobre un tema es suficiente para poder transmitirlo a otros. Otras veces se

dice que saber enseñar, es decir saber cómo transmitir conocimientos, es suficiente, aunque no se conozca mucho el tema. Ambas aseveraciones son falsas si se expresan en esa forma. La fuente o emisor no sólo debe conocer bien el tema que trata, sino que debe tener conocimientos de cómo comunicarlo.

Estamos hablando de conocimientos. El conocimiento de todo el proceso de la comunicación nos ayuda a mejorar nuestra habilidad para comunicar. Nos capacita para hacer un análisis del mismo y saber cuáles son nuestras propias actitudes, las características de nuestro receptor, las formas de producir mensajes, el tratamiento que debemos darle y la selección de los canales de comunicación

El conocimiento de la comunicación afecta pues nuestra forma de comunicar.

Sistema Socio-Cultural

Ninguna fuente o receptor de comunicaciones es un agente aislado, siempre forma parte de un sistema socio-cultural y está recibiendo la influencia de este sistema. Debemos conocer sus habilidades en cuanto a emitir o recibir comunicaciones, sus actitudes, y sus conocimientos, pero también debemos conocer el sistema socio-cultural en el cual está operando. Debemos saber cuál es su situación dentro del sistema social, los papeles o roles que desempeñan, las funciones que debe llenar, el prestigio que él cree tener y el que le confiere el sistema social al cual pertenece. Debemos conocer el contexto cultural dentro del cual comunica o recibe comunicación, las creencias culturales y sus valores dominantes, las formas de conducta que son aceptables o no, requeridas o no, dentro de su cultura. Necesitamos conocer también lo que se espera de él y lo que él espera de los demás. Todos estos factores afectan su forma de comunicar o de recibir mensajes.

La gente de las distintas clases sociales se comunica diferente, la gente de diversas culturas tienen formas diferentes de comunicarse. Las mismas palabras, se emplean con sentidos diversos de acuerdo con el sistema social o cultural del emisor y del receptor. Las diferentes culturas y los diversos sistemas sociales dan a las mismas palabras significados diferentes y usan canales de comunicación diferentes.

También podemos tomar en cuenta que en ocasiones la misma persona desempeña diferentes papeles o roles dentro de su sistema social y que cambian las percepciones e imágenes de esta persona respecto a la posición social o cultural del receptor.

El mensaje

Podríamos decir que el mensaje es el producto de la fuente o del cifrador. Cuando hablamos, el discurso o lo que digamos, es el mensaje. Cuando escribimos, es el escrito. Cuando pintamos, es el cuadro. Cuando hacemos gestos o movimientos con las manos, las expresiones de nuestra cara son el mensaje.

Por lo menos tres factores deben tenerse en cuenta en la preparación del mensaje: el código o clave, el contenido y el tratamiento. Al hablar de estos factores podemos referirnos a los elementos de cada uno y a la manera como estos elementos se estructuran.

Elementos y estructura del mensaje

Elementos y estructura no son independientes, están interrelacionados y no podemos tener el uno sin el otro.

Todo lo que conoce el hombre, existe para él y lo conoce en alguna forma. Siempre que nos referimos a algo le imponemos una estructura, le ponemos un nombre. No podemos actuar si no tenemos el mundo estructurado en alguna forma.

Cuando aprendemos a distinguir y a nombrar objetos, los aislamos en unidades y los distinguimos como elementos de un todo. Luego colocamos estas unidades o elementos juntos formando una estructura.

Por ejemplo, los elementos del lenguaje son sonidos, los agrupamos y tenemos lo que llamamos fonemas. Buscamos anotaciones para estos sonidos y creamos entonces letras y sílabas. Las letras y las sílabas son pues elementos, los cuales se combinan en múltiples formas. Cada combinación es una estructura. Las combinaciones de estos elementos forman palabras y si observamos las palabras que nos sirven para designar objetos vemos también que los objetos en sí están formados también por elementos que forman otra estructura. Pero para que los elementos nos sirvan para designar la cosa que deseamos, deben estar en un orden. La misma cosa designada debe reunir cierto número de elementos para que sea lo que corresponde al nombre dado.

Elementos y estructura van juntos. Uno no es más importante que el otro. En comunicaciones debemos tener buenas ideas (elementos) y buena organización (estructura). No pueden existir separados.

Esto no quiere decir que hay una distinción exacta entre elementos y estructura. Un árbol por ejemplo puede ser un elemento de una estructura, bosque. Pero árbol es también una estructura que tiene elementos: hojas, raíz, tronco, y así sucesivamente. Podemos pues afirmar que todo existe, tiene elementos, y que cualquier grupo de elementos tiene que ser combinado para formar una estructura.

Es útil hablar de elementos y estructura inclusive cuando hablamos de mensajes. Dijimos al empezar a hablar del mensaje que tenemos que poner atención al código o clave que se emplea, a su contenido y a su tratamiento, que son elementos de la estructura del mensaje. Pero debemos poner atención también a los elementos de estos mismos elementos.

Código del mensaje

El código o clave del mensaje es una serie de símbolos que pueden ser estructurados en tal forma que tienen significado para alguna persona. Los idiomas son códigos, contienen elementos (sonidos, letras, palabras) que son arreglados en un cierto orden significativo y no en otro.

Un código es cualquier cosa que tenga un grupo de elementos (un vocabulario) y un procedimiento para combinarlos en forma significativa (una sintaxis). Si queremos saber si un grupo de símbolos es un código tenemos que aislar su vocabulario y observar si hay una forma sistemática (estructura) de combinar esos elementos.

Para comunicar hay algunos otros códigos. La música es un código, tiene su vocabulario (las notas) y tiene su sintaxis: un procedimiento para combinar las notas en una estructura que tiene significado para los que escuchan. Si queremos entender la música tenemos que aprender el código.

La pintura también tiene un código, el pintor tiene un vocabulario, los elementos que él usa, los combina y produce una estructura. Pero tanto en música como en pintura el músico o el pintor usa una sintaxis diferente y esto hace a un artista diferenciarse de los demás.

El baile también requiere un código. Cualquier forma de arte que sirve para comunicar requiere un código. Podemos hablar del código de la radio y la televisión, de la composición de un anuncio. En cada una de estas situaciones el comunicador tiene un grupo de elementos y varias alternativas para combinarlos. Para ser un buen bailarín, un buen productor de radio o televisión, es

necesario en parte conocer el vocabulario disponible y ser capaz de estructurarlo en la forma más efectiva.

Siempre que vayamos a cifrar o codificar un mensaje debemos tomar algunas decisiones respecto al código que vamos a usar. Debemos decidir cuál código, qué elementos y qué método de estructurarlos usaremos.

Contenido del Mensaje

El contenido del mensaje es el material seleccionado por el emisor o fuente de comunicación que expresa su propósito.

El contenido como el código, tiene elementos y estructura. Si la información que queremos dar tiene tres partes hay que presentarlas en un orden determinado. Si tenemos más, podemos escoger otro orden. Cada parte de éstas es un elemento. La forma que escojamos para acomodar esas partes determina la estructura del contenido.

Tratamiento del Mensaje

Hemos hablado del código y del contenido como factores del mensaje. Hemos sugerido que la fuente o el cifrador tienen algunas decisiones que tomar en cuanto al código que va a usar, los elementos y la estructura.

La fuente, al presentar un mensaje que expresa sus propósitos puede seleccionar una u otra información, una u otra aseveración, una u otra evidencia. Puede arreglar el contenido en una u otra forma. Puede repetir parte de él. Puede presentar un resumen final.

En la selección de los elementos, y la estructura de ambos, código y contenido, la fuente tiene muchas decisiones que tomar. Al hacer estas decisiones va mostrando su estilo de comunicar, es decir trata su mensaje en cierta forma. En otras palabras, tratamiento se define como las decisiones que la fuente de comunicación hace al seleccionar y arreglar ambos código y contenido, para presentar su mensaje.

Estas decisiones que toma la fuente se basan en sus características personales, lo cual imparte a su mensaje un estilo propio. Sus habilidades, actitudes, conocimientos, cultura, y posición dentro del sistema social influyen en la selección que hace.

A menudo podemos sacar conclusiones sobre el autor cuando

leemos un libro o un artículo. Podemos concluír cuáles son los propósitos del autor, cuáles son sus habilidades, actitudes, conocimientos y su status.

Otro factor determinante del tratamiento del mensaje es el receptor. Cuando comunicamos, buscamos una respuesta del receptor, queremos que haga algo, que sepa algo o que acepte algo.

Como fuente de información necesitamos tener siempre en mente al receptor. Debemos seleccionar un código que él entienda, y que le atraiga la atención y que sea fácil de descifrar. Estructuramos los elementos en tal forma que el esfuerzo requerido para descifrar o interpretar el mensaje, sea mínimo. Escogemos un contenido que sea convincente, pertinente a sus intereses y a sus necesidades.

Finalmente tratamos el mensaje de modo que obtengamos el máximo de efecto para llenar nuestros propósitos.

El canal

Se puede definir el canal de comunicación como los sentidos por medio de los cuales el receptor o el descifrador puede percibir el mensaje el cual ha sido cifrado o codificado y transmitido por la fuente o por el cifrador.

La selección del canal debe ser cuidadosa y está limitada por varios factores. Tenemos que ver cuáles canales están disponibles, el costo de uso de ellos y las preferencias del receptor. Otros determinantes de la selección de los canales son: por cuáles canales recibe mensajes la mayoría de la gente (al más bajo costo), cuáles canales tienen el mayor impacto, cuáles canales son los más adaptables al contenido del mensaje.

Hasta aquí hemos hablado de medios públicos de comunicación. En el caso de la comunicación humana, también seleccionamos el medio de comunicación, de modo que el receptor pueda descifrar nuestros mensajes. Que pueda verlos, oírlos, tocarlos y en ocasiones hasta gustarlos y olerlos. Podemos decir que los canales de comunicación son las habilidades motrices que posee el cifrador y las habilidades sensoriales que posee el descifrador.

Pero antes de referirnos al cifrador y al descifrador del mensaje dijimos que gracias a sus habilidades motrices y a sus habilidades sensoriales es que se llevaba a cabo el cifrado y el descifrado del mensaje. Ahora definimos como canales de comunicación

a estas mismas habilidades. Hemos dicho también que el emisor y el cifrador pueden ser la misma persona y que el descifrador puede ser el mismo receptor. Para evitar confusiones lo que debemos pensar es que no hay un elemento sin la existencia del otro. Los mensajes están conectados con el emisor por medio de sus funciones motrices y para llegar al receptor deben ser sentidos antes por él. Es decir el canal hace las veces de un acoplador entre el emisor y receptor haciendo posible la comunicación.

Cuando comunicamos tenemos que hacer decisiones sobre el canal que vamos a utilizar. Generalmente no tenemos razones poderosas que nos hagan decidirnos por un canal o por otro. Las decisiones que tomamos en cuanto al mensaje están relacionadas con las decisiones que tomamos en cuanto al canal que vamos a utilizar. El contenido, el código, el tratamiento del mensaje están relacionados con la selección del canal. También el conocimiento de nuestro receptor está relacionado con la selección del canal, pues siempre pensamos: puede el receptor descifrar mejor el mensaje por medio del oído, por la vista o por el tacto? También la fuente misma está muy relacionada con el canal que seleccione. La selección depende si puede comunicar mejor verbalmente o si por medio de la escritura o de demostraciones, etc.

Todos los mensajes deben ser transmitidos por medio de canales y la escogencia del canal es determinante de la eficacia y la efectividad de la comunicación.

Cuando comunicamos no podemos separar los elementos y tomar decisiones independientemente. Todos los elementos están entrelazados y son interdependientes. La comunicación es un proceso, como dijimos al principio, y si separamos sus partes, todo el sistema se derrumba.

II Parte - Comunicación y aprendizaje

Si se compara una situación de comunicación con una de aprendizaje se comprenderá que entre el proceso de la comunicación y el proceso de aprendizaje hay bastante similitud.

Si en la situación en que nos encontramos estamos interesados en que nuestro público aprenda algo, el conocimiento y comprensión del proceso de la comunicación y del proceso de aprendizaje nos ayudará a realizar con éxito nuestro trabajo. Seremos más eficientes si comprendemos lo básico de ambos procesos.

Hay muchas actividades que todos reconocemos como casos ilustrativos de aprendizaje: cuando adquirimos nuevo vocabulario, cuando aprendemos a manejar un vehículo. Cuando memorizamos nombres. Hay otros casos no tan obvios como los anteriores que también pueden clasificarse como de aprendizaje; por ejemplo cuando adquirimos prejuicios, preferencias por algo, ideales, u otras formas de conducta resultante de nuestra relación diaria con otras personas. Hay otros casos de aprendizaje que no se clasifican como tales por su poca o ninguna utilidad, pero que son también casos ilustrativos, por ejemplo, los tíos nerviosos, los amaneramientos, los gestos, etc.

Todos estos casos nos ayudarán a comprender qué es el aprendizaje ya que hay muchas teorías y por consiguiente muchas definiciones.

Podemos decir que aprendizaje es el mejoramiento individual debido a la repetición de una acción que nos produce placer o beneficio. Aunque como dijimos antes en algunas ocasiones el aprendizaje nos puede producir placer pero no beneficio, ni es deseable. Pero generalizando podemos decir que aprendizaje es el proceso debido al cual se origina una actividad o se produce un cambio en la reacción (o respuesta) del individuo a una situación (o estímulo) que se presenta repetidamente. La nueva actividad (o cambio) no debe ser causada por tendencias innatas en el individuo, o debido a su madurez o a estados orgánicos momentáneos, causados por fatiga o por el empleo de drogas. Debe ser un cambio en su comportamiento, una respuesta sistemática que da el individuo ante la presencia repetida de un estímulo o diferentes respuestas ante la presencia repetida del mismo estímulo. Cuando el individuo se comporta así se dice que ha realizado un aprendizaje.

De modo que para que se realice el aprendizaje es condición indispensable la presencia de un estímulo. El estímulo debe ser pues percibido, sentido, interpretado por el individuo para que pueda dar una respuesta.

En algunas ocasiones ante la presencia de un estímulo, como el calor al tacto, retiramos la mano, o cuando vemos que nos va a caer una paja en el ojo, cerramos el ojo. Aquí no hay aprendizaje, son movimientos reflejos, sin nuestro control, es importante considerarlos cuando estudiamos el aprendizaje. En estas situaciones el estímulo únicamente se percibe y se responde. Para que haya aprendizaje es necesario que suceda algo entre el momento que se presenta el estímulo y el momento en que se da la respuesta. Es decir, es necesaria la interpretación del estímulo. El individuo tiene que tomar ciertas decisiones, debe tener un control sobre la

respuesta. Pero hay algo más, al dar la respuesta lo hace en forma tentativa, con cuidado y observa las consecuencias, si recibe gratificación por ella, si sus consecuencias son agradables al individuo responderá en el futuro en igual forma ante el mismo estímulo. Pero si sus consecuencias fueron desagradables y no recibió gratificación por su respuesta el individuo descuente esa respuesta y prepara otra.

Pero no se considera que el individuo haya aprendido si responde al mismo estímulo una, dos o tres veces en igual forma. Ha aprendido cuando su respuesta se hace habitual, cuando su respuesta es siempre igual al presentarse el mismo estímulo.

Resumiendo podemos decir que los ingredientes del proceso de aprendizaje son:

1. Presentación del estímulo
2. Percepción del estímulo
3. Interpretación
4. Respuesta de prueba
5. Percepción de las consecuencias que tiene la respuesta de prueba
6. Reinterpretación de las consecuencias y preparación de nuevas respuestas
7. Desarrollo de una relación estable entre estímulo y respuesta: formación del hábito.

Una vez que el hábito se desarrolla el individuo cesa de interpretar el estímulo, contesta automáticamente sin pensar ni analizar. Algo parecido a los actos reflejos de nuestro organismo.

III Parte - Efectos de la Comunicación

Se considera importante estudiar los fundamentos de la comunicación porque al conocer el proceso y estudiar los efectos que las comunicaciones producen en sus receptores, se puede estar en capacidad de poder predecir los efectos que un mensaje que se quiere transmitir va a producir en quienes lo reciben.

Cuando se escribe una carta, se enseña algo a alguien, se pone un anuncio en el periódico, se reprende un niño, se escucha al candidato por la radio o la televisión, se hacen predicciones de lo que va a suceder como efecto de estos distintos mensajes, pero se puede errar si no se reunen los siguientes requisitos

señalados por Schramm (4).

1. El mensaje debe formularse y presentarse de tal modo que atraiga la atención del destinatario.
2. El mensaje debe emplear signos relacionados con la experiencia común de la fuente y del destinatario a fin de transmitir los significados.
3. El mensaje debe despertar necesidades del destinatario y sugerir slgunas maneras de satisfacerlas.
4. Para satisfacer esas necesidades el mensaje debe sugerir una manera adecuada a la situación del grupo en que se encuentra el destinatario, en el momento en que se le estimula a dar la respuesta deseada.

Al observar estos requisitos se puede ver por qué el comunicador experto generalmente principia por descubrir, hasta donde puede, todo lo relacionado a su destinatario y por qué el conocimiento del público es el primer requisito de la comunicación. Además, como se señaló en la primera parte de este escrito es importante conocer el momento oportuno de enviar el mensaje, el lenguaje que se debe emplear para que sea comprendido, las actitudes, valores, y las normas del grupo en el que se realizará la acción sugerida por el emisor. Esto es relativamente fácil en la comunicación trasmitida de persona a persona, pero más difícil en la comunicación para las masas.

Vemos los cuatro requisitos a que se refiere Schramm.

1. El mensaje debe formularse y presentarse de tal modo que atraiga la atención del destinatario. Esto no es tan fácil como parece. Primero debemos tener un mensaje que transmitir: no habrá comunicación si no usamos un volumen de voz adecuado para que se nos oiga; o si no se entrega nuestra carta; o si nos sonreímos con la persona con quien queremos sonreírnos cuando ella no nos está mirando. Aun cuando se disponga del mensaje, puede ser que no lo escojamos debidamente. Cada uno de nosotros tiene a la disposición una cantidad de información mayor de la que se puede humanamente percibir y aceptar. Por consiguiente, cuando queremos comunicar nos corremos a nuestro alrededor de la misma manera como recorremos los titulares de los periódicos o como leemos un índice de materias. Escogemos los mensajes de acuerdo con las características que percibimos de ellos y de acuerdo con nuestras necesidades e intereses. Generalmente, escogemos los mensajes de acuerdo con alguna impresión que nos produce alguna característica del mensaje, ya sea el titular de un libro o de un artículo, nombre en un anuncio radiofónico, una fotografía, algún color o sonido. Si alguna característica no nos atrae, es posible que nuestros sentidos jamás se

abran al mensaje. Para cada situación diferente seleccionamos una característica diferente.

De modo que debemos tratar de que nuestro mensaje posea alguna característica o distinción que atraiga la atención del destinatario y que le llegue en el momento oportuno. Si por ejemplo nos dirigimos a una persona que está descansando es posible que atraigamos más fácilmente su atención que si nos dirigimos a una persona que está escuchando en ese momento otro mensaje en competencia con el nuestro, o cuando tuviese demasiado sueño para prestarnos atención, o cuando estuviese pensando en otra cosa y sencillamente no está en "sintonía" con nosotros. (Cuántas veces al terminar de hablar con alguien nos damos cuenta de que nuestro presunto receptor no ha oído ni una palabra?). Por lo tanto al formular un mensaje debemos tener presente que para que reciba atención debe ser oportuno, presentarse en el lugar adecuado y estar relacionado con los intereses del receptor.

2. El mensaje debe utilizar signos relacionados con la experiencia común de la fuente y del destinatario, a fin de transmitir los significados. Ya mencionamos la necesidad de tener en sintonía al receptor. Debemos añadir ahora que, conforme aumenta nuestra experiencia con el ambiente, tendemos a clasificar y catalogar las experiencias en función de la relación con otras experiencias y con nuestras necesidades e intereses. Conforme envejecemos, ese sistema de catalogación se hace más firme, se tiende a rechazar los mensajes que no se ajustan a esa estructura, o a deformarlos para que se ajusten a ella.

Al formular, pues, nuestro mensaje debemos estar seguros no sólo de que hablamos el mismo idioma que el receptor, sino también que no estamos escribiendo en un lenguaje demasiado difícil para él y que lo que escribimos no está en posición directa a su manera de ver y catalogar el mundo. En algunas ocasiones es conveniente antagonizar directamente con nuestro receptor pero ésto se hace cuando nuestras convicciones y actitudes no están muy firmes, lo cual no sucede con frecuencia.

3. El mensaje debe despertar necesidades del destinatario, y sugerir algunas maneras de satisfacerlas. Actuamos por necesidad y nos dirigimos a ciertas metas. En situaciones sencillas, la respuesta al estímulo es completamente automática. En situaciones más complicadas, generalmente tenemos mayor libertad de elección y escogemos la acción, que en la situación dada, se acerca más a la satisfacción de nuestras necesidades o al logro de nuestras metas. El primer requisito de un mensaje eficaz, por consiguiente, es que

se relacione con una de las necesidades de nuestra personalidad (seguridad, sensación de pertenencia, comprensión, amor, estar libres de presiones, estar libres de ansiedades, etc.). El mensaje debe hacer que el individuo sienta una necesidad o una tensión que pueda satisfacer con la acción. Entonces el mensaje puede tratar de controlar la acción resultante, sugiriendo qué acción debe ejecutarse. Así, los anuncios generalmente nos insinúan qué debemos comprar y dónde.

Naturalmente, la acción que se sugiere no siempre es la que se ejecuta, si se ve una acción más fácil, menos costosa o más aceptable por otras personas y que conduzca a la misma meta, probablemente será la que escojamos. Por ejemplo, puede ser que el receptor no sea la clase de persona que le gusta ejecutar una acción enérgica aún cuando parezca que ésta sea la que conviene. Los valores personales pueden inhibir al individuo para que no haga lo que se le sugiere, o su rol o la pertenencia a su grupo puede controlar la acción que ejecuta. Sobre este control hablaremos a continuación.

4. Para satisfacer esas necesidades el mensaje debe sugerir una acción que sea adecuada a la situación de grupo en la que se encuentra el destinatario en el momento en que se le impulsa a dar la respuesta deseada. La primera educación la recibimos en el grupo primario de nuestra familia; aprendemos la mayor parte de nuestras normas y valores, de los grupos con los cuales estamos relacionados; aprendemos los roles en grupos y esos roles nos dan una rutina más ordenada y satisfactoria de la vida. Producimos la mayor parte de nuestras respuestas de comunicación en grupos. Y si la comunicación va a producir un cambio en nuestro comportamiento, el primer lugar en donde buscamos la aprobación de nuestro nuevo comportamiento es en el grupo. Escasamente nos damos cuenta de la gran importancia que tiene nuestra participación en los grupos, o de la lealtad que hemos adquirido para con nuestros diversos grupos e instituciones. Hasta tanto no se vea amenazada nuestra posición en el grupo, o el grupo mismo, es que nos damos cuenta de ello. Por lo tanto si nuestros grupos no aprueban la respuesta que nos sentimos inclinados a dar a la comunicación, será muy poco probable que la demos. Por otra parte, si nuestro grupo aprueba enfáticamente cierta clase de acción, ésta será la que probablemente escojamos entre otras varias que pueden ser similares.

Schramm explica que se pueden decir con confianza dos cosas sobre la predicción de los efectos de la comunicación. Una, dice, es que el mensaje tiene muchas probabilidades de éxito si guarda consonancia con las maneras de comprender, con las actitudes,

valores y metas del receptor; o por lo menos si se empieza con estas cosas y se trata de modificarlas ligeramente. Los investigadores en comunicación, dice Schramm, llaman a este último proceso "canalización", queriendo decir que el emisor proporciona un canal para dirigir las motivaciones que ya existen en el receptor. Los que se ocupan de la publicidad y de la propaganda lo dicen más claramente: dice que el comunicador debe "empezar donde está el público". Se puede ver el por qué; nuestra personalidad, nuestros hábitos, actitudes, impulsos, valores, etc., crecen lenta, pero firmemente.

En general, debemos reconocer que lo mejor que se puede hacer es construír sobre lo que ya existe. Si podemos aprovechar el patrón existente de convicciones, de impulsos y actitudes para lograr que se acepte nuestro mensaje, entonces tendremos la esperanza de poder desviar ligeramente el patrón en la dirección en que queremos que se mueva.

Otra cosa que podemos decir con seguridad sobre los efectos de la comunicación, es que son el resultado de varias fuerzas, de las cuales el comunicador solo puede realmente controlar una. Esta es, cuando le da forma a su mensaje y decide cuándo y dónde presentarlo, pero el mensaje es solamente uno de por lo menos cuatro elementos importantes que determinan qué respuesta tendrá lugar. Los otros tres elementos son: a) la situación en que se recibe la comunicación y en la cual debe tener lugar la respuesta, si la hay; b) el estado de la personalidad del receptor; y c) sus relaciones y normas de grupo. Es por esto peligroso tratar de predecir exactamente cuál será el efecto de cualquier mensaje, excepto el más sencillo y en la situación más sencilla.

B I B L I O G R A F I A

1. BERLO, D. The communication process. New York, Holt, Rinehart and Winston, 1960, 318 p.

2. COLIN, C. On human communication. Cambridge, Mass., The Technology Press, 1957.

3. HALL, E. T. The silent language. Doubleday, 1959, 192 p.

4. SCHRAMM, W. The process and effects of mass communication. Urbana, Ill, University of Illinois Press, 1954. 586 p.

EL MEDIO RURAL CAMPESINO*

BATELLI, P.

A. Definición del Campesinado

Se parte del supuesto de que existe cierta ambiguiedad en el término "campesino" y que este término es usado para denotar un conglomerado de fenómenos, con pocos indicadores en común.

Debe anotarse que si bien el estudio de sociedades campesinas había sido, tradicionalmente, el campo de los sociólogos rurales, en la medida en que las sociedades se han ido industrializando los antropólogos se han desplazado del estudio de las llamadas "sociedades simples" al estudio de las "sociedades complejas", específicamente, al estudio de las sociedades campesinas.

Varios antropólogos han estudiado zonas rurales, y posteriormente han tratado de definir el término campesino. Consideramos pertinente aquí hacer un recuento de las diversas definiciones que, en trabajos dispersos, han dado los antropólogos sociales.

Redfield/10, uno de los pioneros de la antropología, en sus estudios sobre México ha enfatizado la diferencia entre tribus primitivas y sociedades campesinas. Así él señala que en la medida en que no han existido las ciudades no pueden haber existido los llamados "campesinos", ya que éstos viven en función de las ciudades. Pobladores anteriores a la formación y conformación de las ciudades no pueden ser denominados como campesinos, sino caen bajo la tipología de las sociedades primitivas. Otro famoso antropólogo, Kroeber/6, también ha hecho énfasis en la relación existente entre el campesinado y las ciudades. Así él señala que aunque los campesinos pertenecen a la denominada "población rural", están relacionados con los mercados regionales y forman un segmento de una población mayor, que incluye centros urbanos. En suma, señala Kroeber, los campesinos "constituyen una parte de la sociedad con culturas parciales". Así, para Steward/14 los campesinos conforman "segmentos socioculturales horizontales" opuestos a segmentos verticales o estratificados, más propios de los centros urbanos.

En la obra citada Redfield/10 señala que la conformación de la ciudad se hizo posible en la medida en que los campesinos trabajan. Tal como lo señala Wolf/16 ambas definiciones implican que la vida urbana no puede concebirse sin la producción de un excedente que se produzca en el campo.

Pero tal como lo señala Wolf/16 debe tenerse en cuenta que existen diferentes tipos de campesinos y que esta tipología está condicionada a las relaciones existentes entre campesinos y diferentes tipos de cultura urbana. En la medida en que el creciente

* Documento preparado por Piedad Batelli.

mercado mundial se ha expandido los campesinos han sufrido cambios a nivel de su contenido cultural como también a nivel de las relaciones entre sociedades campesinas. Así actualmente los campesinos están expuestos y envueltos dentro de un mercado mundial, sujetos a las fluctuaciones de dicho mercado. La expansión de la industrialización ha hecho que los campesinos salgan de su aislamiento, de sus comunidades autosubsistentes y se encuentren vinculados a una sociedad mayor.

Igualmente Wolf/16 señala que actualmente los campesinos no son los primeros productores de la riqueza mundial. La industria, la comercialización y el mercado generan plusvalía que revierte en aquellas personas que están solo indirectamente relacionadas con el proceso de producción. Así Firth/2 habla de "la crisis del campesinado", refiriéndose al renglón marginal que ocupan los campesinos al ser comparados con otros renglones del sistema económico imperante.

Para llegar a establecer, una definición clara y precisa de las llamadas "sociedades campesinas" se ha seguido aquí la definición dada por Wolf/16, definición originada en sus experiencias de campo en latinoamerica.

El primero de los criterios es el de que los campesinos son productores agrícolas. Así los campesinos quedan separados, de acuerdo a la definición citada, de los mineros, los pastores, los pescadores y los recogedores de caucho. Los individuos dedicados al pastoreo, por ejemplo, cuentan con características propias que los diferencian de los productores agrícolas.

El segundo criterio es el de distinguir entre aquellos campesinos que cuentan con un control efectivo sobre la tierra y el de los inquilinos o arrendatarios, quienes están sujetos a una autoridad externa. Así el control directo sobre la tierra implica derechos de propiedad o arreglos tendientes a usufructuar de terrenos baldíos, de una manera permanente. El dueño o el que hace uso de la tierra no se ve en la obligación de pagar por usufructuar de ella. Por el otro lado /16, los arrendatarios o aparceros tienden a buscar seguridad del usufructo de la tierra a través de mecanismos tales como la aceptación del control económico sobre su producción, y así aceptan servir de "medieros", implicando por ello una aceptación y sumisión hacia relaciones de tipo vertical, en donde ocupan el último eslabón de la pirámide.

Por lo general los campesinos retienen el control sobre su propio proceso productivo. Así el estudio de los inquilinos o aparceros debe ser, para Wolf/16, comtemplado en el contexto de las haciendas y plantaciones y no son el de las llamadas sociedades campesinas.

El tercer criterio para definir al campesinado, según Wolf/16, está relacionado con subsistencia y generación de excedente. Los campesinos tienden a la producción de autosubsistencia, no a la producción de un excedente. Su producción está íntimamente relacionada con sus necesidades, las cuales están definidas por su propia cultura. El hecho de que produzcan un excedente para el mercado es el resultado de que el campesino se siente inhabilitado para producir todos los bienes que necesita. Vende

parte de su cosecha para dquirir dinero, dinero que a su vez es reinvertido en bienes necesarios para mantener su posición en la escala social local. En la medida en que el campesino no produce un fondo de reposición y de reinversión de diferencia del "productor agrícola", que considera la agricultura como un negocio, y cuya producción genera un excedente que es reinvertido no solo para reposición de bienes y servicios sino para la expansión de su negocio. Así para el campesino /16 la agricultura es un medio para subsistir. Para el empresario agrícola "ésto es un medio para reinvertir y expandir su inversión".

Por último debe tenerse en cuenta que la sociedad campesina no es una sociedad cerrada sino que forma parte de una sociedad mayor. La cultura campesina es una cultura parcial, relacionada con una entidad integrada, que la comprende. Muchas de las relaciones que se llevan a cabo dentro de la cultura campesina están determinadas por esa sociedad mayor, y entre más integradas estén esas culturas parciales, más influenciadas están por la sociedad mayor/13.

Debe tenerse en cuenta que los campesinos están relacionados con su comunidad y que su integración a la sociedad mayor está condicionada a la estructura de la comunidad en que vive. Así para definir a los campesinos debe realizarse un estudio del tipo de comunidad en que viven grupos participantes de campesinos. Una tipología de campesinos debe incluír una tipología de las diversas comunidades en que viven. Debe, igualmente, tener en cuenta el proceso histórico y socio-político de la formación de las diversas comunidades campesinas.

Tal como lo señala Foster/3 existe un número de criterio que definen la sociedad campesina: (a) estructurales, tales como las relaciones entre los niveles nacionales y locales o entre las ciudades y los poblados, (b) control político, ejercido por los individuos que viven en las ciudades, (c) relaciones de parentesco de tipo específico, tales como fuertes lazos de compadrazgo, (d) económicas, en la medida en que los precios en el mercado en ningún caso son determinados por el campesino mismo, sino que dependen de las fluctuaciones nacionales e internacionales, (e) la esfera religiosa, que mantiene la cohesión grupal y distingue los campesinos de los grupos asentados en zonas urbanas.

Por último debe tenerse en cuenta que las sociedades campesinas en ningún caso son sociedades intermedias, tal como han sido consideradas por Redfield/11 como sociedades localizadas entre el tipo tribal y las sociedades urbanas. Las sociedades campesinas conforman un tipo especial de sociedad, con formas culturales y sociales que les son propias. Así los campesinos traten de copiar las formas propias de las grandes ciudades, el cambio en el medio rural es lento y marcará fronteras entre los habitantes del pueblo y los habitantes de las ciudades.

B. Campesinos versus Sociedades Tribales

Usualmente los antropólogos se han preguntado cuales son las diferencias existentes entre grupos tribales y sociedades campesinas y qué tipo de criterios debe ser usado para diferenciarlos. Algunos antropólogos han usado variables de tipo étnico, tales como raza

o lenguaje, otros han hablado del tipo de inserción en los mercados locales. Así aquellos que producen para auto-subsistencia serán sociedades primitivas, mientras los que producen para el mercado podrían ser clasificados como campesinos. Pero en este criterio se presentan diversas contradiciones: como clasificar aquellas "poblaciones primitivas" que están dedicadas, tal es el caso de los Tobas del Chaco argentino, al mercado regional? Otros antropólogos abordarían la cuestión diciendo que primitivos son aquellas bandas dispersas que no guardan ninguna relación con la sociedad mayor. Pero actualmente es difícil encontrar poblaciones que no tengan cierto tipo de contacto, esporádico o permanente, con otros grupos. Así las tribus del Amazonas mantienen contactos e intercambios con otras tribus del Amazonas. Es pues difícil demarcar la línea entre campesinos y poblaciones tribales por los contactos, o faltas de contacto, con otros grupos. En la medida en que los indígenas del Amazonas comercian entre ellos forman parte de una unidad social mayor.

Para Eric Wolf/15 lo que distingue a las sociedades tribales de las sociedades campesinas es la relación que mantienen con los medios de producción. Así en las sociedades primitivas del productor tiene un control absoluto sobre los medios de producción e intercambia el fruto de su trabajo por otro tipo de producto cuyo valor está determinado culturalmente, por los miembros del grupo.

Wolf/15 señala que a través del tiempo el control de los medios de producción, inclusive el control sobre el trabajo, ha pasado de las manos de los propios productores a la de individuos que no llevan a cabo, ellos mismos, el proceso productivo sino que asumen funciones administrativas y ejecutoras, respaldadas por el empleo de medios coherciitivos. En este caso los bienes no son ya reciprocamente intercambiados sino que pasan a un lugar donde más tarde son redistribuídos, por venta.

Así en algunos casos en Colombia, por ejemplo entre los Guambianos de Silvia, tenemos individuos que son clasificados como indígenas, por criterios tales como lenguaje, vestimenta, organización social etc. pero que están insertos dentro de una economía de mercado, que, según el criterio de Wolf/15, los convierte en campesinos. La existencia misma de los campesinos está condicionada al hecho de que produzcan un excedente, excedente que puede ser cambiado en los mercados locales y regionales. Al producir un excedente quedan insertos dentro de la economía de mercado que los relaciona, a su vez, con la sociedad mayor. De esta forma las comunidades aisladas, autosubsistentes de los cultivadores se convierten en comunidades abiertas, que dependen, para su subsistencia, de las variaciones del mercado nacional.

El campesino, para existir como tal, debe producir más allá de lo mínimo requerido calóricamente. En sociedades con fuerte cohesión grupal, o con fuertes lazos de parentesco real o ficticio, un fondo debe ser guardado para ser usado en "pagar atenciones" esto es, en mantener el sistema social del cual dicho grupo forma parte. Fuera de ello el campesino tampoco hace uso de su producción total. Parte de ella debe ser reservada para semillas y otra parte, para pagar la renta de la tierra, o dividir la cosecha en caso de que se trabaje "al partir". Estos rubros separan nuevamente a las sociedades primitivas

de las sociedades campesinas.

Por último debe señalarse que tanto en sociedades tribales como en aquellas insertas en mercados se llevan a cabo intercambios, pero entre los primeros las pautas culturales adjudican un "valor" al objeto intercambiado, que a su vez es cambiado por otro de igual valor cultural. Entre los campesinos existe también el trueque, pero el fin de este es una ganancia y no una reciprocidad. En las sociedades tribales, fuera del contexto religioso, no se llevan a cabo relaciones de explotación, y que a su vez no generan relaciones sociales de dependencia. Los individuos solamente producen lo que puede ser directamente utilizado por los propios productores/11.

Debe quedar claro que la diferencia existente entre sociedades primitivas y sociedades complejas está relacionada con la posesión de los medios de producción, la inserción en un mercado regional o nacional y la producción de un excedente que puede ser intercambiable, con miras a "maximizar" los bienes producidos.

1. El Complejo Cultural Negroide

Se refiere más concretamente a las zonas en donde se encuentra el complejo negroide: Costa del Pacífico, Costa Atlántica, Río Magdalena, Cuenca del Río Cauca y la Zona minera antioqueña.

Estas zonas, dispersas a lo largo del país, tienen como elemento común un indicador étnico. Son las zonas más subdesarrolladas del país, donde se encuentra más marcada la explotación y la dependencia del hombre negro: en las minas de oro o trabajando como orfebres. Existe agricultura en la zona del Pacífico, agricultura llevada a cabo por sus propios dueños. En el río Cauca se encuentran grandes latifundios, adquiridos gracias a mercedes reales, donde la característica es el ausentismo del dueño, que se contrarresta a una gran masa de proletariado rural.

2. El Complejo Cultural Antioqueño

Comprende los departamentos de Antioquia y Caldas.

Esta zona se distingue por ser zona de colonización iniciada primero por el cultivo del maíz y continuada por el cultivo del café, en las estribaciones de la montaña. Los antioqueños, considerados como personas dedicadas al trabajo, han convertido sus regiones de asentamiento en las regiones más desarrolladas del país. Es una zona de fuerte industrialización, con bajo desempleo y alto nivel de vida. Existe agricultura de subsistencia (maíz, fríjoles, platano, yuca) y agricultura comercial, constituida por el café.

C. Características del Medio Rural Colombiano

De acuerdo a la clasificación dada por la antropóloga Virginia Gutiérrez de Pineda en su exhaustivo estudio sobre la familia en Colombia /5, hemos creído conveniente seguir

sus criterios relacionados con la delimitación de zonas que tienen una limitada aculturación al patrón familiar hispánico y las zonas de intensa aculturación al mismo.

De acuerdo a ese criterio las zonas de escaza aculturación son aquellas comunidades aborígenes que están localizadas en zonas marginales tales como los Tukano, Desana, Barasana etc.. Algunos indígenas se encuentran localizados en zonas de más alto rendimiento, tales como los Kuna, situados en la región bananera. Entre los pueblos dedicados a la agricultura puede citarse a los Kogui, quienes se encuentran en las estribaciones de la Sierra Nevada de Santa Marta.

Las zonas de intensa aculturación estarían localizadas en "tierras altas, colocadas en su porción norteña en el cordón magistral de la cordillera oriental, que conformando un amplio surco central, se abre en las altiplanicies de la Sabana y los compartimentos de Tunja, configurando en doble valle fluvial de Servitá y Sogamoso"/5.

1. Los Departamentos que conforman la Zona Andina son los siguientes:

Nariño, Boyacá, Cundinamarca, Santanderes y Cauca.

Fuera de aquellas poblaciones que se encuentran en la limitada aculturación, el resto de la población rural está dedicada a la agricultura y la ganadería, conformando así una sociedad campesina con amplia relación con mercados regionales y nacionales. La ganadería que se encuentra en la Sabana de Bogotá, y en los Valles de Ubaté y Chiquinquirá es de alta tecnificación, alto rendimiento. Su producto es absorbido por la metrópoli.

2. El omplejo Cultural Santandereano o Neohispánico

Este complejo está formado por las vertientes de la cordillera oriental, ocupando parte de los dos Santanderes/5. Es también un área dedicada casi exclusivamente a la agricultura, siendo sus cultivos principales el tabaco, el café y la caña de azúcar.

D. Aspectos Sociales, Económicos, Culturales y Educacionales que caracterizan al Campesinado Colombiano y Tipología de los mismos

En este punto se intentará delimitar los valores, espectativas, derechos y obligaciones que caracterizan a las diversas comunidades campesinas colombianas y que las distinguen entre sí.

1. Aspectos Sociales

Están condicionados a la situación económica de cada complejo, lo queda criterios objetivos para la evaluación de la estructura social en general, y de las comunidades campesinas en particular.

En Colombia existe una fuerte cohesión grupal y un énfasis en relaciones de tipo primario. Los individuos dedicados al laboreo de la tierra y a la comercialización del producto mantienen fuertes lazos familiares y una alta solidaridad, cohesión que en última instancia está condicionada al alto insumo de mano de obra en las tareas agrícolas. Es frecuente encontrar en las comunidades campesinas la familia extensa, implicando por ello la vivienda en común de varias personas emparentadas, fuera de la familia nuclear.

A nivel de variables de tipo social se encuentra un acentuado tradicionalismo, expresado y reforzado por creencias religiosas. Así para propiciar un cambio a nivel, por ejemplo, del producto que se siembra, o del cuidado de los recursos naturales, debe trabajarse primero sobre esas variables que están condicionando el tradicionalismo, tratando de modificarlas. Una labor de concientización de los derechos y deberes del campesinado debe iniciarse por un lento trabajo de concientización del trabajador rural, enseñándole que el poder y la autoridad no solo radican en los centros de poder regional. Se trata así de romper el tradicional verticalismo autoritario. Debe tenerse en cuenta que el énfasis en las relaciones de tipo asimétrico se expresa en el parentesco ficticio, ya que la mayoría de veces los padrinos son elegidos entre personas que pertenecen a un estrato superior.

Dada la amplitud del tema, es necesario mencionar someramente esas variables que, en el aspecto social, están condicionado la dependencia del campesinado: (a)creencias religiosas, (b) búsqueda de relaciones de tipo paternalista, (c) sistema de filiación y herencia, (d) pautas culturales que los diferencian de la sociedad mayor, (e) rigidez en la estratificación social local.

2. Aspectos Económicos

En la mayoría de nuestras comunidades o asentamientos campesinos los suelos son pobres, las técnicas son primitivas y los rendimientos son bajos. La resignación o fatalismo del campesino hace que, ante la pérdida de una cosecha, se resigne y no indaque las causas que ocasionaron dicha pérdida. El bajo control sobre fuentes de crédito y la premura de dichos pagos hacen que el campesino se vea forzado a hacer uso de fuentes de crédito solo en casos extremos. Dada la situación de minifundio imperante en las zonas campesinas, los trabajadores de la tierra se ven imposibilitados a la reinversión de los fondos adquiridos por la venta de la mercancía. En pocos casos puede hablarse de una acumulación de capital.

Por otro lado los gastos necesarios para mantener el status hacen que el campesino gaste los pocos fondos adquiridos por la venta de su producto. Para elevar el nivel de vida de la población campesina es necesario tener en cuenta variables tan importantes como la posición social que están condicionando los gastos parciales de la población campesina.

3. Aspectos Educacionales

En la población campesina se encuentra una alta tasa de analfabetismo funcional. Hay, igualmente, una alta tasa de deserción escolar, cuyo énfasis mayor se encuentra en

la población femenina. La mayoría de los campesinos son de la opinión de que sólo los hombres deben estudiar. Aun así, se encuentra alta deserción escolar en la población masculina. Los hijos son requeridos por sus padres en las épocas de siembre y cosecha, en la medida en que los padres no cuentan con los recursos necesarios para emplear mano de obra asalariada.

Debe tenerse en cuenta que la alta densidad del minifundio impide que la unidad doméstica sea autosubsistente, lo que obliga a algunos de sus miembros a migrar a las ciudades en busca de empleo, cuyos ingresos cumplen el papel de ingresos secundarios para la familia. Las migraciones son condicionantes de la alta tasa de deserción escolar. Si se quiere elevar el nivel educacional de la población campesina deben producirse radicales modificaciones a nivel de la tenencia y explotación de la tierra. En la medida en que los campesinos estén asentados en suelos pobres, en zonas de minifundios y con baja tecnificación se hace necesario el trabajo y la mano de obra familiar, sumado a las migraciones rural-urbanas, lo que condicionan la alta deserción escolar.

Para resumir pueden definirse los aspectos que caracterizan al campesinado colombiano como: tradicionalismo, énfasis en relaciones asimétricas, religiosidad, fatalismo, control social expresado en gastos suntuarios tendientes a mantener la posición social dentro de la comunidad, fuerte deserción escolar y uso de mano de obra familiar para la explotación de la tierra.

Solo recientemente se han reforzado, a través de las Asociaciones de Usuarios, las luchas reivindicativas por el uso y posesión de la tierra.

Los aspectos mencionados más arriba no podrán ser modificados hasta que los individuos que trabajan en organismos oficiales o semi-oficiales, con los campesinos no lleven a cabo una fuerte labor de concientización que enseñe a los campesinos los derechos y deberes que tienen como miembros de una sociedad que trasciende las fronteras locales.

E. Tipos de Culturas Campesinas Colombianas

El primer tipo de comunidades colombianas se encuentra en las sierras altas. Sus pobladores, tales como los citados Guambianos, son individuos dedicados a la autosubsistencia pero que producen un pequeño excedente para los mercados locales. Lo que caracteriza a dichas comunidades es que son "comunidades cerradas", con trabajo de tipo "corporado". Dichas comunidades tienen poco contacto directo con el mundo exterior, actuando los mercados locales como intermediarios entre la "comunidad corporada" y la sociedad global. Lo que caracteriza a este tipo de comunidad es la red interna de relaciones sociales, que la hacen aparecer como una totalidad ante el mundo exterior. Lo que caracteriza especificamentea estas comunidades, tales como los resguardos, es el hecho de poseer la tierra en común, como un bien individible a nivel particular. Estas comunidades tienen alto antecedente en el sistema de encomiendas establecido por los españoles. Estas comunidades se distinguen /16 por estar situadas en tierras marginales, tener un bajo nivel tecnológico, bajas posibilidades de producir para el mercado e invertir

en bienes de consumo, imposibilidad de vender la tierra a individuos que no pertenezcan a la comunidad, fuerte sistema de poder localizado tradicionalmente por la comunidad en ciertos y determinados individuos y una fuerte relación entre el sistema político y el religioso.

El segundo tipo de campesinado, que se encuentra en las comunidades localizadas en las vertientes de las zonas cafeteras, están caracterizadas por el proceso productivo, que hace que los campesinos vendan más del 50% del producto. Su producción está relacionada con la demanda del mercado mundial. Puede incluirse entre este grupo de campesinos a los habitantes de la costa norte, dedicados al cultivo y a la venta del banano. En la mayoría de los casos estos cultivos requieren una alta inversión, que frecuentemente viene de "fuera". Estas comunidades, señaladas por Wolf como "comunidades abiertas", está compuesta por varias subculturas, en donde los campesinos son una subcultura más, aunque la más importante. Al contrario de la comunidad cerrada, la comunidad abierta incentiva la producción individual y está en estrecho contacto con los mercados regionales. En las comunidades abiertas existe una marcada división del trabajo y es necesario la producción de un artículo que pueda ser vendido para adquirir otro tipo de bienes.

Debe considerarse que las comunidades abiertas pueden regresar a un nivel de autosubsistencia, dependiendo de la demanda y oferta del mercado mundial. Específicamente puede citarse el caso de los caucheros del Amazonas o de las poblaciones campesinadas dedicadas a la explotación del tanino en la Argentina. La movilización social, las alianzas y el cambio de status en este tipo de comunidad es algo común. Los nexos de relaciones entre la ciudad y el campo son frecuentes y los individuos relacionados con la producción del campo pasan a formar fuertes vínculos con los campesinos.

F. Descomposición del Campesinado

El proceso de descomposición del campesino se refiere al fenómeno por medio del cual la población campesina está abandonando la tierra, para irse a radicar en los "cinturones de miseria" o zonas periféricas de las ciudades. Varias son las causas de la descomposición del campesinado: (a) la concentración de la propiedad de la tierra, que refuerza en minifundio y hace imposible la subsistencia del campesino, lograda a través de la tierra, (b) la mecanización de la agricultura, que ha despojado de trabajo a los asalariados rurales y proletarios agrícolas, (c) la tecnificación del campo y el establecimiento de "explotaciones agrícolas de alta tecnificación, que hicieron imposible al campesino competir en los mercados, dado el alto costo de su producción al ser conformado con los productos de las explotaciones agrícolas, la capitalización del campo, ya mencionada, desalojaron la mano de obra no calificada de los campos. La única opción de los campesinos ha sido la de desplazarse a zonas de colonización o la de migrar a las ciudades.

Solo una reforma agraria masiva y radical y una fuerte labor de capacitación agrícola y ayuda técnica podrán detener el proceso migratorio y solo así los campesinos dejarán de engrosar el creciente número de proletarios urbanos.

BIBLIOGRAFIA

1. AGUDELO MEJIA, E. La descomposición del campesinado. Agraria (Colombia) nos. 1-2: 1971.

2. FIRTH, R. Malaya fishermen; their peasant economy. London, Kegan and Paul, 1946. p. 12.

3. FOSTER, G. The folk economy of rural México with special reference to marketing. Journal of Marketing (Estados Unidos) 12:153-162. 1948.

4. GILHODES, P. Las luchas agrarias en Colombia. Medellín, El Tigre de Papel, 1972.

5. GUTIERREZ DE PINEDA, V. Familia y cultura en Colombia. Bogotá, Tercer Mundo Departamento de Sociología de la Universidad Nacional, 1968. pp.27-28, 111.

6. KROEBER, A.L. Anthropology. New York, Harcourt, 1948. p. 284.

7. MESA, D. El problema agrario en Colombia 1920-1960. Medellín, El Tigre de Papel, 1971.

8. _____ et al. Colombia; estructura política y agraria. Medellín Estrategia, 1971.

9. PALACIOS, M. El populismo en Colombia. Medellín, Siuasinza-El Tigre de Papel, 1971.

10. REDFIELD, R. The primitive world and its transformations. Ithaca, N.Y., Cornell University, 1953. p. 31.

11. SAHLINS, M. Political power and the economy in primitive society. In _____. Essays in the science of culture; in honour of Lelie A. White. New York, Tomas Crowell, 1960. p. 408.

12. STAVENHAGEN, R. Las clases sociales en las sociedades agrarias. México, D.F., Siglo Veintiuno, 1969.

13. STEWARD, J. Basic-plateau aboriginal sociopolitical groups. Smitshonian Institution. Bureau of American Ethnology Bulletin 120. 1938. pp. 232-,262.

14. _____. Handbook of South American indians. Smitshonian Institution. Bureau of American Ethnology Bulletin 143. 1946-1951. p. 115.

15. WOLF, E. Peasants. New Jersey, Prentice-Hall, 1966. pp.502-504, 3.

16. WOLF, E. Types of Latin American peasantry. In American Source Books in Anthropology. Tribal and peasant economies. New York, 1967. pp. 502-504, 508. (Readings in Economic Anthropology)

LA PROBLEMATICA DE LA COMUNICACION PARA EL DESARROLLO RURAL EN AMERICA LATINA

Luis Ramiro Beltrán S.

RESUMEN

El autor analiza la problemática de la comunicación masiva en relación con el desarrollo de América Latina. Menciona la estrecha relación que entre una y otra ha encontrado la ciencia en todo el mundo. Enumera, luego, los papeles de la comunicación como agente "causal" del desarrollo nacional.

Sobre el fondo de esa introducción, se analiza el actual sistema de comunicación masiva de la región en términos de la disponibilidad de medios, de la distribución de los mensajes y del contenido de éstos. Se indica que, además de favorecer el sistema a las minorías urbanas, él es indiferente a las necesidades del desarrollo cuando no contrario a éste.

En referencia específica a la población rural, el analista encuentra que -en términos de acceso, de contenido y aún de código o lenguaje- la gran mayoría de esa población puede considerarse incomunicada. Los medios de comunicación con masas sirven, en realidad, sólo a las élites dominantes. Ni siquiera aquellos que se especializan en información agrícola toman en cuenta a la masa campesina. Tampoco los sistemas oficiales de comunicación interpersonal, como los servicios de extensión, son efectivos. Lo único promisorio parece ser las estrategias que combinan la comunicación masiva con la interpersonal, como las "radio-escuelas" y los "radio-foros".

En el epílogo, el autor sugiere que la solución a esa problemática está más en manos de los políticos y de los planificadores del desarrollo que en manos de los especialistas en comunicación social de la región. Ello porque entiende que la solución al problema tiene que ser integral y raigal. Esto demanda la formulación de políticas nacionales de comunicación para el desarrollo y de planes específicos para el mismo fin. Y ello, a su vez, requiere contar con voluntad y poderío políticos.

Que hay una correlación estrecha entre el grado de desarrollo general de un país y el grado de avance de su sistema de comunicación social es algo que ya no se discute. Investigaciones realizadas en más de setenta países, incluyendo los de América Latina, han hallado clara evidencia de esa influencia mutua. Como norma, pues, el país que ha alcanzado un alto grado de desarrollo general tiene un sistema de comunicación también altamente desarrollado y aquel país que tiene un bajo grado de desarrollo general tendrá, igualmente, un sistema de comunicación insuficientemente desarrollado. De ahí que los científicos sociales concuerden hoy en que la comunicación es tanto "causa" como "efecto" del desarrollo nacional.

Por supuesto, lo que interesa saber primordialmente es en qué condiciones es que la comunicacion es capaz de "causar" el desarrollo de una nación. Las ciencias sociales están apenas comenzando a explorar tales circunstancias. Pero ya hay ciertas evidencias significativas que han permitido a algunos analistas especificar los papeles que la comunicación de masas puede jugar en servicio del desarrollo nacional en general.

La Comunicación para el Desarrollo

Tres norteamericanos -Schramm 51/ Lerner 49/ y Pool 50/- y un hindú -Rao 53/ - están entre los principales de aquellos analistas*. Sus proposiciones fundamentales pueden condensarse así:

1. Los medios de comunicación masiva desempeñan tres tipos de funciones en la sociedad: precautelación del ambiente (material y no material), formulación de políticas, y capacitación. Ellas coinciden con ciertos requisitos fundamentales del desarrollo en términos de lo que la gente necesita para alcanzarlo: (1) estar informada sobre los planes, tareas, problemas y realizaciones de la acción para el desarrollo; (2) constituirse en participante en el proceso de toma de decisiones para el desarrollo; y (3) aprender las diversas destrezas que el desarrollo le exige tener.

2. El papel principal y general de los medios masivos de comunicación como agentes generadores de desarrollo es la creación de un "clima" social propicio a éste. Es decir, su misión mayor es la de forjar un ambiente en que las personas -tornándose creativamente inconformes- tiendan a cambiar de conducta a fin de superarse.

---

* Pye 52/ Fagen 25/, Frey 32/ y Deutsch 20/, están entre quienes se han especializado en el análisis del papel de la comunicación social en el desarrollo político de las naciones.

3. El cambio comienza en la mente de las personas y es en ella en la que los medios masivos de comunicación pueden implantar las "imágenes" de un mundo mejor y de un futuro más condicionado a la voluntad del hombre que a la fuerza de la naturaleza.

4. El desarrollo de un país es imposible si las gentes que lo forman no amplían y refinan su capacidad de imaginarse a sí mismas en el desempeño de papeles distintos a los que tradicionalmente desempeñan en la vida diaria. Los medios masivos de comunicación contribuyen vitalmente a desarrollar en la gente la habilidad para ello -en el sentido de "empatía" o "movilidad síquica" que permite a unos ponerse mentalmente en la situación de los demás- y así llegar a comprenderlos y a identificarse con ellos.

5. Los medios de comunicación masiva contribuyen decisivamente a forjar la conciencia nacional y la integración sociocultural, así como a establecer una relación ambidireccional, activa y constante entre gobernantes y gobernados.

6. Las actitudes firmemente enraizadas en la gente no pueden ser modificadas por la sola influencia de los medios de comunicación masiva. Pero estos pueden, en cambio, inducir a la gente a formar nuevas actitudes favorables al desarrollo y pueden también, hasta cierto grado, cambiar actitudes levemente sostenidas.

7. A más de servir como agentes de socialización -de transmisión normativa de la herencia cultural de una generación a otra- los medios masivos de comunicación son efectivos para promover la movilización social general que es indispensable para alcanzar el desarrollo.

8. La participación democrática, el cambio del patrón de liderazgo social de la adscripción hereditaria a la adquisición por méritos propios, el encuentro de nuevas formas de ganar la vida, y la desconcentración del poder económico, social y cultural son procesos instrumentales para el desarrollo que la comunicación masiva ayuda a precipitar.

9. Dada la falta de contacto directo entre emisor y receptor que caracteriza a la comunicación masiva, ella no puede emplearse como sustituto de los maestros, salvo allá donde no hubiera escuelas. Pero ella puede emplearse con ventaja para dar educación extraescolar, simultáneamente y a ritmo acelerado, a millones de seres humanos dispersos en un vasto territorio.

10. Más aún, la combinación sistemática de los medios masivos con formas interpersonales de comunicación -por ejemplo, la radio con grupos de audición- es altamente beneficiosa para los fines del desarrollo nacional.

Uno de los tratadistas que destaca el poder de los medios para lograr que la gente quiera cambiar, expresa sin embargo preocupación por formas de uso de ellos que él considera contraproducentes:

> "A la gente se le ha hecho desear lo que no puede obtener, demandar lo que no se puede ofrecer... La distorsionada relación entre aspiración y logro, que está en la raíz de las actuales dificultades del desarrollo, es producto de una espúrea y errónea estrategia de comunicación que ha llevado a la gente a creer en cosas que no eran ciertas y a esperar cosas que no pueden suceder". (Lerner 41/ 315 p.)

El Caso de América Latina

Todos los planteamientos que acaban de resumirse son importantes para cualquier país en pos del desarrollo. Pero no es dable atribuir a tales afirmaciones ni una validez incondicional ni una aplicabilidad universal. El sistema de comunicación masiva es parte intrínseca de la respectiva estructura social que lo contiene. Puede ejercer influencia sobre ella pero, sin duda, está a su vez bajo la decisiva influencia de la misma. Así, pues, la naturaleza del sistema estará necesariamente afectada por la naturaleza del contexto social en que él opere. Consecuentemente, habrá que observar y enjuiciar ese sistema en función de la realidad social de cada país. O de la de un conjunto relativamente homogéneo de países como lo es América Latina. Sólo entonces se podrá saber si los principios generales se verifican o no en los casos particulares.

El análisis requiere tomar en cuenta, por lo menos, datos sobre la disponibilidad de los medios, sobre la distribución de los mensajes de ellos, y sobre el contenido de tales mensajes.

La disponibilidad de medios masivos de comunicación en Latinoamérica es insatisfactoria pero resulta considerablemente mayor que la que se registra en las demás regiones subdesarrolladas del globo. La UNESCO recomendó a los países subdesarrollados, en 1961, contar siquiera con un mínimo de disponibilidades de comunicación masiva. Por cada 100 habitantes, esos países deberían tener por lo menos 10 ejemplares de diarios, 5 receptores de radio, 2 receptores de televisión y 2 butacas de cine.

En aquel mismo año, la propia UNESCO 62/ encontró que América Latina tenía los siguientes promedios por cada centenar de habitantes: 7.4 ejemplares de diarios, 9.8 receptores de radio, 1.5 receptores de televisión y 3.5 butacas de cine. La región estaba, pues, por debajo del mínimo en cuanto a prensa y a televisión en

tanto que virtualmente doblaba el mínimo en lo referente a radio y se aproximaba a lograr lo propio respecto del cine.

Diez años después, en un seminario internacional sobre comunicación social y educación realizado en México 61/ un analista uruguayo 38/ presentaba los datos regionales de disponibilidad de medios puestos al día. En prensa (7.5), la región sigue por debajo del mínimo. En cine el promedio (2.7) se ha reducido considerablemente pero aún supera al mínimo. En cambio, en cuanto a los medios electrónicos, el crecimiento ha sido tan vertiginoso que luce irracional, inclusive frente al hecho de que la población de la región creció en la década en, aproximadamente, ochenta millones de habitantes. El promedio para la radio está ahora en 11.3 y para televisión en 5.7 . Entre 1955 y 1964, según Frappier 28/, la región pasó de tener 32 estaciones telemisoras a contar con 217 y, según Kaplun 38/, nada más que entre 1969 y 1971 el número de receptores de televisión aumentó en un cuarenta por ciento.

Pese a todo ello, ni siquiera la radio -el medio más difundido gracias a los transistores- llega más que a la mitad de la población de la región. Ciento cuarenta millones de personas están así totalmente por fuera del alcance del sistema de comunicación masiva.

Todavía más significativa es la manera en que las oportunidades de acceso a los mensajes de los medios masivos disponibles están distribuídas en la población. La información disponible sobre ello no es aun abundante pero sí es suficiente para indicar que, en general, los medios masivos están fuertemente concentrados en las ciudades, principalmente en las de gran tamaño. En consecuencia, sus mensajes llegan -en franca mayoría- a público urbano.

Dentro de ese público urbano, hay claras diferencias en los niveles de acceso a los medios y éstas corresponden a las pronunciadas diferencias sociales, económicas y culturales que caracterizan a la región. Mientras mayores son el prestigio, la riqueza y la educación de los ciudadanos mayor es el acceso de ellos a los mensajes de los medios masivos. Por inversa, la gente de los niveles socioeconómicos y educativos intermedios tiene índices medianos de consumo de tales mensajes. Y los pobladores de los barrios marginales -aunque llamen a engaño las antenas de televisión sobre las pocilgas- tienen bajos niveles de oportunidad de contacto con los medios masivos.

El grado en que la población rural, tomada en su totalidad, tiene acceso a los medios masivos es tan insignificante que es propio afirmar que ella vive, en general, en un estado de incomunicación social. Y dentro del escaso público rural alcanzado por los mensajes de tales medios existen también diferencias de consumo que favorecen a la minoría rural culta, acaudalada y socialmente poderosa.

En resumen, pues, la comunicación de masas no llega a las masas en América Latina. Es, simplemente, otro de los privilegios de que disfrutan las élites dominantes.

Más importante aún que conocer la distribución de las oportunidades de comunicación masiva entre los diversos estratos de la población latinoamericana es conocer la naturaleza de los mensajes que se emiten por vía de ese sistema. Tampoco en esta área se cuenta todavía con suficiente información científica pero la que hay muestra lo siguiente:

1. En general, los grandes diarios de la región exhiben escaso interés por información relativa al desarrollo nacional. Las categorías de contenido a las que asignan el máximo de espacio son las de deportes y entretenimiento. Lo trivial y consumatorio es preferido así sobre lo sustantivo e instrumental.

2. Esa indiferencia se acentúa en el caso de la radio y alcanza su peor nivel en la televisión, el medio más superficial, menos comprometido, y más utilitario.

3. La gran prensa diaria promueve, además, el mantenimiento del "statu quo" y, a menudo, condena -sin discriminar- todo intento de cambio social como contrario a la paz, el orden, la democracia, la ley y el propio desarrollo.

4. La radio y la televisión parecen inducir a la población, por una parte, a una conducta conformista, acrítica y de evasión de la realidad. Por otra, a un comportamiento de adquisición de bienes y servicios irracional y obsesivo que Aranguren 4/ ha llamado "consumismo".

5. Todos los medios de comunicación masiva, pero especialmente la televisión y el cine, difunden y promueven modos de sentir, pensar y actuar ajenos a la cultura latinoamericana con señalada preferencia sobre los que son propios de ésta.

No cabe aquí analizar por qué es que el contenido de los medios de comunicación masiva es así como acaba de describírselo *. Pero no es posible dejar de mencionar siquiera una evidencia y una hipótesis plausible que están entre las explicaciones que se proponen sobre el fenómeno.

---

* Un análisis corto de ese tipo puede hallarse en Beltrán 8/.

La primera se refiere al patrón de propiedad de esos medios: la investigación existente revela que los principales de ellos pertenecen a grandes grupos monopólicos, muchos de los cuales aparecen directamente vinculados con fuertes intereses agrícolas, industriales y comerciales y con círculos políticos desafectos al cambio.

La segunda se refiere a la influencia que tales agrupaciones parecen ejercer sobre la conducta de los dueños de los medios y de los profesionales que operan éstos: manipulando las concesiones de anuncios por medio de las agencias de publicidad, esos grupos aparecen empujar a los medios a superficializar su contenido a fin de alcanzar a mucha más gente para ampliar su mercado*.

Comparando las postulaciones de los tratadistas sobre comunicación y desarrollo con la realidad latinoamericana, se encuentra, pues, que esta última condiciona la existencia del sistema de comunicación masiva. Y que éste puede considerarse útil para el desarrollo sólamente si por tal se entiende nada más que el crecimiento económico y el adelanto material de los países en provecho casi exclusivo de minorías excesivamente poderosas. En cambio, si por desarrollo se entiende el avance moral y material de las personas, la desconcentración del poder político y financiero, y la reorganización profunda de la sociedad para que la mayoría de la población tenga una existencia digna, libre y justa, aquel sistema de comunicación resulta -en el mejor de los casos- indiferente a tal desarrollo y -en el peor- contrario al mismo.

La Comunicación Rural

Corresponde ahora concentrar atención en la situación de la comunicación rural en la región. Como ya se ha señalado, la gran mayoría de los pobladores del campo latinoamericano viven por fuera del alcance de los medios masivos; pero es necesario detenerse en algunos detalles de ese fenómeno. Se verá primero la cuestión del acceso a esos medios. Luego, la cuestión del contenido de los mensajes (lo que ellos dicen) y, seguidamente, el problema del "código" (cómo lo dicen). Esas observaciones llevarán a precisar la efectividad que aquellos medios puedan tener para promover el desarrollo rural.

García 33/ da dos ilustraciones importantes sobre la concentración de las facilidades de comunicación masiva en México y Colombia. Sobre el primero de esos países, el analista informa que los seis principales periódicos de la capital,

---

* Para una crítica de la publicidad como factor contrario al desarrollo, véase Castaño 15/, Díaz Rangel 24/ y Gatón Arce 34/ han enjuiciado, similarmente, el papel de las agencias internacionales de noticias.

con una tirada diaria combinada de cerca de 665.000 ejemplares, destinan un ochenta por ciento del mismo a la propia capital. Del veinte por ciento que va a los treinta estados del interior —se podría añadir— mucho va a los habitantes de ciudades intermedias y poco al campo mismo; más aún, la disponibilidad de diarios varía en el campo en función de la estratificación socioeconómica y cultural prevalecientes. En efecto, según el propio García, el promedio de ejemplares de diarios por cada mil habitantes es de alrededor de 160 en los Estados del Noroeste en los que se concentra la gran agricultura de riego para fines de exportación. En cambio, llega a niveles tan bajos como 9 en los Estados maiceros caracterizados por una agricultura de simple subsistencia. En cuanto a Colombia, García sostiene que, de un promedio de casi 800.000 ejemplares de tirada diaria, producidos por 32 diarios en todo el país, el 83 por ciento corresponde a la circulación de los 7 periódicos de las tres ciudades más grandes: Bogotá, Medellín y Cali. De nuevo, el saldo queda para repartirse entre el resto de la población urbana y rural.

La tendencia no se altera al cambiar de canal. La radio, por ejemplo, es indudablemente el medio masivo de mayor penetración en las áreas rurales. Sin embargo, es erróneo suponer que tal penetración alcanza un grado realmente alto. Canizalez y Myren 14/ y Martínez y Myren 44/, en México, Bostian y Oliveira 13/, en Brasil, y Felstehausen 26/, en Colombia, están entre quienes han encontrado evidencias de las limitaciones que acusa ese medio en las zonas rurales de esos países. Afirma, por ejemplo, el último de dichos investigadores:

> "Se considera a la radio como una de las grandes promesas para los países subdesarrollados, pero hasta el momento ello ha demostrado ser una falsa esperanza en Colombia. Colombia tiene alrededor de 225 estaciones de radio para servir a una población de 18 millones de personas. Sin embargo, la programación de ellas consiste principalmente de música y avisos... La radio no es para los campesinos colombianos un instrumento de educación; es una diversión, una manera de contar con música en la casa." (Felstehausen 26/, p. 272).

Lo que se afirma en el orden de toda una nación se patentiza al nivel de las poblaciones menores que la conforman y se generaliza a todos los medios. Por ejemplo, estudiando recientemente en Cajamarca, Perú, dos caseríos de pequeños propietarios y dos haciendas tradicionales, Mejía 45/ encontró que "la exposición a los medios de comunicación colectiva era muy baja". Entre los campesinos de hacienda, el 85 por ciento no escuchaba radio ni leía periódicos y el 100 no iba al cine. Entre los pequeños propietarios, 50 por ciento de ellos no escuchaba radio, 20 por ciento no leía diarios y 87 por ciento no iba nunca al cine. Con modestas variaciones cuantitativas, medio por medio y país tras país, éste es el caso de millones y millones de seres humanos en todo el agro latinoamericano.

Aún allá donde, excepcionalmente, el analfabetismo y las limitaciones de transporte no son barreras para la difusión de la prensa, se encuentran casos en que los campesinos no se interesan por los diarios. Ilustra la situación Jamundí, un villorio situado muy cerca de un pueblo grande y provisto de fácil transporte a la segunda ciudad de Colombia y la mayoría de cuyos habitantes saben leer y escribir. Allá encontraron Gutiérrez y McNamara 26/ que la lectura de diarios era, sin embargo, sumamente baja y que algunos de los campesinos jamás habían comprado un periódico.

Recife, la capital del estado de Pernambuco, Brasil, tenía en 1963 alrededor de un millón de habitantes y estaba ya aceptablemente provista de medios de comunicación masiva. A no más de dos horas de allá, una entrevista con una muestra de campesinos puso de manifiesto el estado de subinformación en que ellos viven. Por ejemplo, noventa y cuatro por ciento de los entrevistados no sabían que el producto principal de exportación de su país era el café, 80 por ciento no tenían ningún significado para la palabra "democracia", 73 por ciento nunca había oído hablar de Fidel Castro, 65 por ciento no tenía idea de lo que era un dólar, y 48 por ciento no sabía el nombre de quien era entonces el Presidente de la República. (Díaz Bordenave 23/). Nada muy distinto se encontró, ya antes, en otras partes de Brasil (Blair 12/), en México (Ruanova 58/ y Martínez y Myren 44/) y en Chile (Mattelart 45/).

El contraste entre la mayoría rural huérfana de información y la magnitud del acceso que a ella tienen las minorías privilegiadas urbanas es impresionante. Investigadores norteamericanos hicieron, por ejemplo, un estudio de los niveles de consumo de comunicación masiva de una muestra de profesionales tomada en once países latinoamericanos. Comparando los datos de ellos con una muestra similar de profesionales de los Estados Unidos de América, esos investigadores hallaron que los latinoamericanos no sólo tenían, en general, niveles de consumo equivalentes a los de los norteamericanos sino que, además, aventajaban a estos en cuanto a radio y a libros. (Deutschmann, McNelly y Ellingsworth 27/).

Si se acepta la premisa de que los medios de comunicación masiva están orientados únicamente hacia la población urbana, no es preciso detenerse mucho en analizar el desencuentro que hay entre su contenido y la población rural. Sin embargo, unas cuantas ilustraciones son útiles para subrayar el problema.

Por ejemplo, el caso de dos diarios de León, capital del estado (de economía eminentemente agropecuaria) de Guanajuato, México y el diario capitalino de la más alta circulación en el interior de ese país. De Almeida 21/ analizó el contenido de ellos, por un trimestre de alta actividad agrícola, con el interés de identificar las categorías que ocupaban más espacio. Halló que la política y los deportes empleaban la mayoría del espacio (un tercio) en los diarios locales y en el nacional aunque en proporciones opuestas. En ambos tipos de diarios la categoría de información agrícola era la que ocupaba menos espacio de todas si bien ello era algo más pronunciado en el caso del diario nacional.

Un estudio semejante fue hecho en Colombia por Gutiérrez-Sánchez 35/. También por un trimestre, analizó las "páginas agrícolas" de cinco diarios de Bogotá y de un semanario especialmente dirigido a los campesinos. Midiendo la asignación de espacios en centímetros-columna, identificó diez categorías de contenido. Las dos predominantes resultaron ser la de noticias sobre actividades de los grandes agricultores comerciales y la de información sobre programas agrícolas oficiales junto con cuestiones de comercio exterior. La categoría de información sobre necesidades de la educación rural y sobre programas comunales de desarrollo rural ocupaba el penúltimo puesto de la escala.

Datos como los que acaban de presentarse indican que ni siquiera las publicaciones especializadas en agricultura llegan a la masa campesina. Pareciera que, para la prensa y la radio, agricultores fueran sólamente los empresarios latifundistas que viven en su mayoría en las ciudades y que pueden comprar lo que esos medios ayudan a vender. El campesino raso que no es "cliente" de este comercio tampoco es "público" para aquellos medios.

También en Colombia, Arévalo, Alba y Rojas 6/ estudiaron el contenido de las páginas agrícolas de 51 ediciones de un total posible de 156 publicadas por ocho diarios durante tres años. En una escala de siete categorías de contenido, la de reforma agraria fue encontrada en el último lugar. Exceptuando una ligera tendencia de los periódicos regionales a divulgar mensajes educativos, el conjunto de diarios analizados mostró preferencia exclusiva por materiales de información y de promoción. Por último, la información difundida "sobre los productos que el Ministerio de Agricultura considera básicos para la alimentación del pueblo colombiano y sobre los cultivos que ayudan a sustituir importaciones, fue realmente mínima". Agregan los investigadores que no hubo información alguna en ningún periódico sobre ciertos cultivos cuya promoción fue contemplada en los planes cuatrienales gubernamentales. ¿Cómo puede pensarse que esos órganos de prensa sirvan al desarrollo rural del país si soslayan lo que es requisito fundamental para ese desarrollo: el cambio de la estructura social por medio de la reforma agraria y la educación de la población rural para una mejor agricultura? ¿Y cómo pueden esos diarios colaborar a las acciones de gobierno para conquistar aquel desarrollo si no toman en cuenta los planes por él trazados para tal fin?

A veces, pues, el contenido de los medios masivos es ajeno a la mayoría campesina e indiferente a las necesidades del desarrollo rural. Otras veces parece ser contrario a éste o, por lo menos, opuesto a la reestructuración social requerida para incorporar a la masa campesina al esfuerzo de desarrollo.

Por ejemplo, el sociólogo Roca 54/ se ocupó en Perú de analizar el contenido de seis diarios de la capital durante un período de seis semanas de 1963 en que hubo una intensificación de invasiones de haciendas por campesinos desprovistos de tierras. Quería él saber si los intereses de los dueños de esos diarios influían en

la orientación del contenido de los mismos. Comparó tres categorías de contenido -noticias, editoriales y avisos- con tres categorías de orientación: contra los campesinos y en favor de los terratenientes, contra los terratenientes y en favor de los campesinos, y neutras. Del total de los 391 textos así analizados, 290 resultaron favorecer a los terratenientes y condenar a los campesinos, 39 mostraron la tendencia inversa y 62 fueron encontrados neutrales. En la categoría de noticias, 151 de ellas respaldaron la posición de los terratenientes en tanto que solo 33 apoyaron a los campesinos. Ni en editoriales ni en avisos hubo texto neutral alguno; no hubo ningún aviso en favor de los campesinos.

Además, Roca verificó documentalmente que, en los casos de tres de los seis diarios estudiados, había una directa relación entre la propiedad de ellos y la propiedad de grandes extensiones de tierras agrícolas. Y su análisis final mostró que esos tres diarios publicaron muchos más editoriales, noticias y avisos contra los campesinos que los otros tres diarios cuyos dueños no eran a la vez propietarios de grandes empresas agrícolas.

Suponiendo que, por ínfima que fuera, una parte del contenido de los medios masivos resultare de interés para la mayoría del campesinado, restaría aun el problema del "código". Usan esos medios o por lo menos aquellos especializados en agricultura, un lenguaje que pueda entender aquella mayoría? Respondiendo negativamente a la pregunta, García 33/ sostiene que el mensaje constituye un "código incomprensible" y que, aun tratándose de campesinos alfabetizados, no les trasmite experiencia alguna que los induzca al cambio y a la innovación. Dice García 33/ (p. 192): "En términos estrictamente sociales, la sociedad urbana racionalizada y la comunidad campesina arcaica hablan lenguajes diferentes aún cuando consideran expresarse en la misma lengua formal".

Así es, en efecto. Y, desafortunadamente, ni las empresas privadas de comunicación masiva ni los organismos estatales de información para el desarrollo rural hacen empeño significativo alguno para llegar a la masa campesina con un lenguaje que esté al alcance de ella. Los redactores escriben para gente urbana como ellos; los locutores hablan el lenguaje urbano sin que parezca importarles que una parte de su auditorio no los comprenda; los dibujantes emplean símbolos eminentemente citadinos aun cuando pretenden alcanzar específicamente al público rural. Así la comunicación, escrita, oral y visual se plantea como si fuera obligación de los destinatarios rurales adaptarse al "código" de la cultura de las ciudades.

Hay evidencias sistemáticas* de que el nivel de dificultad de comprensión de textos y de mensajes pictóricos en los medios masivos es tan alto que deja a casi la

* Véase por ejemplo, Spaulding 60/, Fonseca y Karl 27/, Amaya 3/, Magdub 42/ Gutiérrez-Sánchez 35/ y Ruanova 58/.

totalidad de la población rural sin posibilidad de comprenderlos. Oraciones demasiado largas. Complejas abstracciones verbales y pictóricas. Palabras de uso muy poco frecuente. Voces pasivas. Metáforas abstrusas. Todo ello se junta -como esotérico instrumental de un rito del que se excluye a los no iniciados- para que el campesinado, aunque tenga acceso a la información, y aunque llegue a interesarse en ciertos contenidos, no pueda aprovechar de aquello para superar el subdesarrollo.

Para algunos, el problema se debe nada más que a la ignorancia de esta realidad por parte de los productores de mensjaes. Para otros, la población urbana se vale del lenguaje como un instrumento más para asegurar su dominación sobre la rural. Para imponerle, es decir, una cultura así como le impone una estructura económica y un régimen político que van en su perjuicio. Es probable que ambas explicaciones sean válidas.

Se ha visto pues -en términos de acceso, de contenido y de código- la problemática de comunicación que afecta a la mayoría de la población rural de América Latina. ¿Qué puede decirse entonces sobre la efectividad de los medios masivos en relación con el desarrollo rural de la región? Nada muy bueno, desgraciadamente.

Explorando nada más que un aspecto de los requerimientos para ese desarrollo, el de la difusión de innovaciones tecnológicas, el análisis se encuentra con un alto volumen de información científica desalentadora. El sociólogo norteamericano Everett Rogers 56/ una de las autoridades mundiales en materia de difusión de innovaciones*, afirma (1) que la influencia de los medios masivos en la adopción de innovaciones tecnológicas agrícolas es mínima o nula en la mayoría de los países subdesarrollados y (2) que los mensajes de esos medios son de escaso interés para el campesinado de aquellos porque obedecen a una orientación predominantemente urbana.

Rogers habla así al cabo de quince o más años de experiencia de investigación en su país y en Asia y América Latina y luego de haber compendiado los resultados de más de mil estudios de difusión hechos en diversos países del mundo 55/. Y no son pocos los latinoamericanos que han realizado estudios de difusión agrícola en sus países, principalmente en Colombia, Costa Rica, México y Brasil** . Ya

---

* Para una crítica de la escuela difusionista de investigación social, véase Cuellar y Gutiérrez 19/. Un ejemplo de investigación de adopción de prácticas dentro de un enfoque que reconoce variables estructurales, como la reforma agraria, está dado en un estudio de Havens 37/

** Los principales estudios de difusión agrícola de México han sido recogidos en Myren 49/ y los de Brasil fueron compendiados por Whiting y Guimaraes 53/.

hace más de diez años que en efecto, Deutschmann y Fals Borda 22/ encontraron en Colombia, en la aldea andina de Saucío, que la influencia principal en favor de las innovaciones provenía del contacto cara-a-cara entre las personas y que, en cambio, los medios de comunicación masiva ejercían escasa influencia en tal comportamiento. Desde entonces muchos otros investigadores han hecho similares verificaciones en varios países latinoamericanos.

La conclusión inescapable es que, tal como está estructurado y funciona actualmente el sistema de comunicación masiva en la región, bien poco es lo que puede esperarse de él como agente promotor del desarrollo rural.

A ello se agrega el hecho -no menos deplorable- de que el sistema oficial de comunicación rural interpersonal también está lejos de tener alta efectividad. Tras un cuarto de siglo de afán, los servicios de extensión agrícola, por ejemplo, se ven cada día menos aptos para enfrentar exitosamente la tarea de educar a los agricultores. Valioso como es el contacto directo entre el técnico y el campesino para el fin pedagógico, su uso no está libre de limitaciones y problemas*. Quizás el mayor dilema de la extensión agrícola está dado, sin embargo, por el ritmo abrumador a que crece la población: el universo que debe atender cada extensionista se hace día a día más grande y, por tanto, menos alcanzable.

Es por eso, probablemente, que han surgido en la región experimentos que combinan los medios masivos con los de tipo interpersonal. El ejemplo más notable de esta promisoria estrategia se da en Colombia. Basada en la técnica de las "escuelas radiofónicas" pero conjugando varios otros medios, Acción Cultural Popular ha establecido un sistema de educación campesina extraescolar de los más importantes del mundo**. La experiencia de ACPO se ha difundido en varios de los países latinoamericanos, teniendo quizás su mejor émulo en el Movimiento de Educación de Base de Brasil aunque, como lo explica Bandeira 7/, éste ha tenido una orientación pedagógica diferente.

Más reciente y de escala mucho menor ha sido el intento de usar también la estrategia de "radio foros rurales" originada en Canadá y empleada intensa y productivamente en India y Ghana. Brasil, Costa Rica y Perú son los países en que se ha ensayado dicho recurso con éxito inicial aparente.

---

* Algunas de esas dificultades han sido estudiadas en Colombia por Alba, Novoa y Rojas 1/ y por Rojas y Alba 57/.

** Hay un excelente resumen descriptivo y analítico de este sistema en Bernal Alarcón 11/. Existen seis estudios evaluativos del impacto de las escuelas radiofónicas; los más rigurosos si bien especializados son los de Bernal Alarcón 10/ y de Primrose 51/, el más reciente y general es el de Musto y otros 43/

Ambas estrategias se muestran capaces de integrar las ventajas de la comunicación masiva y la comunicación interpersonal al tiempo que atenúan las limitaciones de la una y de la otra*. Casi en ninguna parte de la región, sin embargo, aparece el Estado como gestor principal del uso de éstos nuevos modos de comunicación rural educativa. Y esto lleva a la argumentación en que desemboca el sumario diagnóstico hasta aquí presentado.

La Vía de Salida

Sin duda, el diagnóstico compone un cuadro de situación que no es alentador. ¿Habrá manera de remediar sustancialmente la situación dentro de las circunstancias políticas predominantes en la región? Hay quienes desahucian tal posibilidad arguyendo que el sistema de comunicación masiva sólo puede cambiar sustantivamente allá donde una acción política radical haya generado profundos cambios en la estructura total de la sociedad. Menos escépticos, otros creen que el cambio estructural generalizado puede no ser prerequisito esencial para que el Estado promueva la reorganización, gradual pero significativa, de aquel sistema de comunicación masiva. También, piensan ellos, el Estado puede estructurar mejor el régimen oficial de comunicación interpersonal, poniendo ambos sistemas verdaderamente al servicio de un desarrollo deseable.

Suponiendo que la segunda hipótesis no sea ingenua, la próxima cuestión es definir qué es lo que debe hacerse. El total de medios de comunicación forma, en efecto, un sistema, un conjunto delimitado de elementos ligados de tal manera que lo que afecte a cualquiera de ellos afectará a todos los demás. Siendo eso así, lo primero que no puede pensarse es que el remedio venga por vía de soluciones superficiales y aisladas basadas en recursos parciales y esporádicos. Por ejemplo, mejorar sólamente los programas de las radioemisoras oficiales, reorientar nada más que los programas de enseñanza universitaria en periodismo, aumentar simplemente los fondos para publicación de folletos agrícolas, regular quizás más estrechamente la conducta de las empresas privadas de comunicación, etc.

Lo que hace falta, en realidad, es una terapéutica integral, articulante y raigal. Ella debe contemplar tanto el sistema de comunicación masiva como el interpersonal y tanto la actividad privada de comunicación como la pública. Debe incluir atención de aspectos de investigación, enseñanza, producción, distribución, utilización o consumo y evaluación de comunicaciones. Debe, igualmente, prestar

---

* Beltrán 9/ ha descrito las dos estrategias: "radio-foros" y "radio-escuelas".

atención especializada a las diversas funciones de comunicación, como la de informar, la de recrear, la de integrar, la de movilizar, la de promover y principalmente la de educar.

Las bases para semejante estrategia curativa tienen que provenir del análisis de las necesidades de comunicación de los diversos sectores socioculturales de cada nación y deben forjarse en función de los planes gubernamentales de desarrollo.

En otros términos, lo que se necesita en América Latina es políticas nacionales globales de comunicación social para el desarrollo nacional. Es decir, conjuntos de postulados normativos, integrales e integrados, que establezcan guías generales sobre lo que debe hacerse y sobre lo que no debe hacerse, en materia de comunicación. Estas políticas deben llegar a traducirse, por una parte, en leyes y reglamentos y, por otra, en planes de comunicación subordinados a los planes de desarrollo*. Políticas y planes deben formularse con la participación de todos los interesados: el gobierno, los empresarios particulares, los profesionales de comunicación y el propio público. Por supuesto, para poder implantar esas políticas y aplicar esos planes, el Estado requiere contar con órganos ejecutivos especializados capaces de hacer la tarea.

¿Tendrá la región gente capacitada para emprender un día una empresa de semejante complejidad, costo y envergadura? Hace un par de décadas, la respuesta era del todo negativa. Pero hoy se cuenta ya, aunque no todavía en escala suficiente, con núcleos de profesionales de comunicación que pueden recoger el desafío**. Alcanzar la solución no estará, sin embargo, principalmente en sus manos. Porque hacer cambios de la naturaleza y magnitud que se necesita requiere, ante todo, de una voluntad y poderío que no están con los técnicos sino con los políticos.

Y es aquí donde surgen preguntas cruciales dentro del dilema. ¿Qué se entiende por comunicación? ¿Qué se entiende por desarrollo? ¿Cuál es la educación que se espera que los medios de comunicación ayuden a propiciar?***

---

* Para una crítica de la actual desarticulación entre los planes de desarrollo y la estrategia de comunicación, se puede ver Beltrán 8/.

** Pronunciamientos que convalidan esta aserción están contenidos en los informes de dos recientes seminarios. Véase Centro Internacional de Enseñanza en Periodismo para América Latina 16/ y 17/ y Consejo Interamericano para la Educación, la Ciencia y la Cultura 13/.

*** En relación con preguntas como estas, es altamente recomendable familiarizarse con los postulaciones del pedagogo católico brasileño Paulo Freire, actualmente al servicio del Consejo Mundial de Iglesias en Ginebra. Véase Freire 29/, 30/ y 31/. Véase también Araújo 5/, Lebret 39/, Menéndez 47/, Marques de Melo 43/ y Bernal Alarcón 11/.

Frecuentemente, se suele entender por comunicación el proceso de transmisión de los medios de pensar, sentir y actuar de una persona o más a otra persona o personas. Por lo general, se entiende además que tal "traspaso" tiene como intención primordial la de que la persona que "trasmite" persuada a la persona que "recibe" para que ésta adopte aquellos modos de comportamiento.

Ese concepto de la comunicación es objetable. Se apoya en una analogía mecanicista cuya validez puede cuestionarse. Y, lo que es peor, lleva implícita una visión autocrática de las relaciones entre los seres humanos. Supone un emisor activo obrando sobre la conducta de un receptor pasivo por vía del monólogo persuasor. Sugiere así una relación vertical en la que el emisor tenderá a regir o dominar la conducta del receptor.

Alternativamente, es posible entender la comunicación como aquel proceso de interacción social, basado en el uso de sistemas simbólicos, por el cual los seres humanos intercambian, en plan dialógico, experiencias afectivas y cognoscitivas, influyendo recíprocamente en su conducta con diversos fines.

Esta forma de entender la comunicación supone una relación horizontal entre emisor y receptor basada en el diálogo. Implica una libre y equitativa oportunidad de influencia mutua. Y no reconoce al afán de persuasión como principal propósito de la transacción social.

Por desarrollo se entiende, muy a menudo, el proceso de crecimiento económico y adelanto material de un país del que, se supone, se derivan el bienestar físico y el mejoramiento general de la población del mismo. A la luz de ese concepto, el desarrollo de un país es mensurable, fundamentalmente, en términos de la capacidad de producción y de consumo de bienes y servicios que tengan sus habitantes.

Esa visión del desarrollo nacional -que, sin duda, es generalizada y predominante- es pasible de muchas objeciones. Entraña ella una visión deshumanizada del progreso que proviene de la mentalidad eminentemente mercantil que rige la vida en las naciones que mayor adelanto material han alcanzado en el mundo. Midiendo ese progreso con obsesión cuantitativa, aquella presume que tener más es igual a ser mejor: o, por lo menos, que tener más conduce necesariamente a ser mejor. Confunde así algunos medios para el bienestar y mejoramiento de la vida humana -aquellos empleados para atender las necesidades físicas básicas- con los fines superiores de la persona: la dignidad, la justicia y la libertad. Más aún, la visión no involucra una preocupación por una distribución equitativa de los bienes y servicios. Y, aplicada específicamente a Latinoamérica, desconoce el factor cardinal del subdesarrollo: la concentración del poder en manos de una conservadora minoría dominante.

Por contraste, se puede entender por desarrollo nacional un proceso dirigido de profundo y acelerado cambio sociopolítico que genere transformaciones sustanciales en la economía, la cultura y la ecología de un país, a fin de favorecer el avance moral y material de la mayoría de su población dentro de condiciones de dignidad, justicia y libertad.

Esta definición implica la redistribución del poder como base para reestructurar la sociedad y reconoce que tal cambio político es prerequisito para los otros cambios. Además de sostener que es la mayoría de la población de un país la que debe beneficiarse con el progreso, la definición no restringe tal beneficio al orden físico-económico; más aún, condiciona todo mejoramiento a la vigencia de los más altos valores de la especie humana. Propicia así una perspectiva humanista y democrática del desarrollo.

La preferencia por un determinado modelo del desarrollo y por un determinado modelo de la comunicación es la que, en último análisis, determina si los medios de comunicación sirven o no los propósitos del desarrollo. En efecto, bien puede sostenerse que, en la medida que los países latinoamericanos se suscriban al modelo clásico de comunicación y al modelo utilitario del desarrollo, su actual sistema de comunicación puede considerarse, más bien, sumamente funcional para ese tipo de desarrollo.

Las decisiones para optar entre modelos las toman los altos dirigentes políticos de las naciones y los estrategos y planificadores del desarrollo. No las toman los especialistas en comunicación. Pero es deber de estos, en cuanto hace a su vital oficio, plantar ante los ojos de los primeros la bandera de alarma sobre el problema y la espada del esfuerzo resuelto a hallar la solución.

BIBLIOGRAFIA

1. ALBA ROBAYO, V., NOVOA B., A.R. y ROJAS C., R. Dificultades de los agentes de cambio del ICA para obtener y comunicar información agropecuaria. Instituto Colombiano Agropecuario. Departamento de Ciencias Sociales. Publicación no. 7. 1970. 55 p.

2. ALMEIDA G.T. DE. Prensa y desarrollo rural; estructura y desarrollo de las comunidades rurales; estudio de un área del Bajío, Guanajuato, México, Programa Interamericano de Ciencias Sociales Aplicadas, Escuela Nacional de Antropología, 1964. pp. 418-479.

3. AMAYA P., S. A plan for empirical testing of the spaulding readibility formula for colombian agricultural publications. M.S. Thesis Abstract. Madison, University of Wisconsin, 1959.

4. ARANGUREN, J.L. Consumo y desarrollo. Cuadernos de Comunicación Social (México) 1(2):24-25. 1971.

5. ARAUJO, J.E. Una proyección hemisférica y humanista. In Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas. Una proyección hemisférica y humanista; informe 1970. San José, Costa Rica? IICA, 1970. pp. 11-35. (El IICA en los 70).

   Exposición del Director General del Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas, en la Novena Reunión Anual de la Junta Directiva, ...Mar del Plata, Argentina, del 20 al 26 de Abril de 1970.

6. AREVALO A., M. et al. Análisis de contenido de las páginas agropecuarias de ocho periódicos colombianos. Instituto Colombiano Agropecuario. Hoja informativa no. 2:3. 1971.

7. BANDEIRA, M. DE C. Movimiento de educaçao de base. In Seminario Regional Andino sobre Educación Campesina Extraescolar, Bogotá 24 al 30 de Octubre 1971. Documentos. Bogotá, IICA-CIRA, 1971.

8. BELTRAN, L.R. Apuntes para un diagnóstico de la incomunicación social en América Latina; la persuasión en favor del status quo. Razón y Fábula (Colombia) no. 23:74-94. 1971.

9. _____. Radio forum y radio escuelas rurales en la educación para el desarrollo. Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas. Materiales de Enseñanza en Comunicación no. 25. 1971. 58 p.

10. BERNAL ALARCON, H. Effectiveness of the radio schools of "Acción Cultural Popular" in promoting the adoption of innovations. Ph.D. Thesis. Madison. University of Wisconsin, 1967.

11. BERNAL ALARCON, H. Educación fundamental integral y medios de comunicación social; el uso sistemático de los medios masivos de comunicación en programas de desarrollo. Bogotá, Acción Cultural Popular, Departamento de Planeación y Programación, 1971. 103 p.

12. BLAIR, T.L. Social structures and information exposure in rural Brazil. Rural Sociology (Estados Unidos) 25(1):65-75. 1960.

13. BOSTIAN, L.R. y OLIVEIRA, F.C. Relationships of literacy and education to communication and to social conditions on small farms in two municipios of Southern Brazil. s.l., Rural Sociological Society, 1965.

Paper presented at the meetings of the Rural Sociological Society.

14. CANIZALES, J.A. y MYREN, D.T. Difusión de la información agrícola en el Valle del Yaqui. México, D.F., Secretaría de Agricultura y Ganadería, Instituto Nacional de Investigaciones Agrícolas. Folleto Técnico no. 51. 1967.

15. CASTAÑO, R.A. La publicidad; un freno al desarrollo. Bogotá, Tercer Mundo, 1971. 115 p.

16. CENTRO INTERNACIONAL DE ESTUDIOS SUPERIORES DE PERIODISMO PARA AMERICA LATINA. La radio y la televisión frente a la necesidad cultural en América Latina. Quito, CIESPAL, 1966. 392 p.

17. _____. Los medios de comunicación colectiva y el desarrollo económico, político y social. Quito, CIESPAL, 1970. 40 p.

Documento preliminar del Seminario efectuado en "La Catalina", Costa Rica, 1970.

18. CONSEJO INTERAMERICANO PARA LA EDUCACION, LA CIENCIA Y LA CULTURA. Los medios de comunicación de masas y la educación, la ciencia y la cultura. Washington, D.C., Secretaría General, Organización de los Estados Americanos, 1970. 102 p.

Informe del Seminario celebrado el 16 de setiembre de 1970, Viña del Mar, Chile.

19. CUELLAR G., D. y GUTIERREZ S., J. Análisis de la investigación y de la aplicación del difusionismo. Cali, Colombia, 1971. 6 p.

Documento presentado a la Segunda Reunión de Comunicadores Rurales. Palmira, Colombia, Octubre 1971.

20. DEUTSCH, K.W. Nationalism and social communication. Cambridge, Massachusetts, Massachusetts Institute of Technology, 1966. 345 p.

21. DEUTSCHMANN, J.P., MCNELLY, J.T. y ELLINGSWORTH, H. Mass media use bay subelites in eleven Latin American countries. Journalism Quarterly (Estados Unidos) 38(4): 1961.

22. _____ y FALS BORDA, O. La comunicación de las ideas entre los campesinos colombianos. Bogotá, Universidad Nacional de Colombia, 1962.

23. DIAZ BORDENAVE, J. Orientación desarrollista en la comunicación colectiva. San José, Costa Rica, Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas, 1965.

24. DIAZ RANGEL, E. Pueblos subinformados; las agencias de noticias y América Latina. Caracas, Universidad Central de Venezuela, 1967.

25. FAGEN, R. Política y comunicación. Buenos Aires, Paidós, 1969.

26. FELSTEHAUSEN, H. Economic knowledge, participation and farmer decision making in a developed and under-developed country. International Journal of Agrarian Affairs (Estados Unidos) 5(4):263-231. 1968.

27. FONSECA, L. y KEARL, B. Comprensión de las representaciones gráficas. Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas de la OEA. Ayudas Visuales no. 15. 1963.

28. FRAPPIER, J. El imperio de la televisión. Cine y Medios (Argentina) 1(2): 1969.

29. FREIRE, P. Extensión o comunicación? Santiago de Chile, Instituto de Capacitación e Investigación en Reforma Agraria, 1969. 76 p.

30. _____. La educación como práctica de la libertad. Santiago de Chile, Instituto de Capacitación e Investigación en Reforma Agraria, 1969. 136 p.

31. _____. Pedagogía del oprimido. Lima, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, 1971. 101 p.

32. FREY, F.W. The mass media and rural development in Turkey. Cambridge, Massachusetts Institute of Technology, Center for International Studies, 1966.

33. GARCIA, A. El problema agrario en América Latina y los medios de información colectiva. Quito, Centro Internacional de Estudios Superiores en Periodismo para América Latina, 1966. 188 p.

34. GATON ARCE, F. El rol que cumplen las agencias internacionales de noticias en los procesos de desarrollo económico y social; la dependencia y la invasión informativa. In Centro de Estudios Democráticos de América Latina. Los medios de comunicación colectiva y el desarrollo de América Latina. San José, Costa Rica, CEDAL. Materiales de Estudios no. 18, Doc. 145. 1970. v.2, 6 p.

35. GUTIERREZ SANCHEZ, J. Content analysis and readability study of the agricultural pages in five colombian newspapers. M.S. Thesis. Madison, University of Wisconsin, 1966.

36. GUTIERREZ SANCHEZ, J. y McNAMARA, R. L. Algunos factores que afectan el proceso de comunicación en una vereda colombiana. Revista ICA (Colombia) 3(3):143-154. 1968.

37. HAVENS, A.E. Empleo de nuevas técnicas agrícolas en Colombia; un estudio de agricultores comerciales en una comunidad cafetalera. Desarrollo Económico (México) 3(3 y 4): 20-24. 1966.

38. KAPLUN, M. Los medios de comunicación social en América Latina. México, D.F., 1971. 65 p.

Documento presentado al Seminario sobre Medios de Comunicación Social y Educación; una Visión Cristiana, México, D.F., Mayo 19-24, 1971.

39. LEBRET, L.J. Dinámica concreta del desarrollo. Versión Castellana de María Luisa Medrano. Barcelona, Herder, 1966. 557 p.

40. LERNER, D. Communication systems and social systems; a statistical exploration in history and policy. Behavioral Science no. 2: 266-275. 1957.

41. _____. Communication and the prospects of innovative development. In _____ y Schramm, W. eds. Communication and change in the developing countries. Honolulu, Hawaii, East-West Center Press, University of Hawaii, 1967.

42. MAGDUB, A. Close procedure; its application as a tool measuring readability in Spanish agricultural information. M.S. Thesis. Madison, University of Wisconsin, 1966.

43. MARQUES DE MELO, J. Comunicaçao, opiniao, desenvolvimento. Rio de Janeiro, VOZES, 1971. 114 p.

44. MARTINEZ V., G. y MYREN, D.T. Alcance e impacto de la página agrícola de El Dictámen de Veracruz. México, D.F., Secretaría de Agricultura y Ganadería, Instituto Nacional de Investigaciones Agrícolas, 1964.

45. MATTELART, A. Estructura del poder informativo y dependencia. Cuadernos de la Realidad Nacional (Chile) no. 3:37-76. 1970.

46. MEJIA, P. Dominación y reacciones a la reforma agraria. Desarrollo Rural en las Américas (Colombia) 3(3):35-42. 1971.

47. MENENDEZ, A. Comunicación, Desarrollo. México, D.F., Asociación de la Publicidad, 1969. 302 p.

48. MUSTO, S.A. et al. Los medios de comunicación social al servicio del desarrollo rural; análisis de eficiencia de "Acción Cultural Popular" -Radio Sutatenza-, Colombia. Bogotá, Andes, 1971. 240 p.

49. MYREN, D.T. Informe del Symposium Interamericano de Investigación de las Funciones de la Divulgación en el Desarrollo Agrícola 1o., México, D.F., 5 al 13 de Octubre de 1964. México, D.F., 1964. 180 p.

50. POOL, I. DE S. The role of communication in the process of modernization and technological change. In Hoselitz, B.F. y Moore, W. eds. Industrialization and society. New York, Mouton-UNESCO, 1960.

51. PRIMROSE, S.V.M. A study of the effectiveness of the educational program of the radiophonic schools of Sutatenza on the life of the colombian, peasant farmer. Ph.D. Thesis. Saint Louis, Mo., Saint Louis University, 1965.

52. PYE, L.W. Evolución política y comunicación de masas. Traducción de Jean Puglisi. Buenos Aires, Troquel, 1969. 441 p.

53. RAO, Y.V. Laksmana, communication and development; a study of two indian villages. Minneapolis, University of Minnesota Press, 1966.

54. ROCA, L. Los intereses económicos y la orientación de noticias sobre el movimiento campesino. Campesino 1(1):37-52. 1969.

55. ROGERS, E. M. Elementos del cambio social en América Latina; difusión de innovaciones. Bogotá, Tercer Mundo, 1966. 391 p. (Monografías Sociológicas no. 23).

56. _____ y SVENNING, L. Modernization among peasants; the impact of communication. New York, Holt, 1968.

57. ROJAS C., R. y ALBA ROBAYO, V. Problemas que afrontan los supervisores de crédito del INCORA para obtener y comunicar información agropecuaria. Instituto Colombiano Agropecuario. Departamento de Ciencias Sociales. Boletín de Investigaciones no. 8. 1971. 59 p.

58. RUANOVA, A. Content and readability of some latin american agricultural magazines. M.S. Thesis. Madison, University of Wisconsin, 1958.

59. SCHRAMM, W. Mass media and national development. Stanford, California, Stanford University Press, 1964.

60. SPAULDING, S. An investigation of factors influencing the communication potential of pictorial illustrations. Audio-Visual Communication Review (Estados Unidos) 4(1): 1956.

61. TORRES H., J. I. Comunicación social y educación; una visión cristiana. Bogotá, Indo-American, 1971. 46 p. (Iglesia Nueva no. 11).

Informe del Seminario sobre Medios de Comunicación Social y Educación; una visión cristiana, México, D.F., Mayo 19-24, 1971.

62. UNITED NATIONS EDUCATIONAL SCIENTIFIC AND CULTURAL ORGANIZATION. Mass media in the developing countries. Paris, UNESCO, 1961.

63. WHITING, G. y GUIMARAES, L.L. Comunicaçao das novas idéias. Rio de Janeiro, Financeiras, 1969. 144 p.

SEMINARIO SOBRE COMUNICACION PARA EL DESARROLLO

FNCA - FEDECAFE

"PAPEL DE LA COMUNICACION EN EL PROCESO DE DESARROLLO"

Hernando Bernal Alarcón

Bogotá Septiembre 1 972

INDICE

INTRODUCCION

El objeto del presente informe es mostrar cómo se están utilizando los medios de comunicación como coadyuvantes y aceleradores en el proceso de desarrollo.

Se parte de un modelo teórico, y se aportan evidencias nacidas de la investigación encaminada a probar dicho modelo

Intencionalmente se evitan las discusiones sobre el concepto mismo de desarrollo, que debido a su carga ideológica, y a su complejidad, daría materia para otro artículo diferente.(1)

El presupuesto básico que guía lo que se incluye a continuación es que es más interesante y útil ver qué se está haciendo, que debatir sobre lo que se debería hacer. Pero el autor no resta importancia sin embargo a lo que debería hacerse

Se trata de una revisión de material bibliográfico, que si bien es extenso en sí mismo, no alcanza a ser lo suficiente para dar la visión de la globalidad.

---

(1) Sobre éste asunto recomiendo ver el artículo "La Comunicación como Instrumento de Cambio" que envié como participación al Seminario Nacional de Comunicación Social para el Desarrollo de la Comunidad, promovido por Acción Cultural de Colombia, en Octubre de 1 971.

1. El modelo teórico de Wilbur Schramm

Según afirma Wilbur Schramm en su libro "Mass Media and National Development" los medios masivos de información cumplen las siguientes funciones en el desarrollo de los países:

A - Informan a la población sobre los cambios que deben realizarse.

B - Ayudan en el proceso de adopción de innovaciones.

C - Promueven una mayor participación de la gente en el proceso de la toma de decisiones. (1)

D - Sirven como herramientas útiles para impartir educación.

Esta es la forma moderna como se manifiestan las funciones que han tenido los diferentes sistemas de comunicación, a lo largo del tiempo en las diferentes sociedades. La comunicación social ha ayudado siempre a satisfacer las siguientes necesidades:

A - La necesidad que tenemos de información acerca de nuestro medio ambiente.

B - La necesidad que tenemos de información para tomar decisiones.

C - La necesidad que tenemos de acumular el conocimiento logrado.

D - La necesidad que tiene la sociedad de socializar a los miembros del grupo.

E - La necesidad de una "diversión comunicada".

F - Y la necesidad de mantener relaciones diarias con otros miembros

---

(1) Ver: Wilbur Schramm. Mass Media and National Development. Standford University Press. Standford. California. 1964

del grupo.[1]

Téngase en cuenta que la efectividad en el proceso de comunicación es la resultante del cumplimiento de una serie de reglas elementales, tales como:

1. El mensaje debe estar diseñado y enviado en forma tal que se grave la atencion de los destinatarios.
2. El mensaje debe emplear señales o signos que se refieran a una experiencia común, compartida entre el emisor y el destinatario, de tal manera que su sentido sea ampliamente entendido.
3. El mensaje tiene que crear una conciencia de necesidades, y debe señalar medios de satisfacer dichas necesidades.
4. Las señales mencionadas deben consultar la estructura social del grupo, y las circunstancias espacio-temporales en las cuales se haya sumergido el destinatario.[2]

---

(1) Wilbur Schramm: La Ciencia de la Comunicación Humana. Méjico; Editorial Norte. (sin fch.) p. 25.

(2) Wilbur Schramm, "How Communication Works", en The Process and effects of mass communication. Urbana, Un. of Illinois Press. 1955 (Este libro ha sido revisado y reeditado últimamente, según consta en el "Annual Report of research inprogress" Institute for communication research. Standford University, February 1972.

2. Medios masivos y cambio de actitudes

La última de estas reglas plantea el problema de si es posible lograr un cambio de actitudes y de mentalidad a través de la comunicación masiva. Este punto es importante, dado que todo cambio social implica necesariamente un cambio de mentalidad. Y como el proceso de desarrollo, cualquiera que sea su concepción, implica la necesidad de un cambio social, el éxito de la actividad de los medios, dependerá en mayor o menor grado de su capacidad para inducir cambios de actitud.

La revisión de la bibliografía sobre este particular lleva a las siguientes conclusiones:

1. Las actitudes y opiniones de las personas, individualmente consideradas, no dependen de ellos solamente, sino en primer lugar de las actitudes del grupo o grupos de referencia en los cuales se mueven. Por esta razón es con frecuencia más fácil cambiar las actitudes de los grupos pequeños que los de un individuo en particular.(1)

2. En el proceso de exposición a la influencia de los medios, e interpretación de su contenido, influyen enormemente los intereses, opiniones y valores sustentados por las personas. Las

(1) J.A.C. Brown, Techniques of Persuasion Penguin Books, AG04, 1.963.

personas seleccionan aquellos medios que expresan opiniones más de acuerdo con las suyas propias; y tienden a interpretar los mensajes, según su propio mundo de valores. "Ahora bien, es obvio que si la gente tiende a exponerse principalmente a comunicaciones de masas según sus puntos de vista e intereses existentes y a evitar otro tipo de material, y si, además, tiende a olvidar otro tipo de material en la forma que lo ven y, finalmente, si tiende a deformar otro material tal como lo recuerda, entonces, claramente, no es muy probable que la comunicación de masas cambie sus puntos de vista. Es más probable, mucho más probable, que soporte y refuerce sus puntos de vista existentes"(1).

3. Debido a lo anteriormente señalado, cuando una persona o grupo se haya predispuesta al cambio, un tipo de comunicación en tal sentido, opera como refuerzo y acelerador de las actitudes que ya existen(2).

4. La comunicación interpersonal, principalmente la realizada a través de líderes de opinión, es una de los factores que más influyen en la creación de actitudes de predisposición al cambio.

---

(1)
Joseph T. Klapper, "Los efectos sociales de la comunicación de masas" En La Ciencia de la Comunicación Humana, Méjico, Editorial Roble, 1.964.

(2)
Idem.

Por esa razón parece conveniente combinar siempre la acción de los medios, con este tipo de comunicación interpersonal.(1)

3. Los Medios Masivos como aceleradores del Cambio. (Daniel Lerner)

La exploración en el terreno de los fenómenos psico-sociales que ocurren como consecuencia de la acción de los medios masivos de comunicación, cubre campos mucho más amplios. Ya desde el comienzo de la investigación en comunicaciones Daniel Lerner clarificó estos aspectos. Al estudiar la evolución de las sociedades tradicionales del Asia Menor (Middle East) pudo comprobar que los medios de comunicación de masas desempeñan un gran papel como aceleradores del cambio.(2)

El estudio tiene en cuenta cinco variables que se interrelacionan mútuamente. Alfabetización, Urbanización, Medios de Comunicación, Empatía y Rango de opinión.

Dentro de este modelo es preciso definir con claridad lo que Lerner entiende por empatía y por rango de opinión.

---

(1)
Lazarsfeld y Menzel, "Medios de comunicación colectiva e influencia personal" en La Ciencia de la Comunicación Humana, ut supra

(2)
Daniel Lerner. The passing of traditional society. N. Y. The Free Press 1.966.

- "Empatía" es un fenómeno de caracter psico-social, que consiste en la capacidad que tiene la gente para adaptarse ante nuevas situaciones. En otras palabras, empatía es la actitud psicológica favorable al cambio y a la innovación. La gente tradicionalista posee un grado mínimo de empatía; es decir una mínima capacidad de adaptarse a los cambios y a las nuevas situaciones.

- "Rango de opinión" significa la capacidad que tiene la gente de opinar sobre los asuntos de su comunidad y su nación. Según Lerner, en las sociedades tradicionales el rango de opinión es muy bajo; contrariamente, en las sociedades adelantadas o modernas, la gente tiene una gran capacidad de opinar; y mediante el ejercicio de esta capacidad participa en la vida de la sociedad.

En el modelo de Daniel Lerner, los medios masivos de comunicación sirven en primera instancia para ampliar el horizonte de la opinión. La gente expuesta a los medios masivos tiende a opinar más sobre un área mayor de aspectos.

Además los medios masivos sirven para crear en la mente de la gente situaciones nuevas a las cuales se deberán adaptar. Por lo tanto los medios masivos amplían la empatía de la gente. Por

otro lado, en la medida en que aumenta la empatía, la gente tiende a exponerse a los medios en mayor grado, creándose una causalidad circular entre estas dos variables.

Son múltiples las interpretaciones que se podría dar al modelo de Daniel Lerner. Para él, como pudo observarlo, el proceso de la modernización se inicia con el fenómeno de la urbanización (primera etapa) que lleva a un deseo y necesidad de la gente por instruirse (segunda etapa: Alfabetización), la cual a su vez lo pone en búsqueda de fuentes de información (tercera etapa: participación de los medios) la que finalmente desemboca en incremento de la empatía y ampliación del rango de opinión, elementos ambos de la participación política (cuarta y quinta etapas).

Analizando la población de las diferentes sociedades, o de una sociedad en diferentes etapas de su proceso de modernización, Daniel Lerner encuentra que los niveles más bajos de opinión, corresponden a personas que carecen por completo de empatía, participación de los medios, urbanismo y alfabetización. Por lo contrario el rango de opinión más alto es correlativo a un alto grado de empatía, participación de los medios, urbanismo y alfabetización. Esto lo lleva a diagramar una tipología básica, del proceso de modernización de las sociedades, que se encuentra en el cuadro a continuación:

TIPOLOGIA BASICA

Tipo de Sociedad		Alfabetización	Urbanismo	Participación de los medios	Empatía	Rango de Opinión
Moderna		+	+	+	+	5
	A	-	+	+	+	4
Transicional	B	-	-	+	+	3
	C	-	-	-	+	2
Tradicional		-	-	-	-	1

En resúmen se pueden señalar las siguientes hipótesis:

1o. Si la modernización es la transición a una sociedad participante, entonces la dirección del cambio en lo que atañe a la comunicación colectiva, es en el sentido de ampliar constantemente el campo de las opiniones. (1)

2o. Una persona es tanto más participante en cuanto aprende a tener opiniones. En cuanto más numerosas y variadas las materias sobre la que puede opinar, mayor es su grado de participación. (2)

3o. Un hombre, (o un grupo) pueden definirse dinámicamente como en período de transición, según sean sus deseos o expectativas. Lo que lo diferencia de sus conténeos tradicionales es la estructura de actitudes y aptitudes que se esconden en su interior. A esto lo llamamos empatía, puesto que él ve, cosas que otros no ven; vive en un mundo poblado de imágenes, muy diferentes a las que

(1) Ibdem, p. (71)
(2) Ibdem, p. (72)

li ritan a los otros. Dicha actitud se convierte en deseos, ya que él pretende realizar sus sueños y vivir en un mundo, tal como él se lo ha imaginado (1)

4o. Una de las características significativas de las sociedades modernas es su capacidad de incorporar el cambio social como parte integrante de su estructura institucional. (2)

4. Papel de los medios en la adopción de innovaciones. (Breve reseña).

El estudio de Daniel Lerner y su teoría consecuente, sirven para aportar evidencias a lo que Wilbur Schramm, consideraba como cercera función de los medios en el proceso de desarrollo, a saber: "promover una mayor participación de la gente en el proceso de toma de decisiones". También aporta claras evidencias sobre la primera función propuesta por Schramm: "Los medios informan a la población sobre los cambios que deben realizarse", añadiendo un adicitivo a esta proposición; puesto que Lerner descubrió que no solo informan, sino que permiten imaginar nuevas formas de vida, y hacen que estas se deseen. Con ésto aludía Lerner, a lo que actualmente se ha conocido como la "revolución de las expectativas crecientes".

---

(1) Ibdm., p. (72)

(2) Ibdm., p. (64)

Uno de los aspectos que más se han estudiado es lo correspondiente a la utilización de los medios en el proceso de adopción de innovaciones, o sea la segunda función señalada por Schramm en su modelo. En general existe una amplia evidencia (1) aportada por diferentes y muy variados autores, de que el uso de los medios, principalmente cuando estos se utilizan en forma combinada ("multi-media") y son reforzados por la comunicación interpersonal, es efectivo para promover la adopción de innovaciones.

La enorme literatura que existe sobre adopción de innovaciones proviene en general de tres disciplinas diferentes pero interconectadas: las ciencias de la comunicación, la antropología y la sociología rural. Conocido de todos es el libro de E.M. Rogers, sobre Difusión de Innovaciones, donde se explican los pasos del proceso de decisión y se sintetizan las principales generalizaciones logradas a través de la investigación en lo que respecta al papel que juegan los medios y la comunicación interpersonal, en las diferentes etapas del proceso de adopción. (2)

---

(1)
Elihu Katz cita más de 200 investigaciones realizadas en el campo de la adopción de innovaciones. Ver: "La difusión de las nuevas ideas y prácticas" en La Ciencia de la Comunicación Humana, op. supra.

(2)
E.M. Rogers, Diffusion of Innovations. N.Y.: The Free Press of Glencoe, 1962.

Múltiples son las variables que se han tenido en cuenta en el proceso de adopción de innovaciones. Se ha estudiado la adopción individual, o la adopción por grupos. Se ha tenido en cuenta el factor tiempo y su incidencia en el proceso global. Se ha estudiado la velocidad; la influencia del liderazgo de opinión, y la teoría de las dos etapas; se han hecho estudios comparativos, según diferentes grupos y diferentes culturas, etc.(1) Ultimamente se ha principiado a hablar de "difusionismo", con la connotación negativa que ésto implica. Esto se debe a los efectos sociales que parece están principiando a causar la adopción de tecnologías. Cuellar y Gutiérrez plantean la hipótesis que "los modelos de difusión y adopción tienden a desconocer los factores de poder de los estratos dominantes y elementos de dependencia del medio rural", con lo cual se abre un nuevo campo de investigación en esta materia.(2)

5. Investigaciones sobre el papel de los medios masivos en la Educación. (Schramm, Coombs, et. al.

Uno de los campos donde más se ha avanzado es el relativo al papel de los medios masivos en la educación. El Instituto Internacional de Planeamiento de la Educación de la UNESCO, ha adelantado diferentes investigaciones a nivel mundial, que aportan evidencias tremen-

---

(1) Ver Elihu Katz, ut supra.

(2) David Cuellar O., y Jaime Gutiérrez S., "Análisis de la Investigación y de la Aplicación del Difusionismo", en Seminario sobre Comunicación Social para Directivos del INDERENA, IICA-CIRA, Bogotá, 1.972 (Mimeógrafo).

damente interesantes. En un estudio realizado por Schramm, Coombs, Kahnert y Lyle, y que cubrió experimentos realizados en Samoa, Hagerstown (USA), Nigeria, Colombia, Tailandia, MPTI (USA), Argelia, Palestina, Australia, Nueva Zelandia, Japón, Italia, Perú, Costa de Marfil, Honduras, India, y Togo, los autores llegaron a la conclusión de que la función de los medios masivos en el proceso educativo, cubría fundamentalmente las siguientes áreas:(1)

A - Mejoramiento de la Enseñanza

B - Formación de personal docente

C - Extensión de la educación

D - Alfabetización y educación fundamental

E - Educación de adultos

F - Desarrollo de la Comunidad

Algunas de las conclusiones del citado estudio son:

1. Casi nunca se emplean los medios solos. Generalmente se emplean en forma combinada; principalmente cuando el problema que se pretende resolver es muy serio.(2)

2. Cada medio se emplea para diferentes propósitos. Y por lo tanto no se puede afirmar que un medio en particular solo

---

(1) Schramm, Coombs, Kahnert, Lyle, Técnicas modernas y Planeamiento de la Educación. UNESCO 1.967.

(2) Ibdm. p. 75.

sirve para un propósito particular.(1)

3. Decidir qué medios se deben seleccionar en qué circunstancias, es un aspecto que requiere una seria investigación.(2)

4. En general los medios, y las diferentes combinaciones que de ellos se hacen han probado ser efectivos para el fin educacional que se persigue. Sin embargo parece ser que la efectividad es función de una serie de variables que es preciso determinar y controlar con mayor detención.(3)

5. Un factor que ciertamente influye en la utilización de los medios para la educación, es el grado de entrenamiento que posean los educadores en el uso de los mismos; y la integración que realicen de los medios dentro de los curriculos escolares.(4)

Como conclusión general se puede afirmar que la efectividad en la utilización de los medios al servicio de la educación depende de los factores que se señalan a continuación.

I- Decisiones preliminares

1. Análisis de las necesidades y evaluación de las alternativas posibles.

2. Selección de una alternativa de posible realización

3. Asignación de los recursos económicos adecuados

(1) Ibdm. p. 75
(2) Ibdm. p. 75
(3) Ibdm. pp 107 a 110
(4) Ibdm. pp 138 y 139

II- Cuestiones de organización

4. Apoyo decidido de las más altas autoridades

5. Unidad de propósitos entre las autoridades responsables

6. Amplia participación

III- Cuestiones de planeamiento y preparación que incumben a la autoridad central

7. Aplicación metódica y paulatina del nuevo sistema

8. Adecuación de los medios técnicos

9. Personal técnico y del programa competentes y continuidad en sus funciones del personal que ocupa los puestos esenciales

10. Programas cuyo contenido sea de un nivel elevado, adecuado a los objetivos nacionales

IV- Cuestiones de relación entre la sede central y los lugares de utilización

11. Servicios de envío y recepción del material escolar

12. Sistema de información procedente de los lugares de recepción, con destino a la sede o a la estación transmisora

13. Contacto permanente con el personal docente y los instructores

V- Cuestiones relacionadas con el establecimiento de un marco pedagógico eficaz en los lugares de recepción.

14. Grupos de estudio o de discusión en los lugares de recepción, adecuadamente equipados y suministrados en material pedagógico

15. Servicios de mantenimiento de los receptores y equipo diverso.

16. Supervisión competente de las actividades pedagógicas en los lugares de recepción

17. Algún contacto directo entre alumnos y maestros, si los alumnos no pueden reunirse en un grupo de estudio. (1)

6. Encuesta sobre el uso de la radio y la T.V. en la alfabetización (UNESCO - John Maddison)

Complementario al estudio citado anteriormente, John Maddison adelantó una encuesta con el objeto de conocer la forma como se han utilizado la radio y la T.V. en programas de alfabetización y educación fundamental.

Dicha encuesta mundial recabó datos de:

AFRICA:

Algeria	Congo	Costa de Marfil
Camerún	Etiopía	Kenya
Africa Central	Gabon	Madagascar
Chad	Guinea	Malí
Nigeria	Tunez	
Ruanda	Repúblicas Arabes Unidas	
Senegal	Alto Volta	
Sudan	Zambia	(20 países)

AMERICA CENTRAL Y CARIBE

Cuba
Guatemala
Jamaica
Méjico (4 países)

NORTE AMERICA

Estados Unidos (1 país)

SUR AMERICA

Bolivia	Colombia	Perú
Brasil	Ecuador	
Chile	Paraguay	(7 países)

(1) Ibdm., pp 140 y 141

ASIA :

Burma
Taiwan
India
Irán
Laos (5 países)

EUROPA :

Italia
España
Yugoeslavia (3 países)

T o t a l : 40 países

La encuesta cubrió aspectos tan variados como:

1. Razones para usar el radio y la TV en programas de alfabetización

2. Cómo se promueven los programas

3. Cómo se organizan

4. Qué entienden por alfabetización

5. Qué audiencias cubren

6. Pautas de transmisión, recepción y programación

7. Mantenimiento y servicio del equipo

8. Radio o T.V. ?

9. Metodologías, materiales y experiencias (1)

10. Feed-back y follow-up.

---

(1)
John Maddison, Radio and Television in Literacy, UNESCO 1.971

A continuación se copian algunas de las lecciones interesantes de este estudio:

1. "La encuesta muestra que la Radio y la T.V. están contribuyendo en forma valiosa, y en algunos casos de manera esencial, en las campañas de alfabetización, no solo como medio de enseñanza, sino también en otras formas.

2. También es claro que su contribución se puede incrementar todavía aún más. Para ésto es necesario realizar planes más extensos de utilización de la radio y la T.V., desarrollando nuevas técnicas, teniendo siempre como objetivo el avance económico social y cultural. El uso de la radio y la T.V. debe formar parte de los planes generales de desarrollo de los países.

3. El sistema combinado de utilización de los medios (multi-media) tiene ventajas especiales en los proyectos de alfabetización.

4. Es necesario realizar una investigación más precisa principalmente sobre los siguientes aspectos:

   a. Lenguaje de los medios y adaptabilidad al proceso alfabetizador

   b. Estudios comparativos de efectividad sobre diferentes combinaciones de multi-media.

   c. Sistemas de feed-back.

d. Tecnología del televisor transistorizado.

e. Contenido del material educativo.

5. Se deben diseñar y diagramar cursos a todos los niveles para el entrenamiento de técnicas en la utilización de la Radio y la T.V. al servicio de la educación fundamental.

7. <u>Papel de la T.V. en la modificación de la estructura educativa de un país.</u> (El caso de El Salvador)

Una cosa es utilizar los medios como soporte de las tareas de desarrollo. Otra muy distinta es utilizarla como herramientas de cambio. Esto es lo que han pretendido hacer en El Salvador, mediante un experimento por demás interesante, descrito en los siguientes términos:

"El proyecto de reforma, por supuesto, es mucho más que un proyecto de televisión. Incluye una extensa revisión del currículo; nuevos textos y guías para los maestros; entrenamiento de un año para cada uno de los maestros que participan; remodelación de algunas escuelas y construcción de otras nuevas; revisión completa del entrenamiento de los maestros y otros elementos. La televisión se ha convertido como el principal elemento catalizador e integrador de los cambios de la estructura educacional.(1)

(1)
Ver: "Annual Report of research in progress". Institute for Communication Research. Standford University, February 1972

"La reforma educativa ha llegado a los cursos 7, 8 y 9 de enseñanza primaria. Los alumnos continúan obteniendo mayores ventajas. Las actitudes de cambio son altamente favorables, y la tasa de discersión es baja. El año pasado hubo una huelga de maestros, que tuvo como causa los bajos sueldos"(1), aunque internamente se notó también que se debía a cierta resistencia a adoptar las nuevas técnicas de enseñanza"(2).

Los investigadores están analizando los resultados obtenidos por los diferentes grupos a los cuales ha alcanzado la reforma y las actitudes, tanto de los maestros, como de los alumnos y de los padres de familia. Aunque los resultados no son del todo concluyentes, sin embargo se puede afirmar que este experimento conduce a una nueva visión de los medios en el proceso de cambio, a saber: no solo sirven como refuerzo en los procesos de desarrollo, sino que se convierten en verdaderos agentes de cambio, cuando se diseña y programa su acción dentro de la perspectiva general del desarrollo.

3. La Televisión al servicio del desarrollo de la personalidad infantil. (El programa: Plaza Sésamo)

Se principiará a transmitir en breve, a través de la T.V. colombiana, un programa destinado a la población infantil en edad pre-

---

(1)
Idem.
(2)
Hornik et al Television and educational Reform en El Salvador. Institute for Communication research, Research Report N° 10. Standford Un., March 1972

escolar, versión española realizada en Méjico del programa Sesame Street, que comenzó a transmitir la T. V. Americana desde Noviembre de 1.969. "Su duración diaria es de una hora. Los niños juegan ante una vieja casa y cada día se abre una de sus muchas puertas y lleva a los pequeños a un mundo (programa) tricolor. Películas de dibujos animados se combinan con divertidas escenas, con historietas y con relatos de viajes; entre ellos hay intermedios con música al estilo de las cuñas publicitarias, que deben estimular la lectura".(1)

Este programa ha sido el resultado de un largo proceso de investigación. Se basó dicho proceso en el siguiente presupuesto: "Si Sesame Street estaba llamado a ser un medio eficaz para superar las malas condiciones de iniciación que tenían los niños de los barrios periféricos obreros por falta de estímulos espirituales, si la serie debía mejorar la capacidad de aprendizaje de todos los parvularios, había que investigar primero cuáles son las emisiones que éstos ven con preferencia y lo que retienen y aprenden de ellas".(2)

---

(1)
Cfr. Revista Televisión y Educación, versión española de la revista Fernsehen und Bilding. Madrid. 1.971

(2)
Edward L. Palmer. "Investigaciones acerca de la serie Sesame Street" en Televisión y Educación, ut supra. 1.971. (subrayado del Autor).

El proceso de investigación, en el cual participaron pedagógos, psicólogos, productores de T.V., autores de libros y películas infantiles, y expertos en propaganda comercial, llegó a las siguientes conclusiones:

a) Pedagógicamente es un hecho cierto que debe aprovecharse el gran atractivo que tienen sobre los niños, los "spots" publicitarios, que deben estimular a la lectura.

b) Si se enseña a un niño indiscriminadamente una serie de letras y de números, el niño reconoce si se utilizan para leer o para contar.

c) Si se enseña a un niño una letra impresa, es capaz de volverla a encontrar en una serie posterior.

d) Si se enseña a un niño una letra impresa, es capaz de volverla a encontrar en otra forma dentro de varias letras impresas.

e) Si se pronuncian delante de un niño determinadas letras, es capaz de reconocerlas en una serie de letras impresas.

f) Si se enseña a un niño una letra impresa, la puede denominar. (1)

g) Realizadas las pruebas de distracción se comprobó que las caricaturas y las escenas cortas de dibujos animados alcanzan el mayor índice de atención.

---

(1) Idem, p. 52

h) Las investigaciones confirmaron la predilección de los niños pequeños por las actuaciones que transcurren rápidamente y muestran situaciones desacostumbradas. (1)

i) Los niños pequeños no se aburren con las repeticiones, al contrario, les encanta reconocer un algo y tratan de imitar lo que han visto u oído. (2)

j) Los niños pequeños se aburren si personas mayores les hablan desde la pantalla durante demasiado tiempo. Apenas son capaces de imaginar una escena por las meras descripciones de una persona mayor. Quedan fascinados por las escenas que tienen un final sorprendente, incluso si se repiten. Los diálogos lentos y razonados entre figuras o personas mayores no logran mantener su atención por mucho tiempo. Prefieren siempre las conversaciones que se relacionan con acción o desembocan en ella.

k) Las emisiones de T.V. tienen que ser animadas y ricas en cambios y novedades; deberían entrar con frecuencia en escena animales, muñecos, niños pequeños y personas mayores amables. (3)

---

(1)
Ibdm. p. 53
(2)
Ibdm. p. 54
(3)
Ibdm. p. 54

Siguiendo estas pautas el programa Sesame Street americano ha logrado éxitos sorprendentes. "Parece haber conquistado el corazón y la mente de América. de cinco a seis millones de niños en edad pre-escolar y un sinfín de niños de la primera clase de escuela elemental, junto con sus padres, siguen las emisiones con regularidad"(1).

Por este año el programa ha contemplado su iniciación para los niños de habla hispana y portuguesa. Se han realizado también serias investigaciones, y se ha solicitado la asistencia de expertos en asuntos latinoamericanos. En las versiones Mejicana y Brasileña, se han procurado reflejar las situaciones de los grupos marginales latinoamericanos. Se ha tropezado con dificultades en lo que respecta a ciertos giros idiomáticos, que varían de una a otra nación; y al reflejo de ciertas situaciones sociales que también son diferentes. Todavía es prematuro hacer conjeturas, sobre cuáles van a ser los resultados de su difusión en América Latina(2).

---

(1)
Ibdm. p. 51

(2)
El autor asistió en Mayo de 1.972 a un Seminario en Miami donde se proyectaron muestras de las adaptaciones mejicana y brasilera. Esta última fue mejor lograda, y en algunos aspectos superior a la Americana. Se notó además en el Seminario cierta reacción por parte de los latinoamericanos, en cuanto a lo que éste programa podría significar como imperialismo cultural. Sin embargo, parece que los resultados de la investigación son muy importantes, y si los países latinoamericanos se decidieran a hacer algo propio y autóctono, podrían utilizar enormemente los resultados obtenidos, para el logro de una mayor efectividad.

9 Mirando hacia el futuro: La utilización de los satélites.

No parece conveniente terminar esta reseña, sin detenernos un poco a mirar hacia el futuro inmediato. Esto implica ser conscientes de que en la actualidad se están elaborando planes para la utilización de satélites, en el proceso de ampliar la educación y superar las barreras culturales. La UNESCO se encuentra en este momento diseñando planes de educación a través de satélites, que cubrirán los países latinoamericanos, entre ellos Colombia. Se piensa que dicho satélite transmitirá permanentemente programas educativos para ser captados por radio y televisión en los distintos países.

Este es un campo nuevo, de enormes perspectivas, y enormes dificultades. Uno de los problemas que se debaten en la actualidad es el control del contenido de los mensajes que se transmitirán a través de estos medios. El satélite es simplemente una herramienta. Su alcance sobrepasa las barreras nacionales, y continentales. Su tecnología está en poder de los países desarrollados. Se teme mucho que sirvan simplemente como vehículos de un colonialismo cultural. Aún en países como los Estados Unidos, donde hay una unidad nacional, el debate sobre las fronteras culturales no ha estado ausente. (1)

(1)
Sobre éste particular escribió una interesante tesis Evaristo Obregón, actual decano de Ciencias de Comunicación de la Universidad de los Andes.

Para los países cobijados por el pacto Andino, y por el convenio Andrés Bello, es necesario pensar antes que en la programación misma, en el establecimiento de una industria electrónica lo suficientemente autóctona, que los permita ofrecer radioreceptores televisores y transmisores a precios asequibles y que eviten una fuga de divisas y un acrecentamiento de la dependencia económica de los países más desarrollados.(1) Falta además en el campo del derecho internacional estudios más precisos sobre la utilización del espacio y sobre la delimitación de barreras que preserven la soberanía nacional.

En un artículo escrito por Michel Schaidbauer sobre éste particular afirma: " la utilización de los satélites en la educación no es solo un problema técnico, sino, ante todo, un problema social. Los instrumentos que la técnica pone a nuestro alcance son tan espectaculares y asombrosos que nos han impedido a veces pensar en los problemas reales que plantea su óptima utilización. Si el satélite debe contribuír al alivio de la aguda crisis de la educación en el mundo entero, el próximo paso tiene que ser la planificación y preparación de sus aplicaciones. Esta empresa es comparable en esfuerzos a los que fueron necesarios para su gran aventura.

(1)
Esta fué la tesis defendida por Guillermo Mojica, Director de la Unidad de Recursos Humanos de Planeación Nacional, en la reunión de expertos de la UNESCO, en Caracas, Agosto 1.972.

técnica."[1]

SUMARIO : Algunas conclusiones

La revisión de la bibliografía citada lleva a las siguientes conclusiones:

1. Más que un modelo teórico sobre cómo pueden ayudar los medios masivos en el desarrollo, -tema que se debatió al final de los años 50- la pesquisa sociológica se encamina a averiguar cuál es la mejor forma de utilizarlos. Ya no se duda de su efectividad.

2. Lo que se ha denominado "multi-media", o sea "uso combinado de los medios" es la forma más efectiva. Dicha efectividad se aumenta cuando se la refuerza con la comunicación interpersonal.

3. El uso de los medios como informador, promotores de innovación, agentes de cambio y educadores, se está generalizando. Los países en vías de desarrollo han entrado decididamente a utilizarlos, y poseen una gran flexibilidad en su uso y aplicación.

4. Ya se puede principiar a hablar no solo de un modelo teórico, sino de una teoría comprobada, con su cuerpo de hipótesis y generalizaciones, en lo que respecta a la utilización de los

---

(1) Michel Schmidbauer, Satélites de Comunicación y educación: Una mirada al futuro en Televisión y Educación, versión española de la revista trimestral Internacional Fernsehen und Bildung, Madrid, 1971

medios para el desarrollo.

Falta sin embargo, un mayor proceso de síntesis, que no sea simplemente copilación sino interrelación de generalizaciones. Además, quedan por explorar todavía algunos campos.

5. Uno de los campos donde la investigación de la efectividad de los medios parece todavía muy deficiente, es en lo que respecta a los efectos sociales, a corto, mediano y largo plazo que estos crean.

BIBLIOGRAFIA

Beltrán Luis Ramiro, Radio Forms y Radio Escuelas en la Educación para el Desarrollo, IICA, Mayo de 1.971, No. 25 (multilith).

Bernal Hernando, "La Comunicación Social como Instrumento de Cambio" en Documento Final del Seminario Nacional de Comunicación Social para el Desarrollo de la Comunidad, Dirección General de Integración y Desarrollo de la Comunidad, Bogotá: Octubre 1.971.

Brown J.A.C., Thechniques of Persuasion, Pelican Books, A604

Coombs Philip H. et. al., Las Técnicas Modernas de Enseñanza, Tres experimentos: Colombia, Honduras y Perú, UNESCO: Instituto Internacional de Planeamiento de la Educación, 1967

Cuellar David y Jaime Gutiérrez, "Análisis de la Investigación y de la aplicación del Difusionismo", en Seminario sobre Comunicación Social para Directivos del INDERENA, IICA, CIRA, Bogotá: Mayo 1.972.

Hornik R. et. al. Television and Educational Reform in El Salvador, Institute for Communication Research, Research Report No. 10, Standford University, March 1.972 (Multilith).

Institute for Communication research "Annual Report of research in progress" Standford University. February, 1.972.

Lerner Daniel, The Passing of Traditional Society, N.Y.: The Free Press, 1.966.

Maddison John, Radio and Television in Literacy, A survey of the use of the broadcasting media in combating illiteracy among adults, UNESCO: 1.971

Palmer Edward L., "Investigaciones acerca de la serie Sesame Street", en Televisión y Educación, traducción de Fersehen und Bildung, Madrid: 1.971.

Rogers, Everett M. Diffusion of Innovations, N.Y.: The Free Press of Glencoe, 1.962.

Schmidbauer Michael, "Satélites de Comunicación y Educación. Una mirada al futuro" en Televisión y Educación, traducción de Fernsehen und Bildung. Madrid: 1.971.

Schramm Wilbur, La Ciencia de la Comunicación Humana. Méjico: Editorial Roble, 1.966.

Schramm Wilbur, et. al. Tecnicas Modernas y Planeamiento de la educación. UNESCO: IIPE, 1.967

Schramm Wilbur, The Process and Effects of Mass Communication. University of Illinois Press, Urbana; 1.955.

Schramm Wilbur, Mass Media and National Development, Standford: Standford University Press, 1.964

Katz Elihu. "La Difusión de las nuevas ideas y Prácticas", en: La Ciencia de la Comunicación Humana, Méjico, Editorial Roble, 1.966.

Klapper Joseph T. "Los efectos sociales de la Comunicación de Masas", en La Ciencia de la Comunicación Humana, Méjico: Editorial Roble, 1.966

COMUNICACION Y DESARROLLO

Elssy Bonilla de Ramos

Introducción

Mucho se ha escrito sobre la importancia de los medios masivos de comunicación en el proceso de desarrollo, e inclusive se ha considerado el desarrollo de los medios de comunicación, como parte integrante o interviniente de él, considerándolo como una premisa para el desarrollo socio-económico. Sinembargo, a pesar de lo mucho que se ha escrito acerca de esta relación, (desarrollo y comunicación) todavía no se ha logrado dar una visión lo suficientemente clara de por qué esta relación no es siempre positiva en las áreas subdesarrolladas y sí por el contrario, ha sido en algunos casos negativa en los procesos de cambio de estas regiones.

Consideramos necesario, antes de seguir adelante, establecer qué se entiende por desarrollo, ya que según las metas y el tipo de desarrollo que se persiga, igualmente deben variar las estrategias en el campo de las comunicaciones.

A. Que es Desarrollo?

Según Dos Santos/10, pp. 151-152 los supuestos esenciales que orientan las diferentes teorías de desarrollo son:

a. Se supone que desarrollarse significa dirigirse hacia determinadas metas generales que corresponden a un cierto estadio de progreso del hombre y de la sociedad, cuyo modelo se abstrae a partir de las sociedades más desarrolladas del mundo actual. A este modelo se le llama sociedad moderna, sociedad industrial, sociedad de masas, etc.

b. Se supone que los países subdesarrollados caminarán hacia esas sociedades una vez eliminen ciertos obstáculos sociales, políticos, culturales e institucionales.

c. Se supone que es posible distinguir ciertos procesos económicos, políticos y psicológicos que permitan movilizar los recursos nacionales en forma más racional y que puedan ser catalogados y usados por el planeamiento.

d. A ésto se agrega la necesidad de coordinar ciertas fuerzas sociales y políticas que sustentarían la política de desarrollo, así como se destaca la necesidad de una base ideológica que organice la voluntad nacional de los distintos países para realizar las "tareas" del subdesarrollo.

Estos supuestos fundamentales abarcan teorías de cambio tales como las de Lerner, Rostow, Galbraith, Myrdal, y otros.

A pesar de que estas teorías -la mayoría de las cuales proceden de los países desarrollados- permanecieron en boga por algunos decenios, su capacidad para explicar la situación de subdesarrollo ha sido altamente limitada, por lo cual científicos latinoamericanos han tomado en sus manos la elaboración teórica de lo que es el subdesarrollo.

Según Gunder Frank /2, p. 118 el subdesarrollo ha sido un proceso histórico y no tradicional que obedece al desarrollo del sistema capitalista mundial; que no es una condición peculiar a tal o cual parte del mundo hoy subdesarrollado; y que es estructural y que por lo tanto no creó economías duales.

Para comprender esta afirmación debemos desglosar sus diferentes partes.

1. El subdesarrollo es un proceso histórico y no tradicional que obedece al desarrollo del sistema capitalista mundial. El subdesarrollo surge como resultado de los procesos expansivos de los países industrializados hacia regiones con economías de tipo precapitalistas y que precisamente mediante esta expansión, los países hoy desarrollados lograron alcanzar sus características actuales. En este contacto, los países subdesarrollados se convirtieron por un lado en productores de las materias primas necesarias para la elaboración industrial de los países desarrollados, y por otro, en consumidores de los productos ya elaborados en las metrópolis industrializadas, según que ofrecieran o no las condiciones necesarias que permitieran organizar una explotación agrícola o minera por parte de las regiones en proceso de industrialización. En estos términos los países subdesarrollados se convirtieron en los pilares sobre los cuales lograron su crecimiento los países que hoy llamamos desarrollados.

"Este proceso de explotación fue lo que originó el subdesarrollo en estos países". Es decir que el desarrollo de unas regiones, se hizo posible por medio del subdesarrollo de otras.

Para Gunder Frank /2, pp. 116-117 los factores comunes de la estructura colonial que se implantó en el nuevo mundo y que hoy día siguen caracterizando los países subdesarrollados son:

a. Mono-producción para la exportación.

b. Propiedad de los medios de comunicación concentrada y monopolizada, prohibiendo a las masas acceso a los medios de producción y subsistencia, obligándolas a trabajar con salarios bajos o en la esclavitud.

c. La distribución de ingresos muy desigual que restringe el mercado interno.

d. La apropiación por la metrópoli de una gran parte del excedente económico producido por esta explotación colonial. Además, el hecho que los medios de producción del sector estaban y están cada día más en manos de extranjeros -aunque se hallen en manos nacionales los mecanismos del intercambio desigual, el control monopolista de la comercialización y otros- hacen que se lleve una gran parte del excedente económico nacional hacia la metrópoli.

Como podrá verse claramente, estas características iniciales siguen existiendo hoy día y han originado el surgimiento de una estructura interna que trataremos de presentar en el siguiente punto.

2. El subdesarrollo es estructural y no creó estructuras duales. Para Furtado/3 p. 176 "el subdesarrollo no resulta de transformaciones endógenas de una economía precapitalista, sino que es un proceso de injerto, en esta última de una o más empresas ligadas al comercio de las economías industrializadas en expansión. Se deduce que las estructuras subdesarrolladas son Sistemas híbridos constituídos por sectores o departamentos dotados de comportamientos específicos. En una representación esquemática de tales sistemas, llamaremos departamento desarrollado al núcleo en que predomina la tecnología moderna, ya sea que produzca para el mercado interno o externo. Al sector remanente de la estructura precapitalista lo llamaremos departamento atrasado".

Este concepto de dualidad desconoce el hecho fundamental de que precisamente el departamento desarrollado existe en la misma medida en que subsiste con el departamento atrasado. No es cierto que estos sectores estén dotados de comportamientos específicos; el sector desarrollado establece el comportamiento del sector subdesarrollado que alimente su existencia. De otra forma no se podría comprender la dialéctica del desarrollo.

De la misma manera que no existe un dualismo de sectores, sino una relación estructural interna en los países subdesarrollados, la relación país desarrollado -país subdesarrollado es también de tipo estructural y por ello el cambio de los países subdesarrollados hacia el desarrollo es solamente una gran utopía.

De acuerdo con Theotonio Dos Santos/10, p. 153, "no hay ninguna posibilidad histórica de que se constituyan sociedades que alcancen el mismo estadio de desarrollo de aquellas que son desarrolladas. El tiempo histórico. no es unilineal, no hay posibilidad de que la sociedad se desplace hacia etapas anteriores de las sociedades existentes. Todas las sociedades se mueven paralelas y juntas hacia una nueva sociedad".

Hasta el momento la mayor parte de los esfuerzos en los cuales han sido utilizados los medios masivos de comunicación para el cambio, han sido orientados en base a los postulados tradicionales de lo que es el desarrollo expuesto atrás. Por ésto,entre otras causas,y a pesar de todos los esfuerzos realizados en América Latina para lograr el desarrollo la situación sigue siendo bastante desalentadora. Felipe Herrera/4 señala que trascurrida ya más de la mitad del decenio de los 60, la "brecha entre uno y otro mundo se agranda, lejos de irse cerrando paulatinamente como se esperaba". En efecto, en 1970, a seguir las tendencias actuales, las naciones desarrolladas de la Organización de Cooperación y Desarrollo Económico (es decir, E.U., Europa Occidental, Japón y Canadá) habrán incrementado su riqueza en relación a 1960, en 600.000 millones de dólares, creciendo a un promedio anual de casi 5 por ciento e incrementando su ingreso promedio anual per capita a más de 2.200 dólares.

"El mundo en desarrollo, entre tanto, solo ha crecido el 4 por ciento bruto. A esto hay que añadir sus tasas más altas de expansión demográfica. De todo lo cual resulta que mientras las naciones desarrolladas habrán, en la década 1960-70, acrecentado sus riquezas en un 50 por ciento, el mundo en desarrollo que abarca las 2/3 partes de la población mundial, seguirá debatiéndose en la miseria y en la frustración".

B. Comunicación de Masas y Desarrollo

Es necesario determinar cuáles son las principales teorías que analizan el papel de la comunicación masiva en los procesos de cambio, ya que así podremos ir determinando la efectividad y las limitaciones de las comunicaciones en estos procesos, de acuerdo con dichas teorías.

Schramm/11 considera las siguientes funciones de las comunicaciones:

-Informar a la población acerca de los cambios que deben realizarse

-Ayudar en el proceso de adopción de innovaciones

-Promover una mayor participación de la gente en el proceso de toma de decisiones

-Servir como herramientas útiles a la educación

Además de las señaladas por Schramm, debe considerarse la recreación como función principal de la comunicación.

1. Comunicación de masas y cambio. Es importante el papel que juega la comunicación de masas en los procesos de persuación para el cambio. Al respecto Klappe/5, pp. 49-51 hace las siguientes consideraciones:

a. La investigación en comunicación indica que la comunicación persuasiva está en general más orientada a reforzar las opiniones existentes en la audiencia que a cambiarlas.

b. El hecho de que la comunicación persuasiva sirva más como, un elemento de refuerzo que como de conversión se debe en último término a la manera como la influencia está mediatizada por ciertos factores y condiciones extra-comunicacionales como:

1) Predisposiciones y procesos derivados de la exposición, percepción y retención selectiva.

2) El grupo y las normas del grupo al cual pertenecen los miembros de la audiencia.

3) Los líderes quienes juegan un papel importantísimo en los procesos de modificación de actitudes para el cambio, ya que hacen uso primordial de la comunicación interpersonal, la cual ofrece mayores ventajas que la masiva, en el cambio de actitudes. De ahí que se haya considerado la comunicación en dos niveles: primero la masiva orientada fundamentalmente a los líderes y posteriormente la interpersonal de los líderes a sus seguidores.

2. Comunicación de masas y adopción. Según la visión tradicional de desarrollo, la mejor manera de alcanzarlo es mediante la transferencia de una serie de elementos de las sociedades desarrolladas a las subdesarrolladas. En estos términos el proceso de adopción se convierte en un elemento clave del cambio hacia el desarrollo. Rogers/9, p. 83 considera cinco etapas fundamentales en el proceso de adopción. Estas etapas son: conocimiento, interéses, evaluación, ensayo y adopción. En este proceso la comunicación juega un papel importante, especialmente en lo relacionado con las tres primeras etapas. Talvez el papel más importante de la comunicación de masas está relacionado con el interés. "En esta etapa el individuo favorece la innovación en sentido general, pero aún no ha juzgado su utilidad en términos de su propia situación. La función de esta etapa es principalmente incrementar la información del individuo acerca de la innovación. Previamente, el individuo escuchó o leyó información acerca de la idea. Su comportamiento ahora es definitivamente intencional. Su personalidad y sus valores, lo mismo que las normas de su sistema social, pueden afectar en dónde busca la información, lo mismo que la forma como la interpreta".

Este proceso de difusión, en áreas rurales, no ha sido un elemento motor del cambio en beneficio de las mayorías campesinas, sino que por el contrario han hecho más profundas las diferencias entre los grupos que poseen las tierras y los grupos desposeídos, es decir, que se auspicia un desarrollo del subdesarrollo en el sentido estipulado por Gunder Frank/2 . Esto es claro si se tiene en cuenta que las circunstancias mismas que rodean el proceso de adopción exige más premisas mínimas (económicas culturales, etc.) de las

cuales carece el campesino sin tierra, trayendo como consecuencia que los beneficios aportados con el uso de adopciones agrícolas den cada vez mayores beneficios a los propietarios, en detrimento cada vez mayor del campesinado.

3. La situación de tomar decisiones. Talvez el campo que más se ha estudiado al respecto es la forma como la información actúa en un proceso de tomar decisiones que finalicen en una adopción determinada. Rogers/9, p. 82 considera cinco etapas en el proceso de adopción en las cuales la información juega un papel muy importante. (Conocimiento -interés-evaluación-ensayo y adopción). En este proceso la información juega un papel importante en las tres primeras etapas. Es de suponer que si se busca la adopción de un elemento específico, la información estará orientada a reforzar la adopción de esa información. Según Rogers/9, p.83 la información juega su papel más importante en la etapa del interés donde "el individuo se interesa en la nueva idea y busca información adicional acerca de ella. La función de la etapa de interés es fundamentalmente incrementar la información del individuo acerca de la innovación. El individuo está más psicológicamente con la innovación en la etapa de interés que en la de conocimiento. Previamente, el individuo escuchó o leyó información acerca de la idea. Su comportamiento es ahora definitivamente intencional. Su personalidad y valores, lo mismo que las normas de su sistema social, pueden afectar, en dónde busca la información, lo mismo que cómo interpreta esta información acerca de la innovación".

4. Comunicación de masas y toma de decisiones. Se considera que por medio de los procesos informativos en los cuales se transmite el cómo, el quién, el cuándo, el dónde y el por qué de los acontecimientos, desde su fuente de origen hasta un receptor, se dá al individuo una serie de elementos que le permiten tomar parte activa en los procesos de toma de decisiones orientadas hacia el cambio. Esta trasmisión de información se realiza por medio de intermediarios especializados de cuya habilidad e intereses depende la fidelidad y la claridad de la información.

Según Ramos/8, p. 1 ha sido preocupación constante de los estudiosos de la comunicación, el análisis de la forma como la fuente que informa actúa como filtro al seleccionar el contenido de lo informado al receptor. Se han considerado factores de tipo económico, social y político como afectantes de la fidelidad de la información, y que al actuar como filtros, están orientando en una u otra dirección las actitudes del receptor en relación con lo comunicado. Es decir, que si bien los medios masivos son elementos importantes que facilitan información, esta información no es absolutamente objetiva, sino que por el contrario está cargada de una serie de elementos que orientan la toma de decisiones en la dirección que favorece los intereses de quienes tienen el control de los medios masivos de información. En estos términos las decisiones tomadas por el individuo no necesariamente son las más benéficas para él, sino para quien ejerce el control real de los medios masivos.

5. Comunicación masiva y educación. Al hablar de esta relación se piensa básicamente en la comunicación de masas como un elemento importante de educación no-formal orientada de manera especial para adultos.

Pero con el empleo de satélites para la educación, la función de la comunicación de masas en relación con la educación toma rumbos muy diferentes y ya no solamente abarca de manera primordial la población adulta, sino también la población escolar. Actualmente se usan los medios masivos como elementos complementarios de la educación y muchas veces han tomado inclusive funciones sustitutivas.

Según Wirght/12 se considera como actividad educacional la trasmisión de la cultura, lo cual se refiere a comunicación de la información, valores y normas sociales de una generación a otra. Según Pasquali/7, p. 11 "debido a la especialización en el uso de los medios de comunicación en la actualidad, el saber pasa a manos de un reducido núcleo de agentes trasmisores, quienes actúan como funcionarios y "expertos" de grupos de presión ajenos a las esferas culturales, para canalizarlo y enviarlo al dilatado ámbito de los individuos receptores. Cuando la desproporción entre agentes trasmisores y receptores aumenta hasta atrofiar la bilateralidad de la auténtica intercomunicación; cuando el grupo de trasmisión profesionaliza y acapara el papel de informador, y el grupo de recepción se reduce al papel de informado, en relación irreversible, mengua la fuerza expansiva y autocreadora del saber, quedando reducida su difusión popular a una relación unilateral entre una oligarquía informadora convertida en élite y una muchedumbre indiferenciada de receptores convertida en masa".

Esta situación se hace aún más dramática con la introducción de satélites educativos, cuyos programas deben cubrir millones de seres con antecedentes históricos, sociales y políticos diferentes. La reserva más grande que se tiene acerca de los satélites educativos, es que éstos serán un instrumento más de colonización cultural de los países desarrollados y en el caso latinoamericano de parte de los EE.UU.que es el país que actualmente controla el uso de satélites educativos para América Latina. Esta situación se hace aún más crítica si se tiene en cuenta que el contenido de la educación por medio de satélite queda a merced de las potencias económicas que lo controlan de la misma manera que controlan la producción del mismo.

Otro aspecto fundamental de la trasmisión cultural por medio de los medios masivos es el de la masificación cultural. Según Mattelart/6, p. 315 "la trasmisión cultural cumple una función socializadora, por cuanto traspasa normas y valores capaces de unificar la sociedad, pero por otro lado puede también tener una consecuencia disfuncional si entrega una cultura standarizada". Los elementos más importantes que se deben tener en cuenta en el análisis de la masificación cultural son:

a. El individuo no es generador de cultura, sino receptor de una serie de elementos culturales ahistóricos e inestructurados.

b. El contenido cultural del mensaje se sacrifica en aras de la cantidad de individuos-masa que pueda involucrar.

c. La creación cultural no se realiza dentro de la masa sino fuera de ella, a nivel de aquellos, que controlan los medios masivos de comunicación.

d. Como consecuencia de esto la cultura de masas es una cultura elitaria, ajena a las relaciones históricas y situacionales del grupo que la sustenta.

e. En estos términos la cultura no es un elemento integrador del individuo a la sociedad, sino que es un elemento de alienación individual.

f. La cultura de masas es el producto resultante de la comercialización de que es objeto la cultura popular, por parte de quienes detentan el control de los medios masivos.

g. En estas condiciones la cultura pierde todos sus elementos dinámicos de trasformación y se convierte en un medio clave de conservación del status quo, en contra de los intereses de la masa que la ha internalizado como propia.

h. El hombre-masa, producto de esta cultura "se sume en una masa conservatista de pura pasividad de receptor, donde la individual queda reducido a la pura dimensión física y donde solo flota un dejarse pensar no pensante, lo cual produce la sordera al saber, el arrinconamiento de las élites culturales y el consabido divorcio pueblo-cultura"/7, p. 49.

C. Consideraciones Finales

Teniendo en cuenta las supuestas esenciales de las diferentes teorías tradicionales del desarrollo enunciadas por Dos Santos vemos:

1. Las comunicaciones masivas han fallado en sus tareas de lograr el desarrollo, por cuanto las metas que difunden y promueven son históricamente inalcanzables.

2. La eliminación de determinados obstáculos para el desarrollo por medio de la comunicación masiva ha logrado l alcances muy limitados, por cuanto el estar bajo el control de grupos elitarios que controlan los medios de comunicación, su tarea no es la de modificar para el cambio, sino la de sentar las bases para la permanencia del status quo.

3. Si bien es cierto que las comunicaciones de masas promueven ciertos procesos económicos, políticos y psicológicos, los resultados son estériles, por la esterilidad del cambio que promueven.

4. La ideología que promueven los medios masivos no necesariamente organiza la voluntad nacional hacia el cambio porque ni es un problema de falta de voluntad, ni tampoco es la ideología de las mayorías. Según Mattelart, "ya es ampliamente conocida la afirmación según la cual las ideas dominantes en una sociedad de clases, son aquellas de la clase dominante, que determina así su período histórico".

A pesar de que parezca absurdo, no se niega la función de las comunicaciones en un proceso de cambio, por el contrario, se consideran fundamentales.

Las comunicaciones son un instrumento dentro de una estrategia y si la estrategia de las áreas desarrolladas es el desarrollo del subdesarrollo, mal pueden los medios masivos generar el cambio en otra dirección. En estas condiciones la tarea más importante de los medios masivos de comunicación, estaría orientada a difundir el carácter histórico del subdesarrollo y por lo tanto aportar elementos que formen una conciencia de que el desarrollo no es un objetivo alcanzable y que es necesario que las regiones atrasadas enrumben sus esfuerzos hacia otras metas que ofrezcan al individuo según la concepción de Assmann/1, p. 16 "más gusto de vivir, más placer, más amistad, más amor y también -por qué no? - más lágrimas verdaderamente sentidas y una asunción más intensamente humana de la muerte. Sobre todo, deberá haber más esperanza cumplida y más esperanza todavía por cumplir" .... No son las clases dominantes, ni las capas medias, las que pueden servir de referencia para la determinación de las esperanzas válidas. Por eso el encauzamiento de procesos dialécticos de generación de un nuevo estilo de comunicación, nuevo en su contenido y en su forma, exige el aporte sustancial de la clase obrera y de los demas sectores de las clases oprimidas".

EdeR:mdeb - 11-7-73

BIBLIOGRAFIA

1. ASSMAN, H. Las necesidades emotivo-utópicas de las masas y la comunicación masiva. San José, Costa Rica, 1972.

   Documento presentado al Seminario Internacional sobre el Papel Socio-Político de los Medios de Comunicación Colectiva para la Sociedad de Cambio en América Latina, San José, Costa Rica, 1972.

2. FRANK, A.G. et al. Feudalismo, capitalismo y subdesarrollo. Ibagué, Universidad del Tolima, 1971.

3. FURTADO, C. Desarrollo y subdesarrollo. Buenos Aires, Universitaria, 1968.

4. HERRERA, F. Viabilidad de una comunidad latinoamericana. Estudios Internacionales (Chile) 1(1): 1967.

5. KLAPPER, J.T. The effects of mass communication. New York, Free Press of Glencoe, 1963.

6. MATTELART, A. et al. La ideología de la dominación en una sociedad dependiente. Buenos Aires, Biblioteca del Pensamiento Crítico, 1970.

7. PASQUALI, A. Comunicación y cultura de masas. Caracas, Universidad Central de Venezuela, 1963.

8. RAMOS, E. Las agencias internacionales de información y sus procesos informativos. San José, Costa Rica, 1972.

   Documento presentado al Seminario Internacional sobre el Papel Socio-Político de los Medios de Comunicación Colectiva para la Sociedad de Cambio en América Latina, San José, Costa Rica, 1972.

9. ROGERS, E. Elementos de cambio social en América Latina. Bogotá, Tercer Mundo, 1966.

10. SANTOS, T. DOS. La crisis de la teoría del desarrollo y las relaciones de dependencia en América Latina. In Jaguaribe, H. et al. La dependencia político-económica de América Latina. México, D.F., Siglo Veintiuno, 1969. pp. 148-187.

11. SCHRAMM, W. Mass media and national development. Stanford, Stanford University Press, 1964.

12. WIRGHT, C. Comunicación de masas. Buenos Aires, Paidos, 1963.

CULTURA DE MASAS

Elsy Bonilla de Ramos

"La Transmisión de la cultura cumple una función socializadora, por cuanto traspasa normas y valores capaces de unificar la sociedad, pero por otro lado puede también tener una consecuencia disfuncional si entrega una cultura standarizada." Mattelart

Uno de los términos claves de la sociedad moderna es el de "cultura de masas". Por lo general cuando se habla de cultura de masas se abarca una serie de connotaciones que incluyen desde la ideología de una sociedad, hasta las prefencias artísticas difundidas y establecidas por los medios masivos de comunicación. La cultura de masas es la cultura de todos, a la cual todos tienen acceso y por medio de la cual se ha logrado poner al alcance de la masa lo que antes era privilegio de los grupos elitarios. Esta acepción ha venido a reflejar en las ciencias de la comunicación el concepto de democracia en política, el poder para todos, al señalar la cultura de masas como la cultura para todos.

Sinembargo, esta masificación de la cultura, no ha sido especialmente provechosa ni para la cultura, ni para la masa, concretamente para los individuos que componen la masa. Con este proceso de masificación ambos, la cultura y el individuo han perdido sus elementos de identidad, para convertirse en parodia de cultura y parodia de individuos según el caso.

A. La Cultura:

Cultura es un conjunto de creencias, valoraciones, modos de hacer, que un pueblo desarrolla en respuesta a la necesidad de vivir en un determinado ambiente. Es precisamente en esta forma como se desarrolla la cultura popular de una sociedad; son los hombres involucrados en un proceso dialéctico de sobrevivencia, los que generan todo el acerbo de ideas, creencias, valores, que constituyen la cultura de la sociedad. Dentro del contexto de cultura de masas, el individuo no es generador de la cultura, sino receptor de una serie de elementos culturales inestructurados que son transmitidos a él a traves de los medios masivos de comunicación y los cuales él está dispuesto a aceptar y adoptar como cultura propia.

B. Cultura de Masas:

Pasquali/7,p.41 dice que la "cultura de masas será justamente la sedimentación de las formas del saber, patrones de conducta, ideologías, motivaciones, depositados en la conciencia del hombre-masa por la omnipresente alocución; y lo que no responda a los caracteres de ésta no dejará residuos sociales que puedan agruparse bajo el rótulo de mass culture".

El autor considera que el proceso de formación de la cultura de las masas no se realiza por medio de la comunicación, sino por medio de la información, puesto que la comunicación implica una respuesta retornada por parte del receptor, que en el caso de las emisiones de cultura de masa, no son esperadas ni propiciadas por la fuente. En esta situación los medios masivos no comunican sino que informan. Comunicar implica un cambio y una modificación que no necesariamente implica la información.

De ahí que para Pasquali/7,pp.40-41 la cultura de masas "es el residuo de todos los mensajes omnibus vehiculados por agentes transmisores de información y sedimentados en el polo receptor, constituido por la sociedad de masas". El rasgo más característico de la cultura de masas es su esterilidad a los fines de un auténtico con-saber, por tratarse según vimos, de una vehiculación sin canales de retorno que reviertan dialécticamente al polo transmisor."

Hasta el momento se ha esbozado qué es la cultura de masas y cómo la cultura de masas está compuesta por una serie de elementos desconectados y desarticulados de un verdadero contexto cultural. Para entender el por qué de la parodia de la cultura de masas es necesario comprender qué persiguen en la masa los impulsadores de dicha cultura.

Intereses Políticos y Económicos que favorecen el Surgimiento de la Cultura de Masas:

Como se podrá comprender por lo dicho atrás, la cultura de masas es uno de los resultados cruciales de los medios masivos de comunicación y de manera especial ha surgido como consecuencia del control que las élites detentadoras del poder político y económico tienen de estos medios, así como también de la degradación de la cultura popular como consecuencia de su mercantilización.

En el contexto de la cultura de masas y desde el punto de vista de la masificación que de ella se hace, existe una mayor preocupación por el aspecto cuantitativo que por el aspecto cualitativo del término. Se sacrifica la calidad cultural (suponiendo que se puede hablar de calidades culturales) en favor de la cantidad. El contenido cultural masivo debe nivelarse de tal manera, que "todos" los individuos de la colectividad afectada por la comunicación puedan ser alcanzados por el mensaje. El contenido cultural del mensaje se sacrifica en aras de la cantidad de individuos-masa que pueda involucrar.

Esta última afirmación implica que el proceso de creación cultural no se realiza dentro de la masa (es imposible que así sea), sino fuera de ella a nivel de aquellos que controlan los medios masivos de comunicación. Por lo tanto la cultura de masas no es la expresión de una actividad creadora e integradora de la masa, sino que por el contrario es la cultura de los grupos que controlan los medios masivos.

Esta consideración es consecuente con la implicación de la palabra masa, cuyos miembros componentes son seleccionados de manera arbitraria por los originadores del mensaje, carecen de contacto entre sí y de ninguna manera se encuentran en condiciones históricas, sociales o síquicas de generar cultura.

En la masa los hombres se encuentran atomizados, alienados y desmembrados y por lo tanto las posibilidades de creación cultural son mínimas, así como son máximas las posibilidades de manipulación que favorecen el surgimiento de la denominada cultura de masas, que básicamente no es más que una colcha de retazos seleccionados ya sea por motivos de dominación (en defensa de la élite que controla los medios), ya sea por motivos de mercantilización.

Al respecto Pasquali/7,p.11 dice que "cuando la desproporción entre agentes transmisores y receptores aumenta hasta atrofiar la bilateralidad de la auténtica intercomunicación, cuando el grupo de transmisión profesionaliza y acapara el papel de informador en relación irreversible, mengua la fuerza expansiva y autocreadora del saber, quedando reducida su difusión popular a una relación unilateral entre una oligarquía informadora convertida en élite y una muchedumbre indiferenciada de receptores convertida en masa."

Como podrá comprenderse, contrariamente con el supuesto de que la cultura de masas ha logrado llevar a los individuos a una mayor participación cultural, los grupos que controlan los medios masivos impiden la verdadera difusión cultural, al divulgar como cultura, una serie de enlatados que desubican al individuo con respecto a una verdadera cultura, al consumir como un producto más, los preparados culturales mezclados según los intereses de las clases dominantes. En estas mezclas culturales dos ingredientes son importantes: el político y el económico.

1. El aspecto político: En este aspecto es necesario tener en cuenta el contenido ideológico de la cultura de masas. Cuál es la ideología que se transmite de manera masiva y que se supone, puede ser comprendida y compartida por la masa.

Mattelar/5,p.26 afirma que "la ideología socialmente determinada está en relación estrecha con la situación, las aspiraciones y los intereses de la clase que es el soporte de los modos de producción. Ya es ampliamente conocida la afirmación según la cual las ideas dominantes en una sociedad dividida en clases, son aquellas de la clase

dominante que determina así su periodo histórico. Lo es también la otra según la cual la clase que es potencia material dominante de la sociedad, es también la potencia dominante espiritual."

Es en este sentido que los medios masivos se convierten en medios de sostenimiento y no en medios de cambio y es también por ésto que el contenido de la cultura masiva no es otro que la difusión de una ideología y de unas maneras de hacer que justifican y perpetúan en la masa, (en su mentalidad y en sus acciones) sus relaciones de dependencia con las clases elitarias.

Barthes/1 compara la ideología dependiente con el mito y al hablar de la red de lo imaginario colectivo la denomina mitología. Para él, "el mito vacía de lo real los fenómenos sociales y deja al sistema inocente: lo purifica". "El mito, pues, domestica la realidad, la anexa en provecho de una seudorealidad, la realidad impuesta por el sistema, la cual no es "real" sino admitiendo las bases sobre las cuales se haya edificado la ideología dominante."

Como se puede deducir, las bases de la ideología dominante no han sido aportadas por la masa a la cual se difunde la ideología, y la cual se supone es su creadora, sino que dicha ideología es difundida y persuasivamente asimilada por la masa como suya. De ahí que la masa comparte la ideología de las clases elitarias como suya propia y las clases elitarias muy inteligentemente perpetúan y refuerzan esta situación a través de los medios masivos y con la complicidad de la "cultura de masas" cuyo contenido ideológico no solamente desubica el individuo en relación con sus derechos y actividades políticas, sino que también controla el surgimiento de movimientos que cuestionen la situación y promuevan el cambio.

Es decir, el contenido ideológico de la cultura de masas es un mito y en ningún momento refleja las consideraciones de Mattelart/5, pp. 17-18 quien afirma que la "ideología como sistema de representaciones es indiscernible de la experiencia vivida de los individuos, es decir que penetra sus constumbres, sus gustos, sus reflejos, significa también que para la mayoría esta experiencia es vivida sin que los fundamentos de estas representaciones afloren al nivel de la conciencia."

2. El aspecto económico: Al hablar del aspecto económico de la cultura de masas, se habla específicamente de la comercialización de que ha sido objeto. Se habla de mercantilización de la cultura, cuando ésta deja de ser un elemento social para convertirse en un elemento del proceso de producción. Este hecho es de trascendencia si se recuerda la efectividad de los medios masivos en los procesos de persuación comercial de la sociedad industrial y es precisamente la urgente, necesidad de persuasión (inducción de adquisición en este caso), lo que favorece la comercialización de la cultura.

Umberto Eco/3,p.57 considera que "raramente se tiene en cuenta el hecho de que, dado que la cultura de masas en su mayor parte es producida por grupos de poder económico con el fin de obtener beneficios, permanece sometida a todas las leyes económicas que regulan la fabricación, la distribución y el consumo de los demás productos industriales. El producto debe agradar al cliente, no debe de ocasionarle problemas, el cliente debe desear el producto y debe ser inducido a un recambio progresivo del producto. De ahí los caracteres culturales de los propios productos y la inevitable relación paternalista interpuesta entre productor y consumidor."

La necesidad de agradar al cliente ha sido el elemento de defensa detrás del cual se parapetan los productores de la cultura de masas, quienes justifican la degradación de la cultura, arguyendo que el público se satisface en sus exigencias y que el contenido de la cultura de masas no es otra cosa que el resultado de la respuesta de lo que la masa exige en materia cultural.

Vale la pena analizar un poco más la expresión "al público se le da lo que el público exige". En el caso de la cultura de masas politizada y mercantilizada sería más propio decir "al público se le da, lo que al público se le ha enseñado a exigir". Teniendo en cuenta los factores de formación de la cultura de masas, se puede ver cómo a través de los medios masivos, no solamente se ha adoctrinado ideologicamente a la masa, sino que como consecuencia de este adoctrinamiento los cánones de exigencia en materia de cultura, son el reflejo de la situación de dominación cultural en donde la inmersión individual ha alcanzado tales grado de dependencia que llega a exigir lo que es conveniente para la permanencia de la situación, inclusive y casi siempre en menoscabo de los intereses individuales.

Pasquali/7,pp.48-49 afirma al respecto, que "cada vez que en el uso de los medios de masa se produce una extralimitación capaz de acarrear protestas, la gran justificación del transmisor es la de que él ha dado al público lo que el público pide. El transmisor confiesa actuar con mentalidad de vendedor: solamente exhibe y despacha lo, que según él, solicita el cliente y éste solo razonamiento bastaría para demostrar que, allí de donde surge, es una élite económica la que domina, y manipula los medios de información. Con el sofisma de dar lo pedido no se limita solo a dar un tratamiento infantil y dirigista al receptor-esclavo, sino que intenta escapar luego a todo enjuiciamiento alegando una ineludible maldad humana, de lo que no sería sino un exponente neutral. Cuando afirma que solo da a la masa lo que pide, pretende salvar su responsabilidad a lo que mediocridad y perversión del gusto se refiere, como si él no fuese el demingo que previamente trajo a la existencia tales vicios".

La difusión cultural masiva está orientada al consumo y no a la creación. Es realmente la caza de un cliente lo que predomina y no el afán de divulgar elementos culturales de calidad y dentro de una estructura que les de el valor de sus proyecciones históricas.

Como podrá verse por lo señalado hasta ahora los aspectos económicos y políticos que afectan el contenido de la cultura de masas no deben considerarse por separado, sino que por el contrario estos dos elementos se refuerzan mutuamente, debido a que generalmente las élites políticas y económicas constituyen un mismo grupo y los aspectos mercantiles que vacian a la cultura de un verdadero contenido valorativo y la hacen vendible, trabajan conjuntamente con los aspectos políticos que favorecen la permanencia del status quo. Estos dos elementos, al masificar al individuo, le quitan o menoscaban hasta donde sea posible sus características individuales y lo convierten en el "hombre promedio" que forma parte de la masa.

Hasta el momento se ha discutido el problema de la cultura de masas y la masa, pero no se ha analizado de manera especial la situación del individuo de la masa y los efectos que acarrean sobre el individuo como consecuencia de la masificación.

C. El Hombre-masa

El proceso de atomización y desvinculación del individuo de que se ha hablado, dan como resultado la impersonalidad, la falta de criterios valorativos y críticos y la total sumisión del objeto receptor. Según Mac Donal/4 "la cultura de masas no brinda a sus clientes ni una catarsis emocional, ni una experiencia estética, porque ésto requiere un esfuerzo. La cadena de producción elabora un producto uniforme, cuyo humilde fin no es ni siquiera divertir, porque eso supone vida y por lo tanto un esfuerzo. Nada de eso, lo único que se propone es distraer. Puede estimular o narcotizar, pero lo importante es que sea de fácil asimilación. No exige nada a su público porque está totalmente sometido al espectador y no da nada".

Para el autor, el que consume cultura de masas, puede hacerlo como quien come un helado. Los requisitos de la cultura de masas son: impersonalidad, falta de criterios de valoración y la total sumisión del espectador.

Para Pasquali/7,p.49 el hombre masa "sumido en esta atmósfera conservatista de pura pasividad receptor, donde lo individual queda reducido a la pura dimensión física y donde solo flota un dejarse pensar no pensante, la burla y el deseo de destruir a los mejores se ampara del impotente hombre-masa, lo cual produce la sordera al saber, el arrinconamiento de las élites culturales y el consabido divorcio pueblo-cultura."

Este desmantelamiento de las caracteristicas individuales, y la sucesiva masificación individual conducen a la alienación del hombre en la masa. La consecuencia inmediata de la alienación es el extrañamiento del hombre en sí mismo. Según Pasquali/7,38 hay aquí un ser hecho en lugar de un hacer; un alejamiento espiritual de los demás y de sí mismo, en proporción directa con la expansión de la coagulación masificante. La ausencia o indiferencia de un otro tan enmudecido y coagulado como yo, del polo reflejante y tensional, me anonada. Mi yo personal, el de los demás y todo el contorno mundanal, se desintegran al relajarse la mutua apertura que es un mutuo sostenerse y consistirse."

Para terminar se pueden enumerar los puntos principales por los cuales la cultura de masas no se considera cultura . Los puntos siguientes corresponden a una selección de los criterios analizados por Umberto Eco/3 . De las acusaciones en contra de la cultura de masas las más adecuadas con el criterio del presente artículo son:

1. "Los mass media se dirigen a un grupo heterogéneo y se especifican según "medidas de gusto", evitando soluciones originales.

2. "En tal sentido al difundir por todo el globo una cultura de tipo "homogéneo" destruyen las características culturales propias de cada grupo homogéneo."

3. "Los mass media en lugar de simbolizar una emoción, de representarla, la provocan, en lugar de sugerirla la dan ya confeccionada."

4. "Cuando difunden productos de la cultura superior, los difunden nivelados y "condensados" de forma que no provoquen ningún esfuerzo por parte del fruidor. El pensamiento es reducido en fórmulas y comunicado en pequeñas dosis."

5. "Los mass media alientan una visión pasiva y acrítica del mundo. El esfuerzo personal para la posesión de una nueva experiencia queda desalentado."

6. "Los mass media tienden a imponer símbolos y mitos de fácil universalidad creando "tipos" reconocibles de inmediato y con ello reducen al mínimo la individualidad y la concreción de nuestras experiencias y de nuestras imágines, a través de las cuales deberíamos de realizar "experiencias."

7. "Se desarrollan pues, incluso cuando fingen despreocupación, bajo el signo del más absoluto conformismo, en la esfera de las costumbres, de los valores culturales, de los principios sociales y religiosos, de las tendencias políticas. Favorecen proyecciones hacia modelos "oficiales".

Analizando los puntos expuestos por Eco, se observa que la cultura de masas es trasmitida a retazos, desvinculada del todo estructural dentro del cual se forma y se trasforma, vacia de la ideología de la crítica que le dió vida. La cultura de masas es para consumir y no para comprender, se posee materialmente, pero no ideologicamente.

D. Conclusiones:

De acuerdo con lo expresado en el presente artículo el aspecto negativo de la cultura de masas, no es la cultura de masas en sí, sino la utilización que se ha hecho de ella, ya sea con fines políticos, ya sea con fines mercantilistas.

Precisamente esta explotación de la cultura de masas, ha impedido la difusión de una verdadera cultura y ha dado al traste con los esfuerzos que de alguna manera se han intentado para mejorar y hacer efectiva la trasmisión cultural a través de los medios masivos.

El proceso de mercantilización de la cultura popular no solo ha bajado de nivel las expectivas de gusto popular, sino que también han vaciado el contenido histórico y espacial de la cultura.

La desubicación de la cultura de masas origina la desubicación del individuo no solo por el vacio de la cultura de masas, sino también por promediación que se hace del individuo para hacer posible la masificación. Al grupo generador de la cultura de masas no le interesa de ninguna manera el individuo sino el sujeto promedio que pueda ser alcanzado e involucrado por cualquier mensaje promedio.

La cultura de masas no es cultura, es una mezcla de elementos, relacionados según sea el caso por intereses de tipo político o mercantil y que tiene por objetivo a individuos despersonalizados y alienados incapaces de revertir la situación en la cual han sido involucrados.

En la cultura de masas no solo desaparecen la cultura y el ser individual, sino que el proceso de comunicación es también alterado y manipulado según los intereses de los grupos que controlan los medios masivos de comunicación.

BIBLIOGRAFIA

1. BARTHES, R. Mythologies. Paris, Seuil, 1958.

   Original no consultado citado en: Mattelart, A., Castillo, C. y Castillo, L. La ideología de la dominación en una sociedad dependiente. Buenos Aires, Signos, 1970. p. 27.

2. BELL, D. et al. Industria cultural y sociedad de masas. Versión castellana de Eugenio Guasta. Caracas, Monte Avila, 1969. p. 67.

3. ECO, U. Apocalípticos e integrados ante la cultura de masas. Traducción Andrés Boglar. Barcelona, Lumen, 1968. 403 p.

4. MAC DONALD, D. Masscult y midcult. In Bell, D. et al. Industria cultural y sociedad de masas. Versión castellana de Eugenio Guasta. Caracas, Monte Avila, 1969. p. 67.

5. MATTELART, A., CASTILLO, C. y CASTILLO, L. La ideología de la dominación en una sociedad dependiente; la respuesta ideológica de la clase dominante chilena al reformismo. Buenos Aires, Signos, 1970. 315 p. (Biblioteca del Pensamiento Crítico).

6. _____ PICINI, M y MATTELART, M. Los medios de comunicación de masas; ideología de la prensa liberal en Chile. Santiago de Chile, Universidad Católica de Chile-CEREN, 1970. p. 14.

7. PASQUALI, A. Comunicación y cultura de masas; la masificación de la cultura por medios audiovisuales en las regiones subdesarrolladas. Estudio sociológico y comunicacional. Caracas, Universidad Central de Venezuela, 1964. 309 p.

"LA COMUNICACION MERCANTIL Y EL DESARROLLO"*

Ramón Abel Castaño Tamayo

A. Los Contenidos y el Estilo de la Comunicación Mercantil

En el concepto de comunicación mercantil podemos englobar 3 tipos de difusión de mensaje a través de los mass-media, a saber: la publicidad, la información publicitaria y las relaciones públicas, entre los cuales hay mas rasgos de identidad que de diferenciación.

1. La publicidad es comunicación pagada, que identifica al emisor del mensaje, que principalmente se trasmite a través de los medios masivos de difusión, con el concurso de profesionales denominados publicistas, con una finalidad generalmente mercantil: convertir en demanda efectiva de mercado el poder de compra del consumidor. A pesar de que se ha querido hacer una distinción teórica entre la publicidad y la propaganda, considerando que ésta se aplica a la difusión de las ideas, la publicidad ha invadido hasta tal grado el área propiamente ideológica, que los mismos debates electorales son en mayor grado objeto de la actividad publicitaria que de la confrontación intelectual.

2. La información publicitaria consiste en remitidos no pagados, de carácter meramente descriptivo, que no identifican al emisor y que se difunden, generalmente, a través de los medios masivos de información. Tampoco este concepto puede ser diferenciado sustancialmente del de publicidad, ni por el fin, que es también indirectamente mercantil, ni por su estilo y contenido, pues una forma truculenta de la publicidad pagada suele ser la de disfrazarla con el ropaje de la información.

3. Las relaciones públicas tienen por objeto una actividad institucional, consistente en crear una buena imagen de la empresa, con una finalidad también mercantil, mas o menos indirecta y mas o menos remota. En su desarrollo, el relacionista hace uso de la publicidad, de la información publicitaria y aun del periodismo hablado y escrito, en sus modalidades de información e interpretación.

Y aquí cabe una pregunta: existe una diferencia esencial, filosófica, entre la comunicación mercantil y el periodismo que se ejerce también a través de los mass-media? La respuesta es negativa si examinamos la cuestión a la luz de los patrones de filosofía política

* El contenido de este estudio ha sido extractado, en su mayor parte de la obra del autor/4 .

que nos rigen*, originados en la revolución liberal norteamericana y, más directamente, en la guerra civil norteamericana** y en cuya presentación se observa una intencionada confusión de valores políticos y económicos, avalada por una identidad de intereses entre los detentadores del poder político, del poder económico y del poder informativo. En efecto, según los cálculos de los expertos, los ingresos publicitarios son la base de sustentación financiera del Cine, en un 40 por ciento; de la Prensa, en un 70 por ciento, y de la Radio y la Televisión, en un 100 por ciento. Si se tiene en cuenta que las operadoras de teatros, los periódicos, las emisoras y las compañías programadoras de televisión son ellas mismas empresas mercantiles, es obvio su condicionamiento forzado a los intereses de los anunciadores, aparte de que su finalidad de lucro y su mentalidad comercial las identifica con esos mismos intereses***.

---

* El slogan de que "lo que le conviene a la General Motors le conviene a los Estados Unidos", convertido en ese país en norma de comportamiento político y económico, es la mejor formulación de la tesis que esbozamos, y también su mejor confirmación.

** De esta época: "... puede decirse que los antiguos Estados Unidos habían desaparecido; el industrialismo había entrado en escena de la noche a la mañana, había trasformado los métodos de trabajar la tierra, había fomentado la explotación insensata del petroleo, el gas natural y el carbón, y había hecho del inescrupuloso amo de las finanzas, enriquecido con las ganancias de la guerra, la figura central de la situación"/8 (Subrayo).

*** Watson Dunn,/8, pp. 99-101 expone varios casos de ingerencia de los anunciadores en la orientación de los periódicos: "En setiembre de 1958, el Presidente de una importante compañía de automóviles decía: por qué hemos de subsidiar con el dinero que gastamos en la publicidad a las publicaciones que desaprueban continuamente los productos en que esperamos que el público tenga confianza, si llega a comprarlos?". "Unos años antes un renombrado publicista recomendó a la Federación de Publicidad de los Estados Unidos que indagara si "al mismo tiempo que se embolsa el dinero del anunciante y publica sus anuncios, la prensa está permitiendo que sus editorialistas y sus comentaristas desacrediten a los establecimientos comerciales y a los hombres de negocios y presten una ayuda insidiosa -consciente o inconscientemente- a quienes querrían destruir nuestro sistema económico y social". Citando a Ralph Hoover, agrega: "las agencias no tienen con frecuencia la ocasión de protestar, pero la falta de protestas o amenazas directas no quiere decir que la publicidad haya dejado de influir en el contenido o modo de presentar el material de lectura; los directores han aprendido a hacer expurgaciones precautelatorias para prevenir las críticas... se suaviza el tono de las noticias o... se pasa por alto, y a veces se palían los problemas que deberían exponerse libremente...".

Contractualmente, una buena parte del espacio y el tiempo de los medios masivos de comunicación (a veces la mayor parte), tiene que aplicarse a la publicidad pagada. Y el resto se dedica, por convicción o por interés, a la información publicitaria y a la función periódistica complementaria de apoyo a la comunicación mercantil, aplicando los comentarios de la prensa y los programas de la radio y la televisión a sustentar las instituciones políticas, culturales y económicas regidas por la filosofía capitalista y a exaltar los patrones de comportamiento que les dan vida.*

Ahora bien: si el desarrollo implica mudanzas, ineludiblemente representa riesgos para los niveles de bienestar de los beneficiarios del status quo, y el estado de "simbiosis" entre las instituciones sociales, políticas y económicas, no permite una división tajante entre la defenza de las unas y la crítica de las otras; si la propaganda comercial es la activadora del consumo de derroche y de un sistema irracional de producción inspirados en una ideología, toda la acción de los canales terminará apoyando, a la postre, la ideología misma y al sistema político que la encarna, y oponiéndose al cambio inspirado en otros principios.

Esencia de la comunicación mercantil.

Tanto la esencia como la forma de la comunicación mercantil, están definidas por su objetivo, que es el objetivo común a toda la política de ventas**, a saber: convertir en demanda efectiva el poder de compra del consumidor, empleando para ello motivaciones principalmente emocionales.

En su iniciación, la publicidad era de carácter descriptivo e informativo, basada en la idea de que el consumidor es convencido a hacer sus compras por motivos racionales. Las modalidades de esta clase de publicidad fueron resumidas por la corte Suprema de Justicia de los Estados Unidos en los siguientes términos: "en su conjunto, la publicidad no debe crear una impresión engañosa, aunque cada afirmación considerada separadamente, sea verdadera. No debe disfrazar u ocultar hechos materiales. No debe estar ideada artificiosamente para distraer o desviar la atención del lector, por lo quetoca a la verdadera naturaleza de las condiciones de una oferta. En la publicidad no debe haber ardides ni estratagemas fraudulentas que induzcan a una acción que no se seguiría de la exposición franca de la verdadera naturaleza de la oferta."

* A este respecto afirma Watson Dunn/8,pp.99-101 "A veces se cita como ejemplo de la influencia de los negociantes sobre la prensa el hecho de que la mayoría de los periódicos apoye editorialmente a los candidatos republicanos en muchas elecciones. Según parece, puede encontrarse una explicación más probable en la comunidad de intereses entre el Director-editor y el hombre de negocios. Ambos tienden a ser políticamente conservadores y tal vez propenden menos que la persona corriente a apoyar los cambios importantes de nuestro sistema social y económico".

** Las políticas de ventas comprenden la comunicación mercantil, los diseños de fabricación, los cambios de modelos, las industrias de empaques "desechables" con finalidades de mera apariencia, las ventas a plazo, el crédito bancario para consumo, y aun actividades o prácticas tan inmorales como la obsolescencia planificada.

Sinembargo, éstos no son los patrones de conducta que rigen la actividad publicitaria. Particularmente, a partir de los últimos avances de la sicología, cuando se descubrió que el consumidor puede ser inducido a hacer sus compras también por motivos emocionales, despertando en él mecanismos automáticos incontrolables, la publicidad se tornó, en esencia, manipulante. Y así, no se tienen ya escrúpulo alguno el explotar las debilidades instintivas del hombre cuando se asocian los productos anunciados con símbolos sexuales; los complejos de raza y de clase, cuando se asocian a símbolos de prestigio social; la angustia cuando se inventa o se activa el desarrollo de enfermedades ficticias; los buenos sentimientos de altruismo, civismo y patriotismo, cuando se asocia el producto anunciado, la información publicitaria y las relaciones públicas a estos móviles generosos. En el fondo, lo mismo cuando se patrocina un concurso de novela, o un festival de música o una exposición de artes plásticas que cuando se anuncia un producto con una visualización incitante, lo que se busca son finalidades mercantiles, creando en el espectador o receptor la confusión entre los intereses de la empresa y los intereses del país.

La esencia de contenido de la publicidad moderna se refleja en el siguiente concepto que bien podría considerarse como la antítesis del código de ética publicitaria, formulado con tanta ingenuidad por la Corte Suprema de los Estados Unidos. "Imagínese uno que el lector, en guardia, se desliza tranquilamente por la revista. Está predispuesto sicológicamente contra toda publicidad,. De pronto ponemos ante él, cuando camina de mala gana, un rompimiento del terreno, un precipicio cuya existencia ignoraba; se detiene de golpe en su borde; pierde el equilibrio: cae. Como no hay nada que lo detenga, cae en el anuncio como Alicia en la madriguera del conejo"./8, p.382

El carácter manipulante de la publicidad es inherente a su contenido mismo y a sus métodos. Como dice Watson Dunn /8 , la publicidad tiene un ingrediente: la sugestión, que agrega valor (?) a los bienes: "cuando se dice a la gente que el Alka-Zelizer cura el dolor de cabeza, en realidad lo "cura" en cierto número de personas que lo toman. La sugestión crea cierto valor (?) para un producto que sin ella no tiene. En la publicidad de los cosméticos existen ejemplos que son casi tan dramáticos como éste. Una mujer compra una marca de cosméticos que no se anuncia, porque cree que es barata, y siente que no es más que una mujer como todas; compra el mismo producto con otro nombre solo que éste si se anuncia, y siente que ha adquirido un hechizo irresistible.

El prodigioso "ingrediente" de la publicidad no agrega valor a los bienes (como afirma el autor citado), en el sentido económico de hacerlos más útiles o más bellos en sí, o, en general, más aptos para satisfacer las necesidades en una escala racional; pero sí sobrecarga el precio de venta y distorciona la estructura del ingreso y de la demanda solvente del mercado, determinando una transferencia de poder adquisitivo desde el casumidor y el productor de bienes reales hacia el publicista y el empresario de los medios de información y comunicación. Watson Dunn trae un ejemplo elocuente por lo sencillo: en un año reciente los consumidores de TE en los Estados Unidos compraron 24 millones de kilos por un valor de 125 millones de dólares. Las marcas menos conocidas representaron 24.3 millones de dólares a $ 4.56 la libra, mientras que las más anunciadas representaron 100.8 millones a un precio de $ 5.70. La diferencia de $ 0.84, o sea, el 18.4 por ciento, es el precio de

"sugestión"*. El significado inquietante de todo ésto se aprecia mejor si se tiene en cuenta que en ese país el costo social de la "sugestión" llega al diez por ciento del ingreso nacional (50.000 millones de dólares aproximadamente) representado en facturación publicitaria, investigación de mercados e industrias de empaques de mera apariencia, aplicado principalmente a tres clases de bienes, en el siguiente orden: cosméticos, drogas y marcas de alimentos enlatados.

El Estilo Publicitario.

El carácter manipulante de la publicidad es enfatizado en su estilo y en su reiteración. Según el profesor Francisco Gil Tovar/11, ".... la publicidad trata de inducir o persuadir a algo.... inducir es incitar, apoyándose en motivos sicológicos más que en demostraciones. La publicidad no es una actividad docente ni pretende picar tan alto; por tanto, no suele recurrir a la fuerza racional de las pruebas... antes bien, recurre a trabajar sobre la personalidad afectiva, es decir, sobre la sensibilidad, ya en la zona consciente, ya en la inconsciente o automática de los individuos, de ahí que los sistemas y fórmulas publicitarias se apoyen en la sicología en la misma medida en que se retiran de la lógica. Estudiar los mecanismos afectivos para usarlos a su servicio, es cosa corriente en la formación del propagandista y del publicista. Dentro de los llamados "mecanismos sintéticos", se estudian las formas de persuación. Dentro de los llamados "automáticos", la sugestión, la autosugestión y la imitación involuntaria. Dentro de los "mixtos", lo que podemos llamar "presiones morales".

> "La persuación es una insistencia sobre la sensibilidad, la cual es atacada por una serie de motivaciones afectivas, conscientes, si, pero con frecuencia poco lógicas, aun cuando se presenten en forma de razones.... La sugestión es un proceso sicológico automático en el cual no interviene la iniciativa ni el querer de las personas.... A las que se les inspira una idea por métodos casi hipnóticos. La autosugestión trata de obtener los mismos resultados, aunque dejando al individuo la ilusión de que por sí mismo y espontáneamente toma sus decisiones. Opera sobre todo por repetición. La imitación involuntaria consiste en hacer lo que otros hacen, sin que intervenga una voluntad decidida de hacerlo. Y las presiones morales suelen operar en individuos más o menos sugestionables; se trata de una especie de empuje sobre su supuesta docilidad, apoyada en razones relacionadas con la conducta que debe seguir. En el fondo supone obligar o incitar a las personas a hacer lo que tal vez no quisieran, lo cual es inmoral a todas luces."

* Se ha calculado cuanto representa para las sensibles amas de casa norteamericanas en cada libra de nuestro café suave, frente al menguado ingreso que reciben nuestros anémicos cultivadores?

Una de las armas usadas con más frecuencia por la publicidad para incitar comportamientos irracionales, es la activación de la angustia. Paradógicamente, en la misma medida en que los progresos de la ciencia y la tecnología han reducido los efectos de la enfermedad y el dolor los riesgos de todo orden, la angustia ha proliferado en tal medida que ha llegado a ser considerada como la enfermedad del hombre moderno. Y una vez que se ha comprobado por la sicología que activando la angustia latente se pueden provocar comportamientos automáticos en las personas, la publicidad se ha apresurado a explotarla con fines mercantiles*.

Relacionándola con el desarrollo, Paul Baran/2, p.95 califica la publicidad manipulante en los siguientes términos: ".... los métodos de ventas que se dirigen a las susceptibilidades de los compradores, que emplean leyes sicológicas con las que no están familiarizados y, por tanto, contra las cuales no se pueden defender, las que los aterrorizan o los halagan o los desarman, todos éstos nada tienen que ver con su conocimiento. No son informativos; son manipulantes. Crean nuevos esquemas de necesidades, cambiando el orden de sus motivos".

Un estilo característico de la publicidad es la teatralidad, particularmente en la programación de la radio, la televisión y el cine. Una vez que las encuestas demostraron que la gente acude a los medios audio-visuales de comunicación social, no precisamente a instruise, sino a divertirse, la publicidad, vestida con los ropajes del arte, se encarga de de suministrar a la masa receptora el tipo de diversión preferida por ella, en la forma más propicia a la evasión. Y entonces vienen las radio-novelas cursis, las dramatizaciones y piezas de seudo-teatro, los programas de humor, la combinación de efectos ópticos y sonoros, los contrastes de imágenes y colores, los anuncios rimados y cantados, etc. Y en todo este contexto aplicado a cautivar al receptor, el estilo del mensaje publicitario debe ser lo suficientemente atrayente y dotado de fuerza para captar y retener la atención del sujeto receptor, requerida al mismo tiempo por múltiples

* Estas formas inmorales de la compulsión proliferan en la propaganda a las pólizas de seguros, las drogas y a los sepulcros. Watson Dunn/8, p.98 trae ejemplos patéticos como la historia de la "halitosis", del "pie de atleta" y otras dolencias inventadas por la publicidad.

estímulos*. Estas características eran destacadas, ya desde el año de 1879 en los siguientes términos: "Hoy es tan crecido el número de anuncios, que se leen con mucha negligencia y, por tanto, se ha hecho necesario llamar la atención con la magnificencia de las promesas y con una elocuencia que a veces resulta sublime y a veces ridícula. Como todo ésto debe ejercerse con la debida subordinación al bien público, no puedo menos de proponer como cuestión moral a estos amos del oido público si a veces no juegan demasiado caprichosamente con nuestras pasiones".

Otras características de la publicidad y la propaganda es su permanente asedio al sujeto receptor, destacado por Gil Tovar en los siguientes términos: "Propaganda y publicidad es una maquinaria que toca con sus tentáculos en todas partes, puesta al servicio de cualquier cosa; vamos leyendo por la calle un prospecto que trata de persuadirnos a acudir en ayuda de una obra benéfica, y al levantar la vista, la tropezamos con una valla gigante en que se despliega la imagen de una mujer semidesnuda que nos invita a refrescarnos con una determinada marca de gaseosas; entre tanto oimos, a través de los equipos móviles de sonido, los puntos de un programa político que requiere nuestra adhesión; un poco más allá recibimos una muestra de cigarrillos y al pasar junto a la puerta de un almacén nos fumigan el rostro con un perfume recién puesto a la venta. Y en tanto, vamos dejando atrás centenares de carteles que nos recuerdan pagar impuestos, que nos ponen sobre aviso respecto de los accidentes de tránsito que nos aconsejan enrolarnos en una campaña de acción social, que nos anuncian la llegada de un circo, que nos muestran una nueva ropa interior de señora, que nos anuncian un concurso canino, varias exposiciones de pintura, algunas conferencias....y al llegar a casa tal vez nos encontremos con que el correo nos dejó catálogos de editoriales anunciando nuevos libros, invitaciones para asistir a una muestra industrial y una hoja parroquial que nos anuncia el comienzo de unos ejercicios espirituales. Todo propaganda y publicidad". Hasta tal punto se está llegando al grado de la saturación, que el bestseller de la economía, John Galbraith se ha visto forzado a observar que el ruido de los mensajes simultáneos no permite escucharlos y que el efecto marginal de los anuncios está llegando a cero.

Ahora bien: como la publicidad por sí misma es repelida por el sentido crítico del sujeto receptor, en razón de que su dignidad personal de ser racional lo induce a desechar toda forma de rigimentación o de compulsión y a querer tomar sus decisiones por sí

* El estilo y el poder de subyugamiento de la publicidad son destacados como atributos del buen anuncio publicitario y del buen agente vendedor en la siguiente parábola: "Toca uno el timbre; dentro se desata una espantosa conmoción. Luego se abre la puerta 15 centímetros y allí, con el rostro hosco, aparece la probable cliente... el pequeñuelo que lleva en sus brazos le está arrojando a la cara ciruelas coladas; el pequeño Johny golpea a la pequeña Suzy con un juguete educacional; el perrillo intenta colarse por la puerta con las chuletas de cordero; el agua corre en el fregadero, y el teléfono empieza a repiquetear. Tiene uno exactamente tres segundos para ejercer un hechizo antes de que la mujer le de con la puerta en las narices. Qué va uno a decir? Si respondes a esta pregunta tendrás la esencia de un buen anuncio".

/8

...ismo, se apela frecuentemente al engaño y a la simulación, vistiendo el mensaje publicitario con los ropajes del deporte, el arte, la filosofía, la literatura, la historia, etc., presentándose ella misma como una noble profesión intelectual y presentando el programapublicitario de la radio y la televisión como una auténtica difusión de cultura. Primero se crea la afición desbordada al deporte en el público receptor, y luego se le imponen dos minutos de mensaje publicitario entre cada cinco de trasmisión del partido de balón pie o de la carrera de bicicletas; o se inventa una historia interesante o un personaje de ficción, o bien se explota un acontecimiento real de la crónica roja, y en torno a todo ésto se hacen folletines en serie y radio-novelas y dramatizaciones que el receptor desprevenido devora ávidamente, y, con ello, el reiterado mensaje publicitario hasta el límite de lo tolerable y a veces hasta más allá de ese límite.

El análisis anterior, prolijo, quizás redundante, del contenido y el estilo de la publicidad manipulante, tiene por objeto destacar su ineptitud intrínseca para promover o coadyuvar al desarrollo. El contraste es dramático: la publicidad es un proceso fundamentalmente emocional, y el desarrollo económico-social es un proceso racional; la publicidad propende a la evasión, el desarrollo exige disciplina; la publicidad induce al despilfarro, el desarrollo requiere austeridad; en suma, la publicidad crea un mundo ilusorio de abundancia, de buena fortuna, de idealismo y de ficticia belleza, mientras que el desarrollo está inexorablemente ligado a un mundo real de limitaciones, de carencias, de rendimientos decrecientes, de "cuellos de botella", de múltiples otras vallas cuya superación exige un esfuerzo gigantezco. De los aspectos enunciados vamos a ocuparnos en la segunda parte de este estudio.

B. La Comunicación Mercantil en el Contexto de la Actividad Económica.

Abordamos ahora el tema central de este estudio, a saber: de qué manera y por qué la comunicación mercantil y las políticas de ventas, al difundir en las sociedades atrasadas los patrones de consumo de los países ricos, llega a convertirse en un factor degradante del proceso de desarrollo.

En nuestro reciente libro citado al principio/4,p.76, expresábamos lo siguiente: ".... como la publicidad va dirigida a la clase solvente, que en nuestros países constituye una pequeña minoría, las empresas productoras de bienes para satisfacerla tienen que actuar forzosamente bajo algunas de las formas de competencia imperfecta y emplear una avanzada tecnología, con las consiguientes perturbaciones en el sistema de producción y en el de los precios y la consecuencia inexorable de una mayor demanda de importación de costosos equipos. Y aquí no solo entra en juego el problema de la presión sobre la demanda de divisas,.. sino el de la poca capacidad consiguiente de las empresas para generar empleo de mano de obra...."

En el párrafo transcrito están resumidos los efectos degradantes de la publicidad -y de las actividades conexas- en el proceso de desarrollo. La explicación es la siguiente: en países pobres, donde no existen amplias clases medias, la publicidad queda restringida, sustancialmente a las empresas modernas (monopolios y oligopolios) productoras de

bienes suntuarios para el mercado restringido de la pequeña clase opulenta. En tal virtud su efecto es el afianzamiento de los factores de atraso, como son: la dependencia externa, a través de la creciente importación de equipos y tecnología; el desempleo de mano de obra, la cual se sustituye por los equipos importados; el dualismo económico, al ahondar la brecha entre el sector moderno mecanizado y automatizado y el sector agrario feudal, y la pobreza y la marginalidad inherentes a la expansión del desempleo. Estos enunciados dan validez a la teoría más reciente del desarrollo, que lo diferencia sustancialmente del simple crecimiento económico y que pone su énfasis principal en el consumo popular masivo, como base de una demanda efectiva suficientemente amplia para una producción con pleno empleo*.

Empezamos pues, por precisar los conceptos de desarrollo y subdesarrollo. El enfoque tradicional del desarrollo/15 lo reduce a un proceso de crecimiento del producto bruto, susceptible de dividir en etapas casi cronometradas y de cuantificar en índices o tasas porcentuales anuales. De esta manera, se ha considerado el sub-desarrollo como una etapa retrasada de ese proceso (con relación a países que han tomado la delantera), la cual sería posible de superar siguiendo el mismo camino. Este parece ser el criterio del Departamento Nacional de Planeación de Colombia, cuando define el desarrollo/6, p. 2 como "la condición alcanzada por muchos países que han logrado una abundancia material, pero en donde esta abundancia ha sido ampliamente compartida; en donde el crecimiento se ha vuelto auto-generador; en donde se están conservando los recursos naturales y no se está dependiendo de continua ayuda externa". Nada más apropiado que esta concepción para perpetuar el estado de subdesarrollo; pues si de lo que se trata es de alcanzar el nivel de vida de los países ricos -o de sus élites privilegiados- en una marathón de progreso auto-sostenido, alimentada por sus mismos hábitos de consumo, nunca podremos llegar

* David Barkin, miembro destacado del Departamento de Economía del Herbert H. Lenan College de The City University of New York, expresa: "La elección de la redistribución del consumo como tema de este ensayo constituye un efecto del creciente desencanto desencanto con el enfoque tradicional basado en la tasa de crecimiento del producto total. Es, asimismo, reflejo de nuestra convicción de que el subdesarrollo no podrá ser superado a menos de que termine la absurda imitación de los patrones de consumo y de las estructuras productivas de los países ricos. En la mayor parte de los países pobres el crecimiento se basa en la producción de bienes "modernos" para élites pero esta producción ni genera suficientes oportunidades de empleo ni mejora las condiciones de vida de la mayoría de la población.... Nuestro enfoque sobre la distribución está directamente relacionado con el interés de encontrar una mejor manera de encontrar una mejor manera de entender el proceso de desarrollo. Obviamente, el crecimiento agregado es un índice insuficiente y, naturalmente, nuestra investigación nos lleva a contestar tres preguntas planteadas por (Dudley) Seers: "Qué ha sucedido con la pobreza? Qué ha sucedido con el desempleo?. Qué ha sucedido con la pobreza? Qué ha sucedido con la desigualdad? Si estos tres indicadores se han reducido, no cabe duda de que ha habido un período de desarrollo verdadero para el país de que se trate/3 ". A contrario sensu.....

a conseguirlo; porque las condiciones de dependencia en que nos movemos, con respecto a esos países, y las dimensiones de nuestros mercados, no nos permitirán un desarrollo autónomo sino subordinado, en el cual siempre iremos a la zaga*.

El enfoque correcto debe ser, pues, muy distinto. El desarrollo y el sub-desarrollo son, desde su origen, una expresión de dualismo económico coexistente, con una tendencia secular a la perduración y al deterioro, tanto al nivel nacional como al internacional. Como lo expresa Celso Furtado/10,p.8 , ambos conceptos, el de desarrollo y el de subdesarrollo , tienen su origen histórico en la primera revolución industrial, caracterizada simultáneamente por notables avances en la tecnología (que permitieron el aumento de la productividad y la producción en masa) y por cambios más notables aun en los patrones de consumo. Pero, al paso que los progresos en los métodos de producción quedaron restringuidos geográficamente, a un reducido número de países, los hábitos de consumo se difundieron con rapidez en todo el mundo (aunque limitados a las clases ricas), a través del "efecto demostración" y de la propaganda. Así, en tanto que el consumo masivo y diversificado era algo correlativo a una producción masiva y diversificada en el pequeño grupo de los países líderes del desarrollo, en los otros solamente se importaron -al menos en un principio- los hábitos de consumo. En las propias palabras del autor citado, "la historia del sub-desarrollo consiste fundamentelmente en el desdoblamiento de ese modelo de economía en que el progreso tecnológico sirvió mucho más para modernizar los hábitos de consumo que para transformar los procesos productivos".

Así, el subdesarrollo no es simplemente la etapa retrasada de un proceso que podamos superar por los métodos de rutina, sino la condición necesaria (aunque no suficiente) del desarrollo de los países ricos, o sea, ni más ni menos, que el precio de su opulencia;

* Celso Furtado describe la otra opción de un desarrollo autónomo: "A partir del momento en que se ordenan previamente las necesidades sociales a satisfacer, el problema del desarrollo deja de ser el de maximizar una tasa abstracta del producto interno bruto, para ser el de minimizar los costos sociales requeridos para atender los objetivos definidos. Las comparaciones inter-temporales de grados de desarrollo pasan a ser hechas en términos de indicadores precisos: expectativa de vida, mortalidad infantil, alfabetización, tiempo medio de vida escolar, incidencia negativa de las dolencias mentales, actividad cultural, creatividad en las artes y en las ciencias, tiempo de trabajo no pagado, calidad y cantidad de la habitación, tiempo y calidad del ocio, participacion en la vida política, acceso a la información, contacto con las poblaciones extranjeras, etc. Las comparaciones entre niveles de desarrollo de dos economías solamente tienen sentido en la medida en que las dos sociedades adopten el mismo sistema general de valores o en la medida en que la comparación se restringe a indicadores que traduzcan valores aceptos en común: expectativa de vida, alfabetización, etc."/10.p.68

un precio que su condición de pioneros les ha permitido cobrar a través del colonialismo militar y comercial, que nos siguen cobrando a través del neo-colonialismo industrial y financiero y que nos seguirán cobrando mientras nos obstinemos en permanecer a la zaga en su mismo camino (que ellos tratan de imponernos) y en renunciar a toda innovación, en las formas de producción, y a adoptar comportamientos racionales en el consumo.

La cuestión fundamental, en el contexto del modelo de desarrollo capitalista, radica en la ventaja de ser pionero. El privilegio de tomar la delantera, convirtió a los países líderes del desarrollo en la condición de subordinantes, y a los que quedaron atrás en la condición de dependientes. A partir de este origen común, la relación dominación-dependencia es condición necesaria del desarrollo de los unos y de la pobreza de los otros. Esta ventaja convertida en un proceso auto-propulsado y acumulativo, ahonda cada vez más la brecha de la dependencia.

Las relaciones de dependencia, justificadas por la división internacional del trabajo, asignan a los países pobres el papel fundamental de mercado de los excedentes de producción de los centros industriales. La expansión del mercado es una condición sine qua non del proceso de desarrollo. Y los países líderes la han tenido siempre, en parte dentro de sus fronteras por la correlación -más aproximada allí- entre la generación del producto y la generación de ingreso; y en lo que se refiere a sus excedentes, fuera de las fronteras, por la acción combinada de la explotación colonial y del "efecto demostración".*

La dependencia externa es agravada por otros problemas de estructura interna. Como el ingreso de los países dependientes es bajo y mal distribuido, los patrones de consumo importados solo alcanzan a una élite de altas rentas, para la cual se hacían las importaciones de bienes de consumo antes de los años 30, y de los equipos y bienes de producción aplicados a impulsar un esfuerzo de sustitución de esas importaciones, posteriormente, a lo largo de una industrialización trasplantada, sin adaptación y sustentada en la exportación de sub-desarrollo (en forma de productos primarios a precios de competencia internacional), para financiar la importación, a precios de monopolio, de tecnología y equipos inadecuados a nuestra circunstancia histórica y a las dimensiones del mercado.

* El "efecto demostración", destacado por James Duesemberry como activador en el campo del consumo, opera también en el proceso de producción. Y así, muchos equipos creados por la tecnología de los países ricos para suplir la escaséz de mano de obra, son importados a gran costo por los países pobres, donde su aplicación tiene como efecto la agravación del desempleo de su copiosa mano de obra.

Lo más grave de esta situación es su tendencia secular a la perduración y al deterioro. Dentro del modelo neo-capitalista de desarrollo, los países pobres están condenados a ir siempre a la zaga del progreso de las metrópolis industriales, como importadores de sus novedades tecnológicas, tanto en instrumentos de producción como en bienes de consumo. Aparte de la subyugación comercial que impone una relación de intercambio inicua, las relaciones de dependencia son coadyuvadas por el "efecto demostración" activado por la propaganda.

La subyugación comercial ha tomado la forma más reciente de importación de capital extranjero, a base de privilegios cambiarios y tributarios de la explotación de una mano de obra superabundante y de otras ventajas internas, que convierten a nuestros países en colonias de los monopolios extranjeros o mixtos dentro de sus propias fronteras.

La comunicación mercantil es factor decisivo en todo ésto. Las grandes agencias publicitarias de las metrópolis siguen los pasos de sus clientes a donde quiera que van, y su acción no se limita a anunciar sus productos sino que llega hasta a imponer a las agencias vernáculas -por el solo prestigio de su eficacia y por los imperativos de la competencia- sus métodos y su "filosofía"*.

La comunicación mercantil en las sociedades opulentas. La condición de pioneras en el proceso de desarrollo, ha colocado a las potencias industriales en una posición paradógica de dificultades económicas bien distintas a las que soportan las sociedades pobres, a saber: la acumulación de un excedente económico en forma de medios de producción, frente a una demanda efectiva que no crece al mismo ritmo, y que es necesario manipular por medio de la propaganda y de las políticas de ventas. Este proceso acumulativo e irreversible de concetración de la riqueza y de los ingresos, en forma de nuevas inversiones de capital, es demasiado conocido para que entremos aquí en su estudio detallado. Solamente nos referimos a él en sus relaciones ineludibles con la publicidad, que el contexto de la actividad económica de esas potencias, está llamada (por su dimensión inconmensurable) a ser ella misma fuente de evacuación de excedente perturbador (tarea que cumple en asocio de otras formas de desperdicio como la guerra y los vuelos espaciales); y por sus métodos de acción, a manipular un consumo de derroche como remedio contra el estancamiento y el paro.**

* Theotonio dos Santos/17, p.134 destaca el poder incontrastable de las agencias extranjeras que operan en el Brasil y su acción paralela a la de los grandes monopolios internacionales que conforman el sector industrial moderno de ese país.

** Un resumen de la teoría del estancamiento secular por exceso de capacidad productiva, del profesor Alvin H. Hansen, puede verse en Paul A. Samuelsón:/16

La explicación del proceso que conduce al estancamiento secular es relativamente sencilla: según el modelo Keynesiano, para que el sistema económico funcione en forma equilibrada, es necesario que el ingreso generado por el proceso de producción -en la forma de costos- retorne al sistema de producción mediante el gasto total aplicado a la compra de los bienes producidos. Hay una parte sustancial de este flujo circular auto-propulsado, movida por una dinámica propia: los salarios. Pero como el salario marginal es igual a la productividad marginal de la mano de obra, en la medida en que ésta sea más abundante, el ingreso nacional (a través de la remuneración a los factores de producción) tiene la tendencia a concentrarse en los dueños del capital quienes, no pudiendo gastarlo todo en bienes de consumo, aplican el sobrante a la inversión en nuevos equipos, lo cual conduce -por una mecánica irreversible- a la formación de un exceso de capacidad productiva, cuya operación exige un consumo de derroche manipulado. Y el proceso de manipulación corresponde a las políticas de ventas, es decir, a la comunicación mercantil asociada a otras actividades como las industrias de empaques "desechables" y la diversificación de diseños y modelos, y a prácticas irracionales como las ventas a plazos y el crédito bancario para consumo, o abiertamente inmorales como la obsolescencia planificada.

Como muy bien lo destaca Celso Furtado/10, p.13, "la permanente introducción de nuevos productos y nuevas formas de consumo es condición sine qua non para la preservación de las formas sociales que caracterizan el sistema capitalista. La uniformidad, así sea aproximada, de las formas de consumo, retiraría toda eficacia al complejo sistema de incentivos que pone en marcha los diversos agentes responsables por el dinamismo de esa economía". Pero, como los nuevos productos no responden a necesidades espontáneas pre-existentes, es necesario crear las necesidades, y aquí viene el tanto de responsabilidad que incumbe a la publicidad, de convertir en necesarios estos nuevos bienes, antes desconocidos.

La publicidad deja entonces de ser una actividad auxiliar de la producción para convertirse en centro de la actividad económica y en factor determinante del dinamismo de un proceso económico que, sin ella, llegaría al estancamiento. Emeri, Ault y Agee/9 lo reconocen así cuando afirman : "La publicidad ha llegado a desempeñar un papel único de capital importancia en el funcionamiento del sistema económico norteamericano; nuestra habilidad para la producción de bienes y servicios ha alcanzado tal grado de desarrollo, que la producción no es ya nuestra principal preocupación..... es a la circulación a la que corresponde la tarea básica de mantener un alto nivel de ocupación y la prosperidad general. Y la circulación de bienes y servicios depende, en gran medida, del uso efectivo de la publicidad en los medios de difusión.... La publicidad, al igual que las materias de que se vale para aumentar las ventas (promoción, diseño de productos, empaques, exhibidores en el lugar de ventas, relaciones públicas) están listos para entrar en acción".

Pero un sistema hipertrofiado de producción no sólo tiene que apelar a la diversificación de la producción de bienes reales, para escapar al estancamiento, sino a una diversificación ficticia y fraudulenta de modelos y marcas de unos mismos bienes, para darles una

aparente novedad y tornarlos fácilmente obsoletos, por la acción de la propaganda y el "efecto demostración".

La obsolescencia planificada, como remedio temporal contra los efectos depresivos de una perturbadora abundancia, es un mecanismo adoptado en los Estados Unidos y posteriormente en otros países, para convertir en "desecho" masas de bienes de consumo todavía útiles pero pasados de moda. Esta práctica inmoral ha sido exaltada por importantes personalidades del comercio y las finanzas norteamericanas; Brooks Sttevens (citado por Vance Packard en "Los Artífices del Derroche"), afirma al respecto: "Toda nuestra economía se basa en la obsolescencia planificada, y todos los que puedan leer sin mover los labios, deberían saberlo para estas fechas. Fabricamos buenos productos, inducimos a la gente a comprarlos, y al año siguiente introducimos deliberadamente algo que hará que los primeros resulten anticuados, fuera de moda, obsoletos....No es un derroche organizado. Es una sólida contribución a la economía norteamericana".

La obsolescencia en el proceso de producción es una forma de progreso. Es el resultado del avance tecnológico, que lleva a la superación de equipos menos eficientes por otros más eficientes, en virtud de los cuales los primeros quedan fuera de uso. La obsolescencia en el consumo es un delito: consiste en fabricar bienes facilmente desgastables en su integridad o en algunas de sus piezas claves, para reducir su duración y provocar su pronta reposición*, o bien, en mudar las apariencias de los bienes para tornarlos anticuados o pasados de moda.

El consumo de derroche forzado por la acción de la propaganda y por la práctica de la obsolescencia planificada, ha llegado a convertirse en una cuestión de patriotismo a la cual está ligada la supervivencia misma de las instituciones políticas en las sociedades opulentas. Suficientemente ilustrativo es el siguiente episodio referido a una depresión económica de post-guerra en los Estados Unidos/14,p.66 : "La recesión de fines de la década del 50 sirvió como penetrante recordatorio para muchos del creciente dilema planteado, por la necesidad de una producción cada vez más grande. Las recesiones no eran nada nuevo: pero esa era la más grave de las tres de post-guerra. En muchas industrias las compañías se encontraron con considerables inventarios de mercancías y comenzaron a disminuir la producción. El público continuaba comprando, pero no con suficiente rapidez.... a

* La tragedia del consumidor expuesto a este fráude es dramatizada en el LAMENTO de Willy Loman (en la Muerte de Un Viajante, de Arthur Miller): "Una vez en la vida me gustaría ser dueño de algo, antes de que se rompiese del todo. Siempre tengo que correr carrera con el tacho de los desperdicios. Termino de pagar el coche, y ya está en las últimas. La refrigeradora consume correas como una condenada maniaca. Estas cosas las calculan. Las calculan de modo que cuando uno haya terminado de pagarlas, ya no sirvan para nada"./14

medida que la desocupación se convertía en un problema inquietante, una revista de estudios de mercados advertía que el trabajador desocupado no produce nada que pueda ser anunciado y vendido, y que consume muy poco, aparte de lo imprescindible....Los vendedores reaccionaron al desafío y pasaron a un programa de ventas realmente intenso. En Flint, Michigan, los dirigentes de ventas comenzaron a disparar un cañón cada vez que se vendía un auto. Los industriales y los dirigentes del gobierno (!) instaron a los ciudadanos a que empezaran a comprar por su propio bien. En una conferencia de prensa se le preguntó al Presidente Eisenhouer qué debía hacer el pueblo para vencer la recesión, y él contestó: COMPRAR.- Comprar qué?- CUALQUIER COSA".

Nada más elocuente para identificar el derroche con el interés económico del país, y al interés económico con el interés político. Desde entonces, o quizás desde mucho antes, es no solo racional y patriótico, sino lo más honesto, contribuir al pleno empleo adquiriendo un auto para cada hijo, una radiola y un televisor para cada habitación, unos anteojos y un reloj de pulso para cada vestido y dos casas completamente equipadas para cada familia. Todas estas formas de inhumano desperdicio exaltadas por la propaganda buscan llenar con un consumo excesivo de la clase opulenta el vacío de demanda efectiva creado por el atesoramiento y la falta de inversión que el modelo keynesiano presupone como necesaria para el mantenimiento del equilibrio económico; son, en suma, un remedio desesperado contra la crisis.

Estos patrones constituyen la inversión de la escala de valores en el proceso económico; ya la producción no es el medio para conseguir un fin ético: la satisfacción de las necesidades de un consumo racional, sino a la inversa: el consumo manipulado viene a ser el medio para satisfacer un fin irracional de mantener en acción un sistema productivo hipertrofiado.

Pero es más: esta forma de desperdicio solo es posible a base de la subsistencia de profundas desigualdades, lo mismo entre países que entre clases ricas y pobres. Entre otras cosas, porque los recursos disponibles (particularmente los que son agotables) no serían suficientes para un consumo de este tipo extendido a toda la humanidad. Según Vance Packard, los Estados Unidos consumieron en tres décadas más recursos naturales que la humanidad entera en los 4.000 años anteriores. A este ritmo, cuánto tiempo van a durar las reservas mundiales de petróleo, de carbón, de metales, de minerales no metálicos y de otras materias agotables, si la meta es alcanzar para los paises pobres un desarrollo similar?

La comunicación mercantil en las Sociedades Pobres.

El papel de la propaganda es distinto en países donde el problema económico sustancial es la inminencia de la superproducción y del paro, por un exceso de capacidad productiva, y en los países pobres donde el problema fundamental es la falta de excedente económico para incrementar el equipamiento y acelerar el proceso productivo. Allá la guerra al ahorro es una solución irracional e inmoral a una abundancia perturbadora; aquí es un

suicidio colectivo. Pero, además, la acción de la propaganda llega a ser aquí muy limitada o nula, precisamente por lo reducido del grupo de población susceptible de manipulación; puesto que el objetivo de la publicidad y las políticas de ventas es convertir en demanda de mercado todo el poder de compra potencial de los consumidores, un presupuesto necesario de su eficacia es que exista poder de compra, es decir, una amplia clase media* con ingresos periódicos suficientes para vivir al menos bajo la coyunda de las ventas a plazo. Pero la realidad escueta es que esa clase media prácticamente no existe en los países del llamado Tercer Mundo. Algunas cifras comparadas hacen más palpable esta realidad.

Mientras que en Colombia/12, para el año de 1964, el 80 por ciento de la base más pobre de la sociedad tenía que compartir el 35 por ciento del ingreso nacional, en los Estados Unidos esa misma área de población percibía el 56 por ciento del ingreso y en el Reino Unido aproximadamente el 60 por ciento. Datos más recientes del Departamento Nacional de Estadística de Colombia/5 revelan que de una población económicamente activa de 5 millones de personas, apenas 10.000 (o sea dos décimas del uno por ciento) devengaron más de 20.000 pesos al mes, en el año de 1970 (o sea unos 1.000 dólares), mientras que en el otro extremo, 2.645.000 personas, o sea el 32 por ciento de la población económicamente activa, no alcanzaron a los 1.000 pesos mensuales (menos de 50 dólares).

Ampliando este enfoque tenemos que, mientras el ingreso per cápita al año era en 1965 de 3.600 dólares en los Estados Unidos, y oscilaba entre 2.130 y 1.112 en los países de Europa Nor-Occidental, en Hispanoamérica apenas alcanzaba a los 371 dólares, en Asia Sud-Oriental a 118 y en el Africa negra a 95.

En un intento de precisar la dimensiones de las clases medias en las distintas áreas geográficas, podemos comparar otras cifras. Según la CEPAL/7, mientras que en los Estados Unidos, Francia, los Países Bajos, Noruega y el Reino Unido, el 60 por ciento intermedio de la población tiene un ingreso medio per cápita bastante aproximado al promedio nacional, en los ocho países más avanzados de Latinoamérica, a saber: Argentina, Brasil, Colombia, Costa Rica, El Salvador, México, Panamá y Venezuela, el ingreso per cápita del 60 por ciento intermedio de la población está muy por debajo del promedio nacional. Y en tanto que en los primeros el 5 por ciento más rico de la población tiene un ingreso p.c. apenas 3 ó 4 veces mayor que el promedio nacional, en los países mencionados de América Latina es 6 ó 7 veces mayor, y 85 veces superior al del 20 por ciento más pobre.

* La clase media no es un concepto aritmético sino socio-económico: o sea un sector social con ingresos monetarios o de otros órdenes, suficientes para satisfacer unos niveles de consumo que rabasan con mucho los de mera subsistencia.

En tales condiciones, todo intento de activar el consumo en estos países, a través de las políticas de ventas de los países ricos, o bajo el solo influjo pasivo del "efecto demostración", tiene resultados muy restringidos al grupo de población de medianos y altos ingresos (que en América Latina no llega al 5 por ciento de la población), con las naturales consecuencias de degradación del ahorro y la inversión; mientras que en la gran masa de la población el efecto es desquiciante, a saber: el deterioro de las tensiones sociales, al ahondar la brecha entre el nivel de aspiraciones creado por la difusión de los patrones de consumo de los países ricos, y el nivel de satisfacción profundamente limitado por un ingreso deprimido.

El problema del subdesarrollo se plantea así, en primer lugar, como un problema de insuficiencia de la demanda efectiva, que no se puede resolver con la publicidad, porque su causa fundamental es la insuficiencia de ingreso y poder de compra en la mayoría de la población. Tal es el fenómeno conocido en Colombia bajo la denominación de "fatiga industrial", en virtud del cual las mas grandes empresas tradicionales se han tornado "vegetativas", no precisamente por falta de capacidad instalada, o de capital de trabajo, o de propaganda (como suele afirmarse), sino por la limitación del mercado: porque la gran masa de la población apenas llega al nivel de la subsistencia y carece del poder de compra para sustentar una economía en expansión.

Ante la ausencia de un mercado amplio para proveer una demanda de consumo masivo, nuestro desarrollo industrial ha tenido que echar por los atajos de la diversificación, extremadamente costosa, para proyectar su expansión sobre la demanda solvente de la clase de altos ingresos, manipulada por las políticas de ventas y la comunicación mercantil como ocurre en cualquier país industrializado.

Ahora bien: este tipo distorsionado del desarrollo (dirigido a la diversificación de bienes suntuarios, mas bien que a la expansión del mercado de bienes necesarios de consumo masivo), quizás pueda tener éxito en un país tan grande como el Brasil, donde la cima opulenta de la población puede llegar a constituirse -con el trato estatal privilegiado- en una potencia colonial (del tamaño de una Suiza o de una Dinamarca) dentro de las propias fronteras. Pero esta clase de desarrollo está vedada a los países pequeños, y su efecto, en todos ellos, es el de perpetuar las condiciones del atraso, como son, el desempleo y la marginalidad, la desigualdad social y la pobreza cada vez mas generalizada.

Tales consecuencias de la insuficiencia de la demanda, están cuantificadas en un reciente estudio del sociólogo argentino Sergio Bagú/1 , en los siguientes términos: "es verdad, sin embargo, que el crecimiento anual del sector industrial ha mejorado en años recientes (1966-69): Brasil, 10 por ciento; México 7,8 por ciento; Argentina 6,2 por ciento; pero el elemento más dinámico de ese crecimiento moderado, lo constituyen empresas de tendencia oligopólica, el capital extranjero y un alto nivel de tecnificación, con porcentaje relativamente bajo de mano de obra. En rigor, el ciclo de reubicación de población activa, que se inicia con su desplazamiento, mas o menos forzado, de las zonas rurales, termina con su

ingreso masivo en el sector terciario, donde alimenta, sobre todo, los servicios no calificados y el pequeño comercio. Es ese sector el que presenta los índices más elevados de aumento sobre el total de la población activa, durante 1960-69 en todos los países: Nicaragua 33 por ciento; México, 21.9 por ciento; Brasil 21.4 por ciento; Chile 14.5 por ciento; Uruguay 11.9 por ciento; Argentina 10.7 por ciento. En estas condiciones generales, cualquier aumento rápido del producto en períodos cortos está traduciendo una profunda distorsión sectorial en el crecimiento -más riqueza y más pobreza al mismo tiempo- con la consecuencia de que la euforia por la acumulación de bienes de lujo en algunas ciudades se ahoga a corto plazo por la realidad de una desocupación creciente de vastas zonas en rápida decadencia y de un mercado interno con limitada capacidad." (Subrayo).*

En estas condiciones, la publicidad y las políticas de ventas tienen muy poco que hacer, del lado de la demanda, para estimular el desarrollo. Del lado de la oferta, en cambio, su acción puede traducirse en resultados abiertamente degradantes del proceso de desarrollo, al cegar las fuentes de acumulación de excedente económico para la inversión.

Enfoque del lado de la oferta.- En todo lo que antecede de este estudio hemos planteado el problema de las implicaciones de la comunicación mercantil en el sub-desarrollo, del lado de la demanda. Hemos tratado de demostrar cómo la publicidad y las actividades conexas con ella, al afianzar las estructuras de la distribución de la riqueza y del ingreso, están contribuyendo al envilecimiento de la demanda efectiva de la masa de la población, a la limitación del mercado para una minoría y a la consiguiente distorsión del proceso de producción, el cual debe operar bajo las formas de la competencia imperfecta, aplicado a la diversificación de bienes suntuarios cuyo consumo, por la minoría que percibe la renta, tiene que ser manipulado.

Enfoquemos ahora la cuestión del lado de la oferta. Bajo el supuesto de que el Estado, mediante una actuación enérgica, realizara una redistribución sustancial del poder de compra (creando una demanda solvente para un mercado masivo), a través de la redistribución de la riqueza y del ingreso, quedaría todavía un problema no menos grave por resolver: el de la capacitación del sistema de producción para atender a la demanda, sustancialmente incrementada.

De los tres factores fundamentales del desarrollo -recursos naturales, mano de obra y capital- disponemos, con relativa abundancia, de los dos primeros, en tanto que sufrimos una limitación crítica de recursos de capital. Y es obvio que, aun bajo el supuesto de emprender un desarrollo económico racional -y original- dirigido a la difusión masiva de los

* Según el informe de la O.I.T./13 , un 33 por ciento de la población activa de Colombia está desempleada o subempleada, en tanto que los índices de empleo en la gran industria permanecen estacionarios o son francamente regresivos.

bienes esenciales de consumo popular, subsistiría un requerimiento sustancial de equipos y tecnología adaptada a nuestra copiosa mano de obra, es decir, un requerimiento sustancial de excedente económico capitalizable.

Según el modelo Keynesiano, el excedente capitalizable debe formarse a través del ahorro. Ello no fue siempre así para las potencias industriales que tienen el liderazgo en el proceso de desarrollo, porque su condición de pioneras les permitió formar un gran excedente mediante la rapiña y la piratería en la Edad Media, el colonialismo militar en la edad moderna y el neo-colonialismo comercial e industrial en la edad contemporánea. A los países pobres de la actualidad, en cambio, no les quedan más caminos para la formación de excedentes, que el colonialismo de clases y sectores dentro de sus fronteras, mediante la explotación de sus áreas rurales y sus masas asalariadas, o el ahorro global a través de un régimen más humano de justicia distribuitiva.

Pero el ahorro, al nivel de la sociedad entera, no es algo que se improvisa, sino el resultado secular de hábitos muy arraigados de austeridad y racionalidad en los comportamientos, contra las cuales conspira sistemáticamente la propaganda.

Keynes comprobó para el Reino Unido y el continente europeo la vigencia de la ley de propensión marginal al ahorro, según la cual, de cada incremento de la renta, la familia y la sociedad global, tienen tendencia a consumir una menor porción y a ahorrar una mayor. Esta ley tenía su explicación en la ley de la propensión marginal decreciente de las necesidades, pero -entiéndase bien- de unas necesidades racionales y espontáneas, no manipuladas.

Para los Estados Unidos, donde fue descubierta y perfeccionada la herramienta de la manipulación publicitaria desde la segunda mitad del siglo pasado, Kusnetz demostró estadísticamente que la propensión a consumir no disminuye -y por consiguiente no aumenta la propensión a ahorrar- prácticamente para ningún nivel de renta. Esta observación bien puede aplicarse, mutatis mutandis, a todos los países regidos por los patrones de mercadeo y de consumo norteamericanos. Con una diferencia en cuanto a los efectos: que los Estados Unidos pueden dispensarse de un esfuerzo sustancial en el ahorro, supliendo éste con los excedentes que le proveen sus inversiones y préstamos en el exterior y unas ventajosas relaciones de intercambio comercial. Los otros países, en cambio, tienen que soportar las desventajas correlativas.

La posición crítica de Colombia con respecto a este asunto crucial de excedentes, aparece en sus cuentas nacionales elaboradas por el Banco de la República, según las cuales para la década del 60, el ahorro nacional promedio no llegó al 10 por ciento anual, cuando los planes de desarrollo demandan una acumulación de excedente no inferior al 30 por ciento. Para el año de 1970, el ahorro de las unidades familiares fue apenas de 1.600 millones de pesos (80 millones de dólares) sobre un ingreso total de 106.000 millones, o

sea el 1.5 por ciento. La consecuencia ha sido el endeudamiento externo en las condiciones gravosas que son de dominio público, por una cuantía anual que está excediendo todos los límites de la prudencia.*

Pero la teoría keynesiana del ahorro, como fuente exclusiva de la formación de excedente económico capitalizable, ha sido rebasada por otra más amplia, que abarca el conjunto del sistema de producción y el comportamiento social en cuanto al consumo. Así, Paul A. Baran/2,p.40 hace una distinción muy útil e ilustrativa entre excedente económico real y excedente económico potencial, identificando el primero, implícitamente, con el ahorro de la teoría keynesiana, y definiendo el segundo como "la diferencia entre la producción que podría obtenerse en un ambiente técnico y natural dado con la ayuda de los recursos productivos utilizables (sin ningún desperdicio) y lo que pudiera considerarse como consumo esencial".

Siguiendo estos lineamientos, el excedente capitalizable sera tanto mayor -y el desarrollo económico tanto más acelerado- cuanto mayor sea el volumen de empleo de trabajadores y de recursos; cuanto menor sea el desperdicio en el proceso de producción, cuanto menor sea el número de los trabajadores improductivos y cuanto más se limite el consumo a lo estrictamente esencial.

Aquí hay, desde luego, un enfoque del concepto de producción bastante diverso del que se le da en nuestras cuentas nacionales. En el activo de éstas aparecen muchas partidas que no corresponden -stricto sensu- a una producción real, sino más bien al consumo del excedente generado por los sectores realmente productivos. Esta es, desafortunadamente, la lógica consecuencia de un sistema económico no del todo organizado racionalmente. Empleando las propias palabras de Baran, la realización del excedente económico potencial "presupone una organización más o menos drástica del proceso de producción y distribución del producto social, e implica cambios de gran alcance en la estructura de la sociedad".

Ampliando su concepto el excedente potencial, el mismo autor lo presenta bajo cuatro aspectos distintos; o, más claramente, presenta cuatro formas de desperdicio que impiden su formación: a) el consumo excedente de la sociedad (predominantemente de los grupos de altos ingresos, pero en algunos países -como los Estados Unidos- también de las llamadas clases medias); b) el producto que pierde la sociedad por la existencia de trabajadores improductivos; c) el producto perdido a causa de la organización dispendiosa e irracional del aparato productivo existente, y d) el producto no materializado a causa del desempleo, el cual se debe fundamentalmente a la anarquía de la producción capitalista y a la insuficiencia de la demanda efectiva.

* Según cálculos del Dane, por cada dólar de empréstito en bienes de capital debemos soportar otro dólar en servicios (fletes, seguros, asesoría, etc.) y desembolsar 0.60 de dólar en servicio de la deuda.

El consumo excedente de la sociedad, como hemos visto al tratar de la obsolescencia planificada, ha llegado a constituirse en objetivo fundamental de las economías maduras para evitar el colapso y la crisis. Pero este patrón de comportamiento ha sido trasplantado también a las economías jóvenes, por sus élites económicas, dueñas del aparato de producción y del poder de decisión necesario para producir lo que ellas quieren. Es así como en nuestras cuentas nacionales, que miden nuestro crecimiento, aparece un gran volumen de producción de bienes para satisfacer ansias de lujo y aun excentricidades; de bienes de mera apariencia que no satisfacen ninguna necesidad, y de servicios personales e institucionales de que no gozan siquiera los magnates de los países ricos. No negamos que la producción real deba ser gravada con algunos servicios necesarios, que si bien, no agregan volumen o peso o utilidad a los bienes, evidentemente agregan valor, como el transporte y el mercadeo en una dimensión racional. Esto es producción real. Pero todo lo que exceda los justos límites de la producción y de la circulación de los bienes, debe considerarse, honestamente, como trabajo improductivo, aún ejercido por personas de la más alta jerarquía.

Adam Smith/20, p. 195 expuso ya este concepto en los siguientes términos: "El trabajo de algunos de los órdenes más respetables de la sociedad es semejante al de los servidores domésticos y no produce ningún valor.... el soberano, por ejemplo, con todos los funcionarios, tanto de justicia como de guerra, que sirven a sus órdenes, con toda la marina y el ejército, son trabajadores improductivos. Son los servidores del público y son mantenidos con una parte del producto anual"; y J.A. Schumpeter/18 va un poco más lejos al afirmar que "una parte del trabajo social efectuado por los abogados que se dedican a la lucha de los negocios contra el Estado y sus órganos es improductivo..... en una sociedad socialista no habría lugar para esta clase de actividad legal. El ahorro resultante no es medido satisfactoriamente por los honorarios de los abogados que están ocupados en eso. Estos no son dignos de consideración. No puede decirse lo mismo de la pérdida social que representa una ocupación tan improductiva de muchos de los mejores cerebros. Considerando cuán terriblemente escasos son los buenos cerebros, su traslado a otros empleos puede ser de una importancia más que insignificante". Lo dicho aquí sobre los abogados debe aplicarse a un gran número de profesiones y oficios que figuran en el sector económico de los servicios, el cual provee empleo más aparente que real a la gran masa de desempleados que el sistema de producción, afectado por graves fallas de estructura, no puede absorber*.

* En Colombia, en el lapso comprendido entre los censos de 1951 y 1964, la ocupación disminuyó en los sectores productivos y aumentó sustancialmente en los servicios, en términos relativos; en el sector primario disminuyó del 55.1 por ciento al 48.8 por ciento; en el sector manufacturero rebajó del 14.8 por ciento al 12.77 por ciento; mientras que en el sector de los servicios aumentó del 26.6 por ciento al 30.36 por ciento. En números absolutos, la ocupación total aumentó en 1.378.000 personas de las cuales 424.000 se emplearon en el sector primario; 195.000 en la industria manufacturera; 87.000 en la construcción y 672.000 en el comercio, los servicios y otras actividades no definidas. Estos datos confirman las cifras de Sergio Bugú que hemos citado atrás, con respecto a Latinoamérica.

En un sistema racional de producción, además de los costos de la producción real, es decir, del ingreso nacional proveniente de una producción de bienes esenciales aplicada a satisfacer auténticas necesidades, es menester asignar los gastos de funcionamiento y la ganancia justa de un limitado pero necesario sector comercial, y el excedente económico debe aplicarse en parte a recompensar y remunerar adecuadamente unos eficientes servicios gubernamentales, de culto e institucionales de una dimensión proporcionada a la dimensión misma del sistema de producción.

Cuando se habla, pues, de trabajo, improductivo, cabe hacer una distinción entre el trabajo improductivo necesario que realizan las personas dedicadas a las actividades mencionadas y la actividad completamente parasitaria de intermediarios en cadena, agentes, comisionistas, publicistas y todo el ejército de dependientes de los mismos, que no generan riqueza ni bienestar real sino que, al contrario, determinan la hipertrofia de otros sectores económicos, distorsionan la producción, acentúan los desequilibrios en la distribución del ingreso e introducen perturbadores elementos de irracionalidad en todo el sistema económico. Esto no implica un reproche a las personas sino una crítica al sistema. Como afirma Paul Baran/2,p.49 "es inútil decir que los que realizan esta clase de trabajo (el improductivo) pueden ser, y en la mayoría de los casos son ciudadanos destacados y de aquí que su clasificación como trabajadores improductivos no implique un oprobio moral ni una afrenta. Como sucede frecuentemente, gente bien intencionada puede no solo no logra lo que quería, sino obtener el resultado opuesto, si está obligada a trabajar en un sistema cuyo timón está fuera de su control....La porción improductiva del esfuerzo total de la nación....hablando en términos generales, está constituida por el trabajo que da por resultado la producción de bienes y servicios cuya demanda puede atribuirse a condiciones y relaciones específicas del sistema capitalista, y la que no existiría en una sociedad organizada racionalmente".

La tercera forma de desperdicio anotada por Baran como escollo a la realización del excedente económico potencial, es el producto perdido a causa de la organización dispendiosa e irracional del aparato productivo. Esta pérdida se origina en la falta de planeación de la producción capitalista y a fallas en la dimensión de las empresas, determinadas por las limitaciones del mercado. Dentro de una organización liberal del sistema económico, la planeación tiene un carácter meramente indicativo, lo que es explicable respecto del sector empresarial cuyos medios de producción son de propiedad privada. Pero lo que no tiene explicación - y mucho menos justificación- es la falta de coordinación, la duplicación y el desperdicio en el sector estatal. La concentración de la industria en cuatro centros urbanos, la operación de los equipos al 50 por ciento de su capacidad, la producción de monopolio para satisfacer una demanda restringida, la producción de empaques de mera apariencia, sin valor comercial, son algunas de las tantas formas de desperdicio de un sistema de producción anárquica. La centralización del gasto público que induce a

la movilización de los campesinos a las grandes ciudades*, la competencia y la duplicación de los establecimientos para-estatales -igual que si fueran empresas mercantiles-, y la proliferación de la burocracia estatal como base de sustentación de los acuerdos políticos entre los partidos ** y como remedio (absurdo remedio) contra el desempleo, son otras tantas formas de desperdicio en el sector público.

La llamada "industria publicitaria" tiene un papel preponderante en todo ésto. En sí misma representa un consumo de excedente económico no cuantificado específicamente en las cuentas nacionales, pero que, según parece, supera los mil millones de pesos al año. Pero lo más grave no es esta parte del producto que se desperdicia sin contraprestación en términos de producción real, si no la producción dispendiosa de bienes y servicios que ayuda a generar con su apoyo a unidades privadas y estatales, que operan con un mayor o menor grado de irracionalidad.

El cuarto elemento degradante del producto y de la realización del excedente potencial y el mas grave de todos por sus implicaciones sociales, es el desempleo. Sobre este tema es demasiado reciente y conocido el estudio de la OIT (HACIA EL PLENO EMPLEO) para que nos detengamos aquí en un examen pormenorizado. La sola conclusión de que la tercera parte de nuestra población activa está desempleada o subempleada, es conturbadora. Barend de Vries, experto del Banco Mundial llegó a la misma conclusión sobre la magnitud del desempleo y el subempleo en todos los países del Tercer Mundo, y pronosticó que para la década de los años setenta, la oferta de trabajo en esos países aumentará en 225 millones de personas/21, p.12. Se ha calculado el lucro cesante global que estas cifras representan para los países pobres? Pues bien: la propaganda, con su exaltación de los modos de producción mecanizada y automatizada y de los hábitos de consumo para pequeñas élites, está creando las condiciones de perduración de este descomunal lucro cesante.

---

* En un estudio sobre movimientos demográficos en Antioquia, que llevé a cabo en el año de 1964, comprobé que todo el incremento de la población del departamento en el lapso comprendido entre los dos últimos censos, fue absorbido por la zona metropolitano de Medellín. Como una de las explicaciones de este hecho, encontré que el presupuesto de rentas y gastos del Municipio de Medellín, con sus empresas y fondos especiales era en ese año de un poco más de 600 millones de pesos, mientras que la suma de los presupuestos de todos los otros municipios del departamento, incluso los más ricos de Bello, Itagui, y Envigado (que hacen parte del área metropolitana), era de unos 65 millones de pesos.

** Para aplicar la paridad durante el primer gobierno del frente nacional se crearon 90 mil nuevos cargos solamente en Administración Nacional.

Conclusión

Enfocado el problema del subdesarrollo, tanto desde el punto de vista de la demanda de mercado como de la oferta, llegamos a la conclusión de que para los países pobres es cuestión de vida o muerte adoptar modelos económicos novedosos y audaces, ajustados a su circunstancia histórica, a su posición geográfica y a la provisión de recursos naturales y de mano de obra, y a su mismo talento idiosincracia, como lo insinúan Paulo VI en la encíclica "PROGRESO DE LOS PUEBLOS", y el episcopado latinoamericano en los documentos de "JUSTICIA" y "PAZ" de Medellín; en otros términos, no necesitamos copiar modelos capitalistas ni socialistas, por muy buenos que hayan sido los resultados de su aplicación en el hemisferio Norte, sino aplicar nuestro talento y nuestra capacidad de innovación para crear nuevos métodos. Sabemos lo que tenemos que hacer, a saber: eliminar el desempleo y el desperdicio en la producción, reducir el trabajo improductivo a los servicios esenciales y adoptar patrones racionales de consumo; lo que nos falta es la decisión, la energía y la disciplina social para ejecutarlo. Claro que a ello se oponen los patrones de valoración capitalista, así como en la época feudal había una resistencia a las mudanzas que condujeron al capitalismo. Como afirma Paul Baran, la identificación de las formas de desperdicio que impiden la realización del excedente potencial, tropieza con dificultades, porque dicho concepto "trasciende el horizonte del orden social existente al relacionarse no sólo con la situación fácilmente observable de una organización socio-económica dada sino también con la imagen, menos fácil de concebir, de una sociedad ordenada en una forma más racional"...."si se mira desde el punto de vista del feudalismo, era esencial productivo y racional todo lo que resultaba compatible con el sistema feudal....lo no esencial, inproductivo y dispendioso era todo aquello que interfería....el funcionamiento normal del orden existente....". Pero una vez que la burguesía en lucha contra el feudalismo instauró el modo de producción capitalista, "....fue desechada hasta la simple pregunta sobre la productividad o esencialidad de cualquier tipo de actividad que se realizara en la sociedad capitalista. Al elevar el fallo del mercado al papel de único criterio de eficacia y racionalidad....(se) niega toda respetabilidad a la distinción entre consumo esencial y no esencial, entre trabajo productivo e improductivo, entre excedente real y potencial. Se justifica el consumo esencial, arguyendo que proporciona incentivos indispensables; se glorifica el trabajo improductivo, alegando que contribuye indirectamente a la producción; se defienden las depreciones y el desempleo, considerándolos como el costo del progreso, y el despilfarro como un requisito previo de la libertad".

Todo ésto, sin embargo, pertenece a los esquemas mentales de las clases privilegiadas que detectan el poder político y económico, y de los aparatos de propaganda que las sustentan y exaltan. Pero, cada vez en mayor grado, éste es el pensar y el sentir de una minoría enfrentada al constante deterioro de la convivencia y amenazada por los riesgos potenciales inherentes a una masa famélica y resentida, que cada día asesta duros golpes a la buena reputación de "sociedad cristiana y civilizada" que pretendemos ser. Siempre

he creido que si los argumentos de razón no nos convencen para entrar en el terreno de lo racional y justo, terminará por convencernos el argumento de la fuerza disociadora que nos amenaza, frente a la impotencia de las llamadas "Fuerzas del Orden". Alguna vez escribí, y ahora quiero repetirlo, que las clases sociales que disfrutamos de bienes y/o ingresos haríamos un estupendo negocio cambiando una buena dosis de comodidad por otra buena dosis de seguridad.

Para empezar debemos reexaminar ciertos conceptos de libertad, de derechos y deberes, de soberanía personal y muy especialmente de la soberanía del consumidor, tan querida por los productores y tan exaltada por los publicistas. Scitowsky/19, en efecto, se alarma ante la sola posibilidad de limitar esa soberanía, cuando expresa: "si comenzamos a dudar de la capacidad del consumidor para decidir lo que le conviene, nos lanzamos a un camino en el cual es difícil de tenernos y terminamos por desechar todo concepto de soberanía del consumidor".

Si ya el concepto más amplio y general y también más respetable por su presentación académica, de soberanía nacional, o de soberanía popular, suscita nuestro escepticismo por el tanto de manipulación que encierra, cuál no será nuestra duda sobre la validez de un concepto de soberanía del consumidor, restringido al 5% de la población que tiene poder de compra, y cuya opinión frente a la utilidad de lo que compra no es espontánea, según la propia confesión de los expertos, sino manipulada por un descomunal refinado y eficaz aparato publicitario.

La empresa formidable del desarrollo a que somos incitados tan resueltamente por los gobiernos, requiere cambios y sacrificios en todo el orden económico. Lo dicho en esta charla tiene por objeto convencernos hasta la saciedad de que lo primero que debemos cambiar es ese descomunal científico y refinado aparato de la propaganda, poniéndolo al servicio del bien común; de empresa utilitaria, con fin de lucro, debemos trasformarlo en institución de servicio, bajo el dominio de la comunidad (no precisamente del Estado sino de la Comunidad) siguiendo el orden y la jerarquía del principio de subsidiariedad; de instrumento de manipulación para el consumo de bienes e "ideas enlatadas" debemos trasformarlo en medio de convicción racional, de recurso para la evasión, la degradación, el relajamiento y la indisciplina social, debemos tornarlo en activador de la voluntad y en poderoso elemento de afirmación de la personalidad; de propagandista de la dependencia externa, debemos convertirlo en instrumento de afirmación de la nacionalidad y de exaltación de los valores autóctonos. La lucha, como decía Albert Schwitzer, es desigual, entre el espíritu inerme y el robot ataviado con todas las armaduras, del David desnudo y desprovisto, contra el Goliat Todopoderoso. Pero con todo y los riesgos que implica, es una lucha que hay que emprender cuanto antes.

RAC/cdet IX-13-1972

BIBLIOGRAFIA

1. BAGU, S. América Latina; un equilibrio inestable. Ceres (Italia) 4(5):7-9. 1971.

2. BARAN, P.A. La economía política del crecimiento. Traducción de Nathan Warman. México, D.F., Fondo de Cultura Económica, 1964. 347 p.

3. BARKIN, D. La redistribución del consumo en Cuba. Comercio Exterior (México) 22(7):615-625. 1972.

4. CASTAÑO, A. R. La publicidad; un freno al desarrollo. Bogotá, Tercer Mundo, 1971. 115 p. (Colección Tribuna Libre).

5. COLOMBIA. DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADISTICA. Encuesta de hogares. Bogotá, DANE, 1970.

6. COLOMBIA. DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANEACION. Plan de desarrollo; resumen general. Bogotá, 1971.

7. COMISION ECONOMICA PARA AMERICA LATINA. Estudio económico de América Latina 1969. Nueva York, Naciones Unidas, 1970. 444 p.

8. DUNN, W. Publicidad. México, D.F., UTEHA, 1967.

9. EMERY, E., AULT, P.P. y AGEE, W.A. Introduction to mass communications. Cali, Norma, 1967.

10. FURTADO, C. Analise do modelo brasileiro. Rio de Janeiro, Civilizaçao Brasileira, 1972.

11. GIL TOVAR, F. Introducción a la comunicación social. Bogotá, Voto Nacional, 1967. 168 p.

12. MUSGRAVE, R. et al. Bases para una reforma tributaria en Colombia. Bogotá, Banco Popular, 1970. 321 p.

13. OFICINA INTERNACIONAL DEL TRABAJO. Hacia el pleno empleo; un programa para Colombia, preparado por una Misión Internacional organizada por la OIT. Bogotá, Banco Popular, 1970. 520 p.

14. PACKARD, V. Los artífices del derroche. Traducción del Floreal Mazia. Buenos Aires, Suramericana, 1961.

15. ROSTOW, W.W. Las etapas del crecimiento económico; un manifiesto no comunista. Traducción de Rubén Pimentel. México, D.F., Fondo de Cultura Económica, 1961. 206 p.

16. SAMUELSON, P.A. Curso de economía moderna. Traducción de José Luis Sampedro. Madrid, Aguilar, 1957.

17. SANTOS, T. DOS. Lucha de clases y dependencia en América Latina. Medellín, La Oruga Negra, 1970.

18. SCHUMPETER, J.A. Capitalism, socialism and democracy. New York, 1950.

19. SCITOVSKY, T. Welfare and competition. Chicago, Ill., 1951. p. 184.

Original no consultado citado en: Baran, P.A. **La economía política** del crecimiento. Traducción de Nathan Warman. México, D.F. Fondo de Cultura Económica, 1964.

20. SMITH, A. Wealth of nations. New York, Modern Library, 196 ?.

21. VRIES, B.A. DE. Posibilidades de remediar el desempleo y la pobreza. Finanzas y Desarrollo (Estados Unidos) 9(1):13-17. 1972.

QUE ES LA DINAMICA DE GRUPO*

Gustavo F.J. Cirigliano**
Anibal Villaverde

Según lo expresa Olmsted, "la Dinámica de Grupo constituye el intento más difundido y de mayor influencia en estos momentos, en el estudio de los grupos"/13, p. 132, pero como dice Klineberg, "no es fácil definir o limitar la importante zona de la Dinámica de Grupo", la cual desde cierto punto de vista representa "la teoría de la naturaleza de los grupos y de la interacción dentro de los grupos", e "incluye un conjunto de técnicas /10 p.434.

Por una parte, la Dinámica de Grupo se refiere a las fuerzas que actúan en cada grupo a lo largo de su existencia, y que lo hacen comportarse en la forma como se comporta" /11, p.11. Estas fuerzas constituyen el aspecto dinámico del grupo: Movimiento, acción, cambio, interacción, reacción, trasformación, etc; y se distinguen de los aspectos relativamente estáticos, tales como el ambiente físico, el nombre, la finalidad, la constitución, etc. "La interacción o acción recíproca de estas fuerzas y sus efectos resultantes sobre un grupo dado, constituyen su dinámica"/11, p.12. Por otra parte, la Dinámica de Grupo es un "campo de estudio, una rama de las ciencias sociales que se dedica a aplicar métodos científicos para determinar por qué los grupos se comportan en la forma en que lo hacen" /11, p.12.

La Dinámica de Grupo se fundamenta originariamente en la teoría de la estructura o Gestalt, trasvasada en el concepto básico de teoría del campo de la conducta del grupo. "Este campo" consiste en un número de fuerzas (o variables) que afectan la conducta del grupo. La dirección, sentido e intensidad (magnitud) relativa de estas fuerzas, determina la dirección, sentido y velocidad de movimiento del grupo"/12, p.20. Siguiendo esta

* Tomado del libro "Dinámica de Grupos y Educación, Fundamentos y Técnicas", Editorial Hvmanitas, Buenos Aires, Primera Edición, 1967

** Profesor de la Universidad de la Plata y Profesor de la Universidad de Buenos Aires, respectivamente.

concepción estructuralista, la Dinámica de Grupo como disciplina, estudia las fuerzas que afectan la conducta del grupo, comenzando por analizar la situación grupal como un todo con forma propia (Gestalt). Del conocimiento y comprensión de ese todo, de esa estructura (campo), surgirá luego el conocimiento y la comprensión de cada uno de los aspectos particulares de la vida del grupo y de sus componentes (El todo da sentido a las partes).

Esta fundamentación estructuralista del estudio de los pequeños grupos nació con Kurt Lewin, iniciador de la Dinámica de Grupo en la década del treinta*. La teoría de Lewin puede resumirse, como lo hace Filloux, en los siguientes puntos centrales:

> "El grupo no es una suma de miembros: Es una estructura que emerge de la interacción de los individuos y que induce ella misma cambios en los individuos.
>
> La interacción sicosocial está en la base de la evolución de los grupos y de movimientos; dicho de otro modo, entre los individuos que forman el grupo se producen múltiples fenómenos (atracción, repulsión, tensión, compulsión, etc): Las corrientes que se establecen entre los elementos del grupo y entre los elementos y el grupo, determinan un movimiento, una "dinámica", que proyecta en cierto modo al grupo hacia adelante, como si poseyera la facultad de crear su propio movimiento.
>
> La evolución dinámica del grupo cuenta como sustrato una suerte de espacio, que resulta ser el "lugar" de las interacciones, un verdadero "campo de fuerza" social"/7, P.1.17.

Como consecuencia de lo expuesto puede afirmarse que "el comportamiento de un individuo en grupo está siempre determinado por la estructura de la situación presente. La personalidad de los participantes no ejerce acción sino en función del campo de fuerzas engendrado por la respuesta de cada uno a todos. Esto demuestra por otra parte, que es difícil de

---

* Kurt Lewin, de origen alemán radicado en Estados Unidos, fundó en 1945 el Centro de Investigación de la Dinámica de Grupo, en el Instituto de Tecnología de Massachusetts, trasladado en 1948 a la Universidad de Michigan. Posteriormente otros investigadores han propuesto enfoques teóricos distintos, o han puesto el énfasis en determinados aspectos, entre muchos otros: Jacob Moreno (Sociometría), Robert F. Bales (acción recíproca), Raymond Cartell (análisis de factores), C. L. Shartle (organización formal), Alex Bavelas (relaciones comunicativas), Jack R. Gibb (grupo participativo), la corriente sicoanalítica (fuerzas emocionales inconscientes) etc.

predecir la conducta de un individuo dentro del grupo; sus reacciones dependerán en última instancia de la interacción entre su personalidad y la personalidad de los otros miembros del grupo: Serán un "fenómeno de grupo"/7,p.18.

Después de esta rápida reseña sobre el campo en que actúa la Dinámica de Grupo, podremos llegar a concretar alguna definición. En forma descriptiva, Bany y Johnson expresan que la Dinámica de Grupo "trata de explicar los cambios internos que se producen como resultado de las fuerzas y condiciones que influyen en los grupos como un todo. También se interesa por investigar los procesos mediante los cuales la conducta individual se modifica en virtud de la experiencia del grupo, y trata de poner en claro por qué ocurren ciertas cosas en los grupos, por qué estos se comportan como lo hacen, y por qué los miembros del grupo reaccionan como reaccionan"/3. p.39.

En forma sintética podemos decir que la Dinámica de Grupo -disciplina moderna dentro del campo de la sicología social- se ocupa del estudio de la conducta de los grupos como un todo, y de las variaciones de la conducta individual de sus miembros como tales, de las relaciones entre los grupos de formular leyes o principios, y de derivar técnicas que aumenten la eficacia de los grupos.

A. ¿Que es un Grupo?

Dentro del uso común el concepto de grupo es altamente comprensivo y se utiliza para designar conjuntos muy dispares en sus características: Desde los que miran una vidriera hasta los que integran una familia. Aun en el campo de la sicología social, el grupo puede ser considerado como un conjunto de personas que reúne muy pocos requisitos: "Un grupo consiste en dos o más personas que comparten normas con respecto a ciertas cosas y cuyos roles sociales están estrechamente intervinculados"/12.p.571. Caben todavía aquí multitud de grupos de distinta naturaleza, pudiendo considerarse como tales tanto la "clase media", la "burocracia", o el "grupo étnico", como la familia o la pandilla. Y hasta cabe la afirmación de que "los miembros de un grupo pueden o no conocerse personalmente. Dos jugadores de ajedrez que mantienen una partida por correspondencia constituyen un grupo"/12 p.571 /14, cap.I.

Dentro del campo de la Dinámica de Grupo -equivalente para algunos a "análisis de los pequeños grupos /116 el grupo es considerado con un criterio mucho más restringido, que involucra ante todo un número reducido de miembros* que interaccionan "cara a cara" y forman lo que se conoce como grupo primario.

Grupo primario es aquél en el cual todos los miembros interaccionan directamente, cara a cara, son conscientes de la existencia del grupo y de su pertenencia a él, y de la presencia de los otros miembros (Sprott). Los miembros se hallan ligados por "lazos emocionales, cálidos, íntimos y "personales"; poseen una solidaridad inconsciente basada más en los sentimientos que en el cálculo" (Olmsted).

El grupo secundario, en cambio, mantiene relaciones frías, impersonales, más formales. El grupo en este caso no es un fin en si mismo, sino un medio para lograr otros fines. Las relaciones se establecen más bien a través de comunicaciones indirectas; tal el caso de empresas, instituciones, clubes, barrios, pueblos o ciudades.

El hecho de que un grupo sea pequeño no significa siempre que sea un grupo primario. El simple hecho físico de "estar juntos" (como en un omnibus), no basta para caracterizar al grupo. Tampoco es suficiente que posean un interés común (tomar el ascensor). Para que exista el grupo es preciso que haya "una interacción entre las personas, y además conciencia de la relación común" (Olmsted). Ejemplos típicos de grupos primarios son la familia, el grupo de amigos, la pandilla, la "barra", el grupo terapéutico.

De acuerdo con la difundida definición de Bales, un grupo pequeño es "un conjunto de personas en interacción en situación cara a cara, en la cual cada miembro percibe a cada uno de los otros como personas individuales"/2.

Según Olmsted, "un grupo será definido como una pluralidad de individuos que se hallan en contacto los unos con los otros, que tienen en cuenta la existencia de unos y otros, y que tienen conciencia de cierto elemento común de importancia"/13, p.17.

"Entendemos por un grupo -dice Homans- cierta cantidad de personas que se comunican a menudo entre si, durante cierto tiempo, y que son lo suficientemente pocas para que cada una de ellas pueda comunicarse con todas las demás, no en forma indirecta, a través de otras personas, sino cara a cara"/9, p.29.

---

* Por número reducido se entiende no más de 15 personas, siendo entre 8 y 10 el número ideal/7, p.III-27; o bien no más de 20, siendo de 7 el número ideal /13, p.18 Jack R. Gibb opina que es muy difícil lograr un buen debate con más de 12 o 15 miembros, y que un grupo de trabajo tiene que ser tan reducido que permita a cada miembro participar verbalmente en las actividades del grupo/8, p.22.

Las características del grupo, tal como lo concibe la Dinámica de Grupo, son pues las siguientes:

"1. Una asociación definible, una colección de dos o más personas identificables por nombre o tipo.

2. Conciencia de grupo; los miembros se consideran como grupo, tienen una "percepción colectiva de unidad", una identificación consciente de unos con otros.

3. Un sentido de participación en los mismos propósitos; los miembros tienen el mismo "objeto modelo", o metas e ideales.

4. Dependencia recíproca en la satisfacción de necesidades; los miembros necesitan ayudarse mutuamente para lograr los propósitos para cuyo cumplimiento se reunieron en grupo.

5. Acción recíproca; los miembros se comunican unos con otros.

6. Habilidad para actuar en forma unitaria; el grupo puede comportarse como un organismo unitario"/11, p.31.

Cabe agregar aun, que el grupo debe tener una estructura interna (distribución de roles que se reconocen).

La importancia social de este tipo de grupos es extraordinaria. Dice al respecto Solomon Asch: "Los pequeños grupos, tales como la familia o el equipo de trabajo, constituyen las unidades naturales de la sociedad. Gran parte del trabajo realizado en el mundo se lleva a cabo dentro de sus confines"/1, p.499. "La experiencia social primera y más inmediata de la humanidad es la que ocurre en el grupo pequeño -dice Homans-. El grupo es la más común, así como la más familiar, de las unidades sociales"/9, pp.29-30.

B. Principios Básicos de la Acción de Grupo

Jack R. Gibb, sicólogo norteamericano sistematizador del grupo participativo, ha elaborado ocho principios básicos que pueden servir de guía y orientación para el aprendizaje del trabajo de grupo y la más adecuada aplicación de sus técnicas. Tales principios son los siguientes:/8, cap.I.

1. Ambiente. El grupo debe actuar dentro de un ambiente físico favorable, cómodo, propicio para el tipo de actividad que ha de desarrollarse. El ambiente físico influye sobre la "atmósfera" del grupo, y por lo tanto debe ser dispuesto de modo que

contribuya a la participación, la espontaneidad y la cooperación de todos los miembros. El local no debe ser demasiado grande (sensación "grano de arena en el desierto") ni demasiado chico (sensación "lata de sardinas"); se cuidará que haya mesas, asientos, útiles para todos. Los miembros deben poder verse cómodamente para intercambiar ideas cara a cara.

2. Reducción de la Intimidación. Las relaciones interpersonales deben ser amables, cordiales, francas, de aprecio y colaboración. El actuar en un grupo puede producir sentimientos de temor, inhibición, hostilidad, timidez, que se engloban en el concepto de intimidación. La reducción de las tensiones favorece el trabajo y la producción de los grupos. Los miembros deben conocerse lo mejor posible, ser tolerantes y comprensivos. Cuando se está cómodo y tranquilo, a gusto con los demás, la tarea resulta más provechosa y gratificadora, y el sólo hecho de estar juntos es valioso.

Una de las finalidades del grupo es, precisamente, lograr buenas relaciones interpersonales.

3. Liderazgo Distribuído. Todo grupo requiere una conducción (liderazgo) que facilite la tarea y favorezca el logro de sus objetivos; pero esa conducción ha de ser distribuída en todo el grupo con el fin de que todos los miembros tengan oportunidad de desarrollar las correspondientes capacidades. Por otra parte, el liderazgo distribuído favorece la acción y la capacidad del grupo.

4. Formulación del Objetivo. Deben establecerse y definirse con la mayor claridad los objetivos del grupo. Pero esto debe hacerse con la participación directa de todos los miembros, pues de tal modo se incrementa la conciencia colectiva, el sentido del "nosotros", indispensable para el buen funcionamiento del grupo. Cuando los objetivos no son determinados "desde afuera", sino que responden a las necesidades de todos los miembros y éstos han participado en su elaboración, el grupo se siente más unido y trabaja con mayor interés en el logro de los mismos.

5. Flexibilidad. Los objetivos establecidos deben ser cumplidos de acuerdo con los métodos y procedimientos que se hayan elegido. Pero si nuevas necesidades o circunstancias aconsejan una modificación de los mismos, debe existir en el grupo una actitud de flexibilidad que facilite la adaptación constante a los nuevos requerimientos. Debe evitarse la rigidez de reglamentaciones o normas pues éstas sólo sirven cuando favorecen la tarea del grupo, y pierden su valor cuando la entorpecen.

6. Consenso. El grupo debe establecer un tipo de comunicación libre y espontánea, que evite los antagonismos, la polarización, los "bandos"; y que haga posible, en cambio, llegar a decisiones o resoluciones mediante el acuerdo mutuo entre todos los miembros (consenso). El consenso se favorece con un buen "clima de grupo", cordiales relaciones interpersonales, espíritu de cooperación y tolerancia; porque las barreras para una buena comunicación son casi siempre de tipo emocional e interpersonal.

7. Comprensión del Proceso. El grupo debe aprender a distinguir entre el contenido de su actividad y la actividad en si misma, entre "lo que se dice" y la forma "como se lo dice". El desarrollo de la actividad en si misma, la forma como se actúa, las actitudes y reacciones de los miembros, los tipos de interacción y de participación, constituyen el proceso del grupo. Debe prestarse atención no sólo al tema que se está tratando, sino también a lo que ocurre en el grupo en el trascurso de la tarea: roles que desempeñan los miembros, reacciones, tensiones, inhibiciones, ansiedad, manera de enfocar los problemas, resolución de conflictos, etc. La comprensión del proceso favorece una participación efectiva y oportuna, facilita el logro de objetivos, y permite ayudar a los miembros que en un momento dado lo necesiten.

8. Evaluación Continua. El grupo necesita saber en todo momento si los objetivos y actividades responden a las conveniencias e intereses de los miembros. Para ello se requiere una evaluación o examen continuo que indague hasta qué punto el grupo se halla satisfecho y las tareas han sido cumplidas. Esto permite introducir cambios de acuerdo con el principio de flexibilidad antes expuesto. El propio grupo elegirá las técnicas que considere más apropiadas para realizar esta evaluación.

Téngase en cuenta que estos principios no pueden ser aplicados rigurosamente desde el primer dia de reunión. Ellos significan en cierto modo una de las metas del grupo: Realizar una acción positiva dentro del sistema más adecuado. La maduración del grupo se irá logrando progresivamente a medida que estos principios alcancen su más plena vigencia. Recuérdese que, como dice Gibb, "Los miembros de un grupo no nacen: Se hacen"

C. Influencia del Grupo sobre el Individuo

Desde el momento de su nacimiento el individuo pertenece a un grupo, la familia, y recibe de él poderosas influencias a la vez que él mismo lo modifica sustancialmente. Porque el individuo no es una parte o unidad más que se suma a las partes existentes, sino un factor que altera de alguna manera el conjunto, la totalidad, la estructura colectiva.

Es ya sabido hasta qué punto la influencia del grupo familiar determina el esquema de comportamiento del individuo en las demás situaciones grupales de su infancia o de su vida futura. El hecho es que el aprendizaje de la vida social que comienza en la familia, se continúa luego en el seno de otros pequeños grupos de vínculos emocionales menos intensos y más amplios, tales como el grupo de amigos, de escuela, de tareas, de recreación, de trabajo, etc.

"La sicología moderna -dice Homans- sostiene que la conciencia, representante de las normas del grupo en el individuo, no es innata sino inculcada en el individuo, como parte del proceso de la educación social"/9, p.333. Esta educación social no se obtiene, empero,

en "la sociedad", concepto general y abstracto, sino en los pequeños grupos de esa sociedad, en los cuales el individuo interactúa de manera real, inmediata y cotidiana. Una buena educación social, tan importante para el equilibrio y el crecimiento espiritual del individuo, dependerá pues de las oportunidades que se le ofrezcan para participar en grupos, y de las características y calidades que tales grupos posean. "La capacidad para la vida en grupo se aprende a su vez en los grupos: Si éstos no son sanos el aprendizaje sufrirá un desmedro" /9, p.334.

Dentro del campo educacional la influencia del grupo sobre los individuos se manifiesta en diversos aspectos, concernientes tanto al aprendizaje intelectual como a la vida emocional. Expondremos algunos de esos aspectos tomados de la enumeración realizada por W. O. Trow y otros:/16.

> "Las actitudes de un individuo están ancladas en los grupos a que pertenece... Es más fácil cambiar muchas actitudes produciendo cambios en algunas propiedades del grupo que enseñando directamente a los individuos".
>
> "La conducta y las creencias de los alumnos están condicionadas en gran medida por los pequeños grupos que se forman dentro de un aula -tales como las camarillas de amigos-, y los grupos de cohesión que existen dentro de la escuela".
>
> "En algunos casos resultará ventajoso interpretar el fracaso en el aprendizaje como resistencia al cambio". Quienes participan en una discusión de grupo aprenden mucho más, con mayor rapidez y mucho menos hostilidad y resentimiento para con las personas que los inducen a realizar ese cambio.
>
> "Cuando se está frente a una frustración, los grupos altamente cohesivos actúan hacia la meta del grupo manteniendo su esfuerzo con vigor y eficacia mucho mayores que los grupos de menor cohesión."
>
> "El entrenamiento de las personas para una acción social eficaz, tal como el desempeño en la escuela o el servicio cívico, puede llevar a una mayor efectividad del esfuerzo de los educandos si son miembros de un grupo al que se entrena para trabajar como tal, que si son simplemente individuos en situación de audiencia".
>
> "La cuantía de la interacción entre los estudiantes de una clase está determinada en parte por factores grupales".

"Cuando los miembros compiten por sus propias metas individuales que hacen imposible el esfuerzo cooperativo, se hace difícil la comunicación de las ideas, la coordinación de los esfuerzos y sufre la amistad y el sentimiento de pertenencia al grupo, que son básicos para la armonía y la efectividad de la clase"

"El clima o estilo de vida del grupo puede tener una influencia importante sobre la personalidad de sus miembros. Un estilo de vida del grupo puede desarrollar individuos tramposos, hostiles, sumisos, sin capacidad creadora; otro podrá producir seres que van a la deriva, confusos, sin objetivos, envidiosos; y otro, finalmente, podrá moldear personas con espíritu de grupo, cooperadoras, flexibles, que conocen sus fines y respetan al prójimo".

Asimismo, los propios educadores están sometidos a las influencias derivadas de distintos grupos dentro del ambiente escolar."Los maestros -dice Roger Baker- deben ser muy sensibles a las variadas demandas de una cantidad de grupos relativamente independientes: Sus clases, sus colegas, sus administradores, sus comunidades"/15, p. 205 .

En verdad, siendo como es tan evidente la importancia de la presión de los grupos dentro del campo educacional, resulta extraño que no haya existido hasta el presente una mayor preocupación científica por el estudio de este fenómeno sico-social.

D. Las Técnicas de Grupo

1. ¿Qué son? Las investigaciones realizadas en el campo de la Dinámica de grupo han permitido establecer un cuerpo de normas prácticas o "conocimientos aplicados", útiles para facilitar y perfeccionar la acción de los grupos. Algunos llaman a esta tecnología "Dinámica de grupo aplicada". Pero como lo expresan M. y H. Knowles, "al tratar de comprender la dinámica de grupo es necesario distinguir entre el cuerpo de conocimientos básicos y la tecnología que de los mismos se deriva/11, p.13 .

Las técnicas de grupo, por lo tanto, son maneras, procedimientos o medios sistematizados de organizar y desarrollar las actividad de grupo, sobre la base de conocimientos suministrados por la teoría de la Dinámica de grupo.

Dicho de otro modo: "Los medios, o los métodos, empleados en situaciones de grupo para lograr la acción del grupo, se denominan técnicas grupales"/4, p.131 .

Las técnicas de grupo constituyen procedimientos fundados científicamente y suficientemente probados en la experiencia. Esta experiencia es la que permite afirmar que "una técnica adecuada tiene el poder de activar los impulsos y motivaciones individuales y de estimular tanto la dinámica interna como la externa, de manera que las fuerzas puedan estar mejor integradas y dirigidas hacia las metas del grupo", /4, p,39.

Tal como se ha dicho en la primera parte de este libro, las técnicas otorgan estructura al grupo, le dan una cierta base de organización para que el grupo funcione realmente como tal; puesto que no hay grupo que pueda operar si no crea una mínima organización interna. De ahí la necesidad de conocer y utilizar las técnicas adecuadas cuando se aspira a trabajar provechosamente con los grupos.

Pero también hemos de advertir sobre el riesgo de considerar que el uso de una técnica basta por si sólo para obtener el éxito deseado. Tal como ocurre con los métodos didácticos (y los docentes conocen bien este problema), las técnicas tendrán siempre el valor que sepan trasmitirle las personas que las utilizan. Como cualquier otro método, las técnicas de grupo han de ser "vivificadas" por el espíritu creador de quien las maneje: Su eficacia dependerá en alto grado de su habilidad personal, de su buen sentido y don de la oportunidad, de su capacidad creadora e imaginativa para adecuar en cada caso las normas a las circunstancias y conveniencias del momento (el aquí y ahora).

Las técnicas de grupo, e insistimos en la comparación con los métodos didácticos, no deben ser consideradas, como fines en si mismas, sino como instrumentos o medios para el logro de la verdadera finalidad grupal: beneficiar a los miembros y lograr los objetivos del grupo. Como dice Thelen: "una técnica no es por si misma ni buena ni mala; pero puede ser aplicada eficazmente, indiferentemente, o desastrosamente..."/15,p.170.

Así consideradas en su justo valor, las técnicas de grupo facilitarán en gran medida la tarea de los conductores de grupos y darán a estos la estructura indispensable para el mejor logro de sus finalidades.

2. Como elegir la técnica adecuada. Las diversas técnicas de grupo poseen características variables que las hayan aptas para determinados grupos en distintas circunstancias. La elección de la técnica adecuada en cada caso corresponde generalmente al conductor del grupo, salvo cuando el grupo es lo suficientemente maduro para decidir por si al respecto.

Para seleccionar la técnica más conveniente en cada caso habrá que tomar en consideración los siguientes factores:

a. Según los objetivos que se persigan. Las técnicas de grupo varían en su estructura de acuerdo con los objetivos o metas que un grupo pueda fijarse. Hay técnicas especialmente elaboradas para promover el intercambio de ideas y opiniones (Discusión); las hay para lograr entrenamiento en la toma de decisiones (Estado Mayor); otras favorecen el aprendizaje de conocimientos (Entrevista); otras facilitan la comprensión vivencial de situaciones (Role-playing); otras promueven rápidamente la participación total (Phillips 66); otras tratan de desarrollar el pensamiento creador (Torbellino de ideas); otras, en fin, promueven las actitudes positivas (Riesgo), la capacidad de análisis (Estudio de casos); etc.

Así, pues, la elección ha de hacerse considerando los requerimientos propios de la finalidad que se busca. Para lo cual es necesario que dicha finalidad haya sido claramente establecida previamente.

b. Según la madurez y entrenamiento del grupo. Las técnicas varían en su grado de complejidad y en su propia naturaleza. Algunas son fácilmente aceptadas por el grupo y otras provocan al principio ciertas resistencias por su novedad, por ser ajenas a los hábitos y costumbres adquiridos, por promover actitudes poco desarrolladas, etc. Para los grupos nuevos, no experimentados en la actividad grupal, convendrá, pues, seleccionar aquellas técnicas más simples, más acordes con las costumbres de los miembros del grupo, en fin, menos "revolucionarias". Así, por ejemplo, teniendo en cuenta que nuestros estudiantes en general (¿y los adultos?) están más predispuestos en una reunión a "asistir escuchando" que a "actuar participando", deberá comenzarse con técnicas que exijan poca participación activa de los miembros (Mesa redonda, Panel) evolucionando progresivamente hacia técnicas de mayor participación (Phillips 66, Comisión); a medida que aumenta el entrenamiento, la experiencia, o sea la madurez del grupo.

c. Según el tamaño del grupo. El comportamiento de los grupos depende en gran medida de su tamaño. En los grupos pequeños (hasta 15-20 personas) se da una mayor cohesión e interacción, existe más seguridad y confianza, las relaciones son más estrechas y amistosas, se llega más fácilmente al consenso, y los miembros disponen de más oportunidades y tiempo para intervenir. En estos grupos podrán utilizarse con éxito técnicas tales como Debate dirigido, Pequeño grupo de discusión o Estudio de casos. Estos grupos son más aptos para el uso de técnicas informales y permisivas.

En los grupos grandes, en la medida de su amplitud, se dan las características opuestas a las citadas: Menor cohesión e interacción, mayor intimidación, etc. Es corriente que estos grupos se subdividan espontáneamente en subgrupos o corrillos o camarillas (tal como ocurre en las clases escolares). Por ello la conducción de un grupo grande exige mayor capacidad y experiencia por parte del conductor. Este deberá comenzar por elegir aquellas técnicas más adecuadas para este tipo de grupo,

ya sea por su formalismo o por estar basadas en la subdivisión en pequeños grupos, tales como las que involucran la presencia de expertos (Simposio, Panel); o las que establecen subgrupos (Phillips 66, Seminario, Cuchicheo). Posteriormente podrán utilizarse técnicas menos formales, como el Foro.

d. Según el ambiente físico. Cuando se elige una técnica deben tenerse en cuenta las posibilidades reales de local y de tiempo. Ciertas técnicas requieren un local amplio que permita la actuación de un grupo numeroso (Foro), o la labor simultánea de varios pequeños grupos (Gabinete, Phillips 66). Unas técnicas llevan más tiempo que otras, y el tamaño del grupo incide también sobre las necesidades de tiempo. Este factor deberá tenerse en cuenta, pues la tarea de un grupo se resiente cuando se actúa bajo la presión del "cierre del local", o el "tenemos que irnos".

Por otra parte, algunas técnicas requieren el uso de elementos auxiliares: pizarrón, láminas, gravador, mesas, escenario, altoparlantes, etc. La disponibilidad de éstos elementos afectará también la selección de las técnicas.

e Según las características del medio externo. Existen ciertas circunstancias externas al grupo en si de tipo humano y generalmente difusas, que de alguna manera influyen sobre el éxito o el fracaso de una técnica. Se trata del ambiente o clima sicológico de la institución o medio donde ha de desarrollarse la tarea del grupo (medio externo, dinámica externa, grupos de referencia). Cualquier innovación, cualquier actividad que venga a romper los hábitos y costumbres establecidos, o con la rutina, necesita para lograr imponerse contar con la aprobación o con la aceptación del medio en el cual se pretende introducir. Esto no es un fenómeno específico de las técnicas de grupo, como todos sabemos. Por otra parte ocurre en todas las instituciones, y quizá en mayor medida en el ambiente escolar, atado más que otros a tradicionalismos y normas conservadoras. (Volveremos sobre ésto más adelante).

Por estas razones, una vez logrado el clima de aceptación en el ambiente escolar (autoridades, colegas, padres, alumnos), será conveniente, para comenzar, elegir aquellas técnicas que más asemejan al tipo de actividades conocidas ya aceptadas en la escuela, tales como el Debate dirigido, el Seminario, el pequeño grupo de discusión, o las técnicas en las que intervinen expertos.

También será oportuno tener en cuenta el tipo de objetivos que se propongan para las primeras reuniones de grupo. El medio escolar suele estar dispuesto a aceptar lo que pueda considerarse una tarea de enseñanza y aprendizaje dentro de los cánones establecidos para estos conceptos (aprender conocimientos). Será en cambio

menos ductil para comprender la importancia y el valor educativo del desarrollo de ciertas actitudes ó conductas que hacen a la personalidad de los alumnos y que no tienen lugar en el "boletín" (capacidad creadora, toma de decisiones, responsabilidad, comunicación, autonomía, seguridad, iniciativa, etc.). Por lo tanto, en un principio serán mejor aceptados el Seminario o la Entrevista, que el Estado mayor o el Roleplaying.

f. Según las características de los miembros. Los grupos varían, claro está, de acuerdo con las características de sus miembros: Edades, nivel de instrucción, intereses, espectativas, predisposición, experiencias, etc. Los grupos serán distintos en el nivel primario, secundario y superior; en la educación de adultos o en los cursos de capacitación de una empresa; en los medios castrenses, religiosos o gremiales. Así, por ejemplo, la Técnica del riesgo será más adecuada en grupos de mayor edad; el debate dirigido en grupos más jóvenes; un grupo de miembros inteligentes y entusiastas desarrollará con éxito el torbellino de ideas o el Role-playing y el Laboratorio del rumor o el Phillips 66 despertarán el interés de un grupo indiferente o apático, mucho más que el Seminario o el Simposio.

g. Según la capacitación del conductor. El uso de las técnicas de grupo requiere el estudio analítico de las mismas y el entrenamiento o experiencia en su aplicación. Quien desee utilizar estas técnicas deberá comenzar por las más sencillas en su estructura (ejemplo Phillips 66) y a la vez más parecidas a las técnicas o métodos comunes en la enseñanza (Discusión guiada, Seminario, Simposio). Mediante estas experiencias el conductor del grupo se sentirá cada vez mejor capacitado para afrontar las técnicas más complejas o novedosas. Por otra parte, el conductor quedará siempre en libertad de elegir aquellas técnicas que considere más afines con sus propias aptitudes y posibilidades, ya que la aplicación de las mismas requiere, como fue dicho, creatividad, imaginación, destreza, flexibilidad, aunque en distinta medida.

Es importante conocer bien el valor y el mecanismo de la técnica, y actuar con prudencia en los comienzos de su aplicación siguiendo las normas establecidas para el procedimiento. Luego la propia experiencia irá indicando los eventuales cambios que convenga hacer para adaptarla a determinadas situaciones. Por otro lado, se requiere un buen conocimiento del grupo de sus miembros, sus intereses, modalidades, necesidades, valores y objetivos*. De la medida en que el conductor del grupo se halle capacitado en todos estos aspectos, dependerá tambien la elección de la técnica.

---

* Dos cosas se necesitan al elegir las técnicas: 1) El conocimiento de la dinámica de la técnica misma; y 2) El conocimiento de los objetivos y valores del grupo. El conocimiento de los valores ayudará materialmente a lograr la comprensión de la dinámica de una técnica particular, y de las clases de fuerzas dentro del grupo que ella pone en juego de la manera positiva (o negativa), en determinadas condiciones. Es importante conocer estas dinámicas. De otro modo el maestro puede caer en la trampa de creer que algunas técnicas son "buenas" per se, olvidando que una técnica aportará algo al grupo sólo cuando sea capaz de movilizar las fuerzas positivas presentes en el grupo en este momento..."/16, p.26.

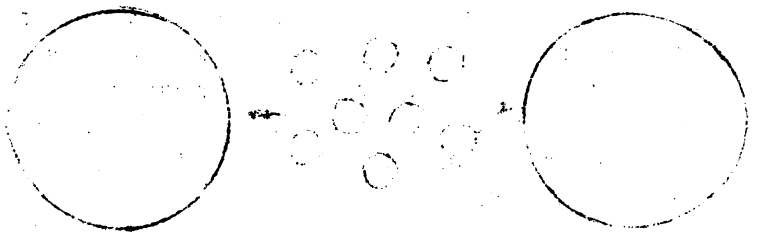
3. Integración de las técnicas. Las diversas técnicas del grupo, que más adelante se describen por separado, admiten ser utilizadas en forma complementaria, integrandose recíprocamente en el desarrollo de una reunión o actividad del grupo. Veamos algunos ejemplos.

a. Todas Las técnicas en las cuales intervienen expertos (Simposio, Mesa Redonda, Panel, Entrevista, etc.), pueden ser seguidas por otras técnicas más participativas, tales como: Foro, Pequeño Grupo de Discusión, Phillips 66, Cuchicheo, etc.

b. Durante el desarrollo de una técnica puede intercalarse otra más adecuada para ciertos problemas. En un Debate dirigido, la intercalación de un Phillips 66 puede ser útil para esclarecer situaciones o conocer rápidamente opiniones o sugerencias, o activar interés algo decaído; la Técnica del riesgo puede conducir a veces al Role-playing de una situación supuesta; un Foro puede resolver dividirse en subgrupos para trabajar en forma de Comisiones; etc.

c. Es corriente que en un momento dado un grupo grande vea la necesidad de discutir un tema o problema en forma más detenida y con participación más amplia. En tales casos el grupo grande se divide en subgrupos utilizando las técnicas de éste tipo (Cuchicheo, Phillips 66, Comisión, etc.). Luego el grupo grande se integra nuevamente con el fin de recibir y discutir los aportes de los subgrupos y llegar a conclusiones o decisiones de conjunto. En estos casos el mecanismo es:

Grupo grande → Subgrupos → Grupo grande



En la clase escolar, por ejemplo, este tipo de procedimiento suele dar muy buenos resultados. Pueden usarse allí, entre otras, las siguientes combinaciones:

Foro	→	Phillips 66	→	Foro
Debate dirigido	→	Comisiones	→	Debate dirigido
Diálogo o entrevista	→	Cuchicheo	→	Debate dirigido
Grupo de discusión	→	Gabinete	→	Grupo de discusión
Película	→	Phillips 66	→	Foro
Conferencia	→	Phillips 66	→	Debate dirigido

E. Algunas Normas Generales

Cada una de las técnicas de grupo que se describen más adelante posee sus propias reglas específicas derivadas de su naturaleza particular. No obstante, pueden establecerse ciertas normas de carácter general sustentadas en las leyes de la Dinámica de grupo, que las comprenden a todas ellas. Entre tales normas figuran las siguientes, que resumen en cierto modo lo dicho hasta aquí.

1. Quien se proponga utilizar las técnicas de grupo, debe conocer previamente los fundamentos teóricos de la Dinámica de grupo.

Las técnicas de grupo no son un frío "folleto de instrucciones" que pueden seguirse mecánicamente. Tal como sucede con los métodos didácticos, requieren una formación teórica básica y una capacitación adecuada que permitan comprender e interpretar el valor y sentido de las propias técnicas, y utilizarlas con criterio científico dentro de la flexibilidad exigida por la natural variabilidad de las circunstancias.

2. Antes de utilizar una técnica de grupo debe conocerse suficientemente su estructura, su dinámica, sus posibilidades y sus riesgos.

Esto se logrará mediante el detenido estudio de la técnica antes de llevarla a la práctica

3. Debe seguirse en todo lo posible el procedimiento indicado en cada caso.

Sólo cuando el conductor del grupo posea una experiencia suficiente podrá intentar adaptaciones o cambios justificados por las circunstancias.

4. Las técnicas de grupo deben aplicarse con un objetivo claro y bien definido.

Los miembros del grupo, y mucho más su conductor, han de saber qué se proponen al utilizar una técnica. El grupo no debe reunirse "porque sí", ni "para usar la técnica", sino movido por un interés común hacia un objetivo para el cual la técnica sea un buen instrumento.

5. Las técnicas de grupo requieren una atmósfera cordial y democrática.

Por su propia naturaleza estas técnicas no pueden funcionar en un ambiente autoritario, hostil, competitivo, agresivo, o donde exista riesgo de sanciones o controles latentes. El "crecimiento" de los miembros necesita un margen de informalidad favorable para el desarrollo de la autonomía y la responsabilidad.

6. En todo momento debe existir una actitud cooperante.

Esta actitud de todos los miembros, y aun más del conductor, es indispensable para la existencia del grupo. La actitud competitiva divide, separa, aleja, promueve el individualismo y anula la interacción que es la vida del grupo.

7. Debe incrementarse en todo lo posible la participación activa de los miembros.

Esta tarea corresponde especialmente al conductor o líder, quien tendrá en cuenta que la participación depende mucho más del clima que haya creado en el grupo, que de los estímulos directos a los remisos.

8. Los miembros deben adquirir conciencia de que el grupo existen en y por ellos mismos y sentir que están trabajando en "su" grupo.

El grupo no es del conductor o líder, ni de la escuela, sino de todos los miembros que lo forman. Estos deben sentir que no asisten "al grupo de fulano", sino a "nuestro grupo".

9. Todas las técnicas de grupo se basan en el trabajo voluntario, la buena intención y el "juego limpio".

Nadie debe sentir que está en un grupo por obligación. Las motivaciones han de ser espontáneas y legítimas; las actitudes positivas y leales, fundadas en una buena disposición para el trabajo cooperativo.

10. Todas las técnicas de grupo tienen como finalidad implícita:

a. Desarrollar el sentimiento del "nosotros"

b. Enseñar a pensar activamente

c. Enseñar a escuchar de modo comprensivo

d. Desarrollar capacidades de cooperación, intercambio, responsabilidad, autonomía, creación.

e. Vencer temores e inhibiciones, superar tensiones y crear sentimientos de seguridad.

f. Crear una actitud positiva ante los problemas de las relaciones humanas, favorable a la adaptación social del individuo.

g. Permitir el desarrollo de las facultades de los líderes.

ct/IX/26/72

BIBLIOGRAFIA

1. ASCH, S. Psicología social. Buenos Aires, Eudeba, 1962.

2. BALES-ZELDRICH. Diferenciación de roles en los pequeños grupos. Buenos Aires, Instituto de Sociología, 1959.

3. BANY, M.A. y JOHNSON, L.V. La dinámica de grupo en la educación. México, D.F., Aguilar, 1965.

4. BEAL, B. y RAUDABAUGH. Conducción y acción dinámica del grupo. Buenos Aires, Kapelusz, 1964.

5. BOSSING, N.L. Principios de la educación secundaria. Buenos Aires, Eudeba, 1960.

6. FAUNGE, R. y BOSSING, N.L. Desarrollo del plan escolar de núcleo básico. Buenos Aires, Eudeba, 1961.

7. FILLOUX, J.C. Los pequeños grupos. Santa Fe, Universidad Nacional del Litoral, Departamento de Pedagogía Universitaria, 1962.

8. GIBB, J.R. Manual de dinámica de grupos. 2a. ed. Buenos Aires, Humanitas, 1966.

9. HOMANS, G.C. El grupo humano. Buenos Aires, Eudeba, 1963.

10. KLINEBERG, O. Psicología social. México, D.F., Fondo de Cultura Económica, 1963.

11. KNOWLES, H. y M. Introducción a la dinámica de grupo. México, D.F., Letras, 1962.

12. NEWCOMB, T. Manual de psicología social. Buenos Aires, Eudeba, 1964.

13. OLMSTED, M.S. El pequeño grupo. Buenos Aires, Paidós, 1963.

14. SPROTT, W.J. Grupos humanos. Buenos Aires, Paidós, 1963.

15. THELEN, H.A. Dinámica de los grupos en acción. Buenos Aires, Escuela, 1964.

16. TROW, W.C. et al. Psicología de la conducta del grupo; la clase como grupo. In Strang, C. et al. Motivación y diferencias individuales en la escuela. Buenos Aires, Paidós, 1966.

Enfoque de la clase como grupo, su dinamismo interno, y los roles del maestro. (Se recomienda especialmente su lectura).

CONDUCCION DE LA MESA REDONDA

El concepto democrático de conducción dista mucho de la antigua cuando romántica noción de seguir al "hombre que monta el caballo blanco". El que hablemos de conducción en vez de conductor, así lo indica. Esta sociológicamente comprobado que los líderes no solo nacen, sino que también se hacen. Y lo está también que el que alguien sea buen conductor en un campo de la vida no necesariamente implica que lo sea, o pueda dar conducción, en otro. Ejemplo: antes de escalar una montaña buscamos un montañista experto que nos conduzca. Si al hacer un alto en nuestro ascenso la conversación girase a la política, encontraríamos que el excelente montañista es el menos indicado para conducir el pensamiento del grupo por los vericuetos del maquiavelismo. Así es como se ha llegado a pensar de la conducción cómo una función de grupo, en la cual los miembros del mismo alternan como líderes y seguidores Lider democrático es aquel que capacita a su grupo para actuar aficazmente en conjunto. No se cree el "amo", o el "sabelotodo". Sabe que su papel es ayudar a su grupo a encontrar las soluciones que él no está en aptitud de dar. Esta clase de conducción exige mucha pericia, y ésta pericia la podemos aprender, retener y perfeccionar a medida que ejercemos la conducción del grupo.

En esta sección nos ocuparemos de la conducción de los grupos pequeños durante la conferencia. De los grupos de trabajo en que casi todas las conferencias se organizan hoy día, para que los participantes puedan discutir los problemas que allí los reunen. Llamaremos grupos de discusión, en términos generales, a aquellos que constituyen las subdivisiones en que se agrupan los participantes. Cada uno de estos pequeños grupos debe tener también su equipo rectivo de los grupos menores difiere un tanto de la del equipo directivo de la conferencia. Lo componen por regla general un conductor de discusión, un observador y un secretario, pero suele incluir también la colaboración de ayudantes que se encargan de otras funciones cuando se estima conveniente. El tener ayudantes para cada grupo es de suma utilidad cuando el propósito de la conferencia incluye la impartición de adiestramiento en conducción.

Tres funciones de conducción en el grupo. Lo ideal es que cada una de estas funciones las desempeñe por turno cada uno de los participantes. Cuanto más cada miembro del grupo sienta y acepte su responsabilidad en la resolución conjunta de sus problemas, mayor será la eficacia con que los resuelva. La tarea más valiosa que desempeña el conductor, tal vez lo sea la de ayudar a los participantes a compartir esa responsabilidad haciéndoles ver que no es él, sino el grupo en conjunto que aporta la resolución del problema en cuestión. Sólo acumulando las ideas y aptitudes colectivas al analizar la experiencia de los participantes, podrá el grupo explotar la ventaja de aprovechar el pensamiento de la multitud -lo cual, según generalmente se admite, es mejor que el pensamiento de uno solo -aun cuando este reciba el nombre de lider. Es por ello que afirmamos que el grupo o conferencia más eficaz tiene que ser aquél o aquella en que las funciones de conducción sean consciente y deliberadamente compartidas por todos.

El papel de cada miembro de grupo de trabajo o discusión se describe suscitamente a continuación

1. Cada Miembro

   a. Asume la responsabilidad fundamental de decidir cuáles son los problemas concretos y la forma de trabajar en grupo.

   b. Aporte ideas y sugerencias relacionadas con los problemas.

c. Procura ayudar al grupo o progresar eficazmente hacia la resolución de cada problema a medida que este se va discutiendo

d. Escucha con atención y trata de retener las ideas útiles y los pensamientos claros.

e. Exige que se aclaren los hechos, opiniones, datos generales, etc., siempre que lo estime necesario.

f. Observa el proceso de la discusión y sugiera la forma de mejorar los métodos.

g. Asume la responsabilidad que sea necesaria para ayudar al grupo a llegar a una resolución valiosa y práctica.

2. El Conductor.

a. Ayuda al grupo a elegir los problemas fundamentales.

b. Ayuda al grupo a fijar las reglas o los procedimientos conducentes a estimular la libre discusión, pero sin permitir repeticiones ni discusión trivial

c. Ayuda al grupo a elegir entre las posibles resoluciones que el problema admita.

d. Hace que todo el mundo participe

e. Procura arrastrar a la discusión a los asistentes "tímidos" y mantiene a raya e impide que los que se creen "sabelotodo" acaparen la discusión.

f. Determina la posible contribución de los miembros

g. Ayuda a otros miembros a luchar por los intereses del grupo.

3. El Secretario.

a. Lleva el registro corriente de los principales problemas, intervenciones, hechos y acuerdos, a medida que estos van teniendo lugar.

b. Hace de vez en cuando, o cuando lo estime necesario, o cuando se le solicite, el sumario de los puntos discutidos o los informes para el grupo.

c. Consulta con el grupo sobre la clase de informe definitivo que se ha de rendir

d. Prepara el informe con la colaboración del grupo o de los miembros elegidos para ello.

e. Informa del progreso del grupo a las sesiones de aclaración; y

f. Rinde el informe final del grupo a la comisión de planeamiento

4. El Observador.

a. Ayuda al grupo a observar y evaluar su propio proceso, sin perder de vista el meollo de la discusión.

b. Ayuda al grupo a precisar la forma de evaluar su propio proceso, esto es, a decidir si se ha logrado algo con las discusiones.

c. Informa al grupo de sus observaciones en cuanto al estado de cosas tales como:

-La creación y claridad de tales metas y problemas
-El progreso que han hecho hacia las metas
-Los procedimientos y técnicas que se están empleando
-La cuantía y naturaleza de la participación
-La calidad de la comunicación
-La atmósfera o sensación del grupo
-La capacidad colaboracionista del grupo
-La eficacia de la dirección
-Los papeles de los miembros, y
-Las reacciones mutuas entre ellos.

5. El Asesor (O Ayudante del Líder)

a. Ayuda a que todos los miembros se conozcan entre si

b. Funge como anfitrión oficial en cada una de las sesiones

c. Alienta a los remisos para que participen en la conferencia

d. Ayuda a atenuar los conflictos que pudieran suscitarse en el grupo

e. Ayuda, en general, a mantener el espíritu de unidad y la homogeneidad y solidaridad del grupo.

Lo que importa sobremanera es que cada uno de los miembros del grupo asuma igual responsabilidad que los demás, si en realidad se quieren alcanzar los fines.

Existen la creencia de que la forma de conducción democrática que venimos describiendo en reciente, pero no es así. Leo Tsé, que significa "viejo filósofo", vivió hace casi de 2.500 años, y se expresaba de los líderes, así:

Líderes de primera
El pueblo sabe quiénes son
Estima y loa al segundo de primera
Teme al tercero de primera
E injura al cuerto de primera
Los hay que cuentan con la fe del pueblo
Y en quiénes el pueblo pierde la fé
Estos recurren con presteza a la recriminación
Más cuando los líderes de primera han hecho su tarea
Concluído su labor
El pueblo -que son ellos- exclama:
¡Es nuestra obra, nuestro trabajo es!

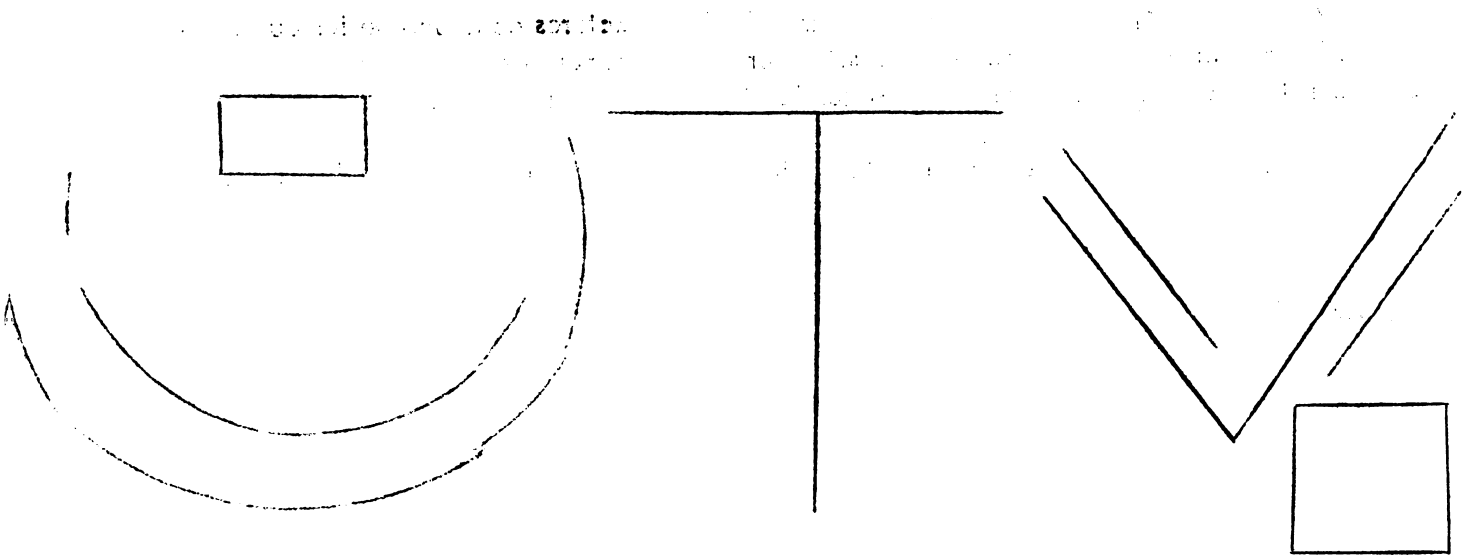
Llegar a ser "líderes de primera" como éstos, es la finalidad de cuantos trabajamos para el mejoramiento y desarrollo de la comunidad.

Para el estudio de este material, vea usted la sección dedicada a las obras de consulta.

ct/IX/26/72

FUNCIONAMIENTO DE LA MESA REDONDA

1. Se colocan las personas en forma de semi-círculo, en forma de T, en forma de V, o en forma de Cuadro, de conformidad con los dibujos siguientes:



2. Se llevan al frente de cada mesa y en forma visible, los nombres abreviados y un apellido completo.

3. Se constituyen dos grupos, el grupo A, como participantes y el grupo B, como observadores.

4. Horario para sesiones de trabajo (clima cálido) 06:55 a 07:45 - 07:50 a 08:40 primera sesión para el grupo A. De las 10:10 a las 11:00 y de las 11:10 a las 12:00 segunda sesión para el grupo B., el cual pasa a ocupar la condición de participante.

5. Se pide a los integrantes, uno a uno se pongan de pie y digan:

a) Su nombre
b) La organización a la que pertenecen
c) Lugar donde trabaja
d) Personas bajo su cargo

6. Se distribuye una tarjeta blanca para que los participantes registren los siguientes datos:

a) Nombre
b) Tiempo de servicio en la Empresa
c) Edad
d) Clase de organización a la cual pertenece

e) Número de personas que tiene que mandar
f) Educación formal
g) Especialidad

7. La reunión se lleva a cabo por parte de dos directores cada uno de los cuales dicta dos horas. El grupo permanece en un sitio durante la primera etapa y luego cambian de sitio con los restantes para terminar la segunda etapa. La reunión se realiza en dos etapas.

8. A cada uno de los participantes se le entrega una copia del material a tratar.

ct/IX/26/72

BIBLIOGRAFIA

1. ALLEE, R.H. Director del Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas de la OEA.

2. GUY POWERS, D. Orador y comentarista de la "Mutual Boradcasting System," New York, Estados Unidos.

3. BOROSAGE, L. Adiestramiento en dinámica de grupos (ADECO) Instituto Interamericano.

4. HALLER, A. Michigan State University Michigan, Estados Unidos.

5. REGLAMENTO DE debates para reuniones especiales. Unión Panamericana, Washington 6 D.C.

6. CENTRO REGIONAL DE AYUDA TECNICA. MEXICO. Agencia para el Desarrollo Internacional (AID) "La clave del éxito en un comité".

7. CONFERENCIAS SOBRE el planeamiento de las conferencias (AID).

8. DIRECCION DE una conferencia. Centro Regional de Ayuda Técnica (AID)

9. CONDUCCION DE conferencias. Sección de entrenamiento de la Esso Colombiana.

10. HERNANDEZ V., JG. Manual de ayudas audiovisuales y material didáctico. Editorial Stella, Bogotá.

ALGUNAS OBSERVACIONES SOBRE LA DIFUSION DE INNOVACIONES

David Cuéllar

Introducción

Quienes nos dedicamos al estudio o a la ejecución de programas de cambio, usualmente encontramos problemas que no podemos explicarnos dento del marco de las teorías que conocemos y que utilizamos para facilitar nuestro trabajo. Tratamos de introducir innovaciones con planes, cuidadosamente elaborados y llevados a la acción y muchas veces nos fracasan, o son aceptados parcialmente a pesar de nuestros cálculos y de nuestro optimismo. Qué pasa entonces, en qué fallamos, por qué se dificulta el cambio si hemos seguido de cerca las recomendaciones de los profesores y de los libros en nuestro trabajo?

Creo que cada fracaso nuestro nos dá numerosos elementos para explicarnos el por qué fallamos. Basado en algunas experiencias propias y en la de numerosos comunicadores y extensionistas con quienes hemos analizado con algún detalle experiencias propias, quisiera proponer un replantamiento de la Teoría de Difusión de Innovaciones comunmente aceptada entre nosotros. Para facilitar el estudio tomaré como base la teoría expuesta por Everett M. Rogers en su obra "Elementos del Cambio Social en América Latina, Difusión de Innovaciones" por cuanto es muy utilizado por los agentes de cambio.

A. El Proceso de Difusión de Innovaciones

Rogers /3, p. 27 presenta el proceso de la difusión de innovaciones compuesto por cuatro elementos cruciales: (1) La innovación (una idea que los individuos perciben como nueva). (2) Su comunicación de un individuo a otro. (3) El sistema social en que ocurre, y (4) El tiempo que toma desde el momento en que aparece en un sistema social hasta que es adoptada.

1. La innovación. Los difusionistas afirman que un elemento importante en los procesos de difusión y adopción, es la innovación misma. "Las características de una innovación tal como son percibidas por los individuos de un sistema social, afectan su rata de adopción" Rogers /3, p.p. 151-152. Las características propias de la innovación que más afectan el proceso de difusión y adopción son la "ventaja relativa", "compatibilidad", "complejidad", "divisibilidad" y "comunicabilidad".

a. Ventaja relativa. "Es el grado en el cual una innovación es superior a la idea que reemplaza". "La rentabilidad considerada como la diferencia entre el producto económico derivado de la adopción de una innovación y el costo de ella, es una dimensión de la ventaja relativa".

b. Complejidad. "Las nuevas ideas que son relativamente simples de entender y aplicar, serán aceptadas, en general, más rápido que aquellas ideas complejas". Por ejemplo, el aumento en la aplicación de fertilizantes, tiene probabilidades mayores de aceptarse, que una innovación en métodos de aplicación.

c. Comunicabilidad. "Es el grado en el cual pueden divulgarse a los demás los resultados de una innovación". Por ejemplo, el riego artificial es una práctica altamente visible; por ejemplo, en el caso contrario, algunos venenos para ratas matan a los roedores en sus madrigueras y los agricultores no pueden observar ni evaluar fácilmente los resultados. Mientras más visible sea la práctica y sus resultados, más rápida será su adopción.

d. Divisibilidad. "Es el grado en el cual puede ensayarse una innovación sobre base limitada". Prácticas, tales como aplicación de fertilizantes, diferentes análisis de fertilizantes, aditivos para alimentos, matamalezas o variedades de semillas pueden ensayarse en base a muestras y los resultados se comparan con aquellos obtenidos previamente. Por el contrario, los tanques para leche y salas de ordeño no pueden experimentarse fácilmente en pequeña escala. Una práctica que puede ensayarse en pequeña escala generalmente se adopta más rápidamente que aquella que no puede ensayarse en esta forma.

e. Compatibilidad. "Es el grado en el cual una innovación es consistente con los valores actuales y las experiencias pasadas de los adoptantes". Una nueva idea o práctica que sea consistente con las ideas y creencias existentes en la comunidad, será aceptada más rápidamente que aquella que no lo es. Por ejemplo, un agricultor que crea que gana prestigio con la siembra en surcos derechos, puede ser lento en aceptar la siembra en curvas de nivel porque su práctica es subestimada en su sistema social. Los agricultores que han aceptado las semillas de maíz híbridos y quienes están más familiarizados con el concepto de vigor híbrido, están más dispuestos a aceptar cerdos y pollos híbridos.

2. La comunicación. La comunicación se plantea como el proceso en el cual un individuo "A", que conoce la innovación, la da a conocer a un individuo "B" que todavía la ignora Rogers/3, pp. 185 enfoca el aspecto de fuentes de comunicación y lo relaciona con las categorías de adoptantes. Rogers sugiere las siguientes generalizaciones.

a. "Las fuentes impersonales de información son más importantes para los relativamente primeros adoptantes de innovaciones".

b. "Las fuentes de información cosmopolitas son mas importantes para los relativamente primeros adoptantes que para los últimos".

c. "Los primeros adoptantes utilizan fuentes de información que están en más íntimo contacto con el orígen de las nuevas ideas que los últimos adoptantes".

d. "Los primeros adoptantes utilizan un mayor número de diferentes fuentes de información que los últimos adoptantes".

3. El sistema social. El sistema social es definido como "una población de individuos que se hallan funcionalmente diferenciados y comprometidos en la solución de problemas atañaderos a la conducta colectiva", es decir, "todos los miembros cooperan por lo menos, en la medida en que tienen algún problema colectivo cuya solución buscan. Las decisiones de innovar pueden ser individuales o de grupo. Tales decisiones están afectadas por las normas del sistema social y la posición de los individuos en la estructura social".

Rogers/3, p. 45 fundamenta la necesidad del cambio social en la explicación del desarrollo económico expuesta por Rostow. Este autor ve el proceso de desarrollo económico como una serie de etapas y asume que lo que marca la diferencia entre una sociedad vigorosamente tradicionalista y otra en la cual se realizan cambios sociales y desarrollo económico es un cambio en las normas y valores sociales.

> "Una norma se define como un modelo, o patrón de conducta dentro de un sistema social. En un sistema, las normas pueden ser tradicionales y desalentar la adopción de nuevas ideas; o pueden ser modernas y estimular el uso de las innovaciones".

Rogers/3, p. 61 caracteriza, en términos generales, un sistema social con normas tradicionales como uno en el cual existen: (1) una técnica menos desarrollada o compleja. La ocupación predominante es la agricultura de subsistencia; (2) alfabetismo y educación se hallan a un nivel relativamente bajo. La comunicación de boca en boca prevalece sobre los medios de trasmisión en masas; (3) escasa comunicación de los miembros del sistema social con los forasteros. La mayoría de los individuos son mas localistas que cosmopolitas; (4) carencia de economía racional. Las relaciones primarias de grupo, tales como la amistad y la hospitalidad son altamente apreciados como fines en sí mismas más que como medios para obtener fines; (5) carencia de capacidad para asumir el papel de los demás, particularmente cuando se trata del papel de personas ajenas al sistema. El tradicionalista no trata nuevos individuos, ni reconoce nuevos

papeles, ni aprende nuevas relaciones sociales como lo hace el modernista. En el sistema tradicional, los individuos sólo desempeñan usualmente un papel, nunca aprenden otros y rara vez saben cómo se aprenden".

Por comparación, Rogers/3 caracteriza un sistema social moderno como lo opuesto al tradicional: "el sistema social con normas modernas está más desarrollado técnicamente, es cosmopolita, ilustrado, racional y capaz de asumir al ser ajeno".

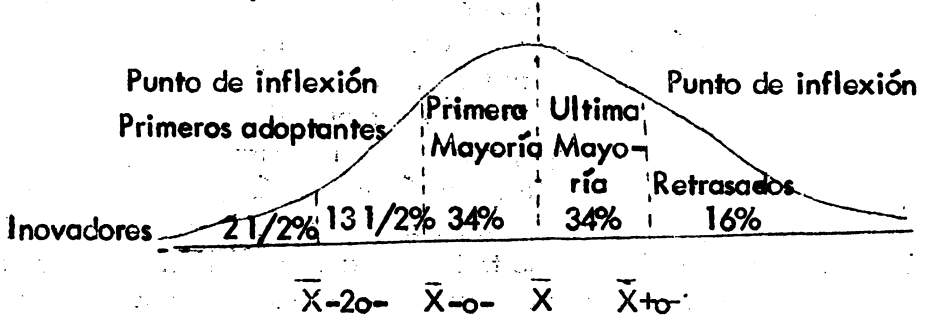
4. El tiempo. Para Rogers, /3 el tiempo afecta el proceso de difusión básicamente en dos sentidos, uno en el proceso de adopción en el cual un individuo pasa de la primera información acerca de una innovación a su adopción final y otro en el proceso en el cual la innovación pasa del primer miembro del grupo en conocerla hasta los últimos miembros del sistema social.

Este último proceso ha dado lugar a una clasificación de los individuos de un sistema social de acuerdo al tiempo relativo que tarden en adoptar una innovación. Esta clasificación es llamada "categorías de adoptantes". El criterio que preside la categorización de los adoptantes es el de la "capacidad de innovación", que es el grado en el cual un individuo se anticipa a adoptar nuevas ideas, relativamente a los otros miembros de sus sistema social. Es evidente, pues, que la capacidad de innovación es un concepto "relativo". En un sistema social, unos tienen mayor o menor capacidad de innovación que otros, por tanto es esencial especificar el sistema social cuyos miembros se están clasificando sobre la base de aquella capacidad.

Rogers/3, p. 165 plantea que se ha demostrado que la distribución de los adoptantes en el tiempo es normal o se halla muy próxima a la normalidad. Si a partir de la media se toma las desviaciones standard se puede dividir la población en cinco porciones. Los individuos comprendidos en cada una de estas áreas conforman los llamados innovadores, primeros adoptantes, primera mayoría, última mayoría y retrasados respectivamente, (ver figura 1).

Figura No. 1

Categorización de los adoptantes sobre la base de tiempo relativo de adopción de las innovaciones



Tiempo de adopción de las innovaciones

Si se estudian los individuos de cada categoría, se pueden establecer "tipos ideales" en cada categoría, tipos que son el promedio de todas las observaciones hechas sobre cada categoría de adoptantes, pudiéndose hallar excepciones. En la Tabla 1, se encuentra un resumen de los tipos ideales, tomado del artículo "adoptadores de nuevas ideas agrícolas"/1 y que Rogers/3 sintetiza así:

Innovadores	arrojo
Primeros adoptantes:	respeto
Primera mayoría:	deliberación
Ultima mayoría:	excepticismo
Retrasados:	tradición

B. Problemas del Difusionismo a Nivel Conceptual

Para facilitar el esclarecimiento de algunos problemas en la teoría difusionista vamos a seguir la organización que da Rogers, es decir, los elementos del proceso de difusión de innovaciones: el sistema social, el tiempo, la innovación y la comunicación.

1. El sistema social. De acuerdo a la idea presentada, pareciera, que el tipo de problemas a que se enfrentan los individuos de un sistema social, y sobre los cuales trabaja el agente de cambio, son de interés colectivo. Es decir, podríamos suponer que las innovaciones que proponemos tienen respuestas de los agricultores que van desde la indiferencia hasta la satisfacción. Creo que en este punto es importante señalar que si bien algunos individuos pueden aceptar o ser indiferentes a la innovación, estamos dejando de lado los individuos que rechazan y además están interesados en que no se adopte la innovación, y quienes son fundamentales en el proceso de difusión y adopción. En resumen, algunos miembros del sistema social cooperan en la medida en que, busquen la solución a un problema, otros son indiferentes y otros rechazan y atacan la innovación en la medida en que ésta afecte sus intereses.

Es necesario hacer algunas aclaraciones en cuanto al concepto de desarrollo en que se fundamenta Rogers/3 para invocar el cambio social, es decir el concepto de Rostow y otros*.

La idea de las etapas del crecimiento económico suponen que la relación entre su desarrollo y desarrollo es de naturaleza simplemente cronológica y cuantitativa. Es decir los países que se desarrollaron primero tiene un ingreso nacional muy alto, en comparación con los que se están desarrollando después, etc. Una relación así presentada entre los países desarrollados y los países subdesarrollados da a entender que unos y otros marchan por el mismo camino, persiguiendo los mismos objetivos. Esta explicación no da

* Para un análisis de fondo de las teorías de Rostow se puede ver: Gómez/2

TABLA N° 1

Resumen de las características y Comportamiento en la Comunicación de las Categorías de Adoptadores

Características o comportamiento	Innovadores	Adoptadores tempranos	Mayoría temprana	Mayoría tardía	Rezagados o adoptadores tardíos
1. Tiempo de adopción	El primer 2,5% por adoptar nuevas ideas.	El 13,5% siguiente en adoptar.	El 34% siguiente en adoptar.	El 34% siguiente en adoptar.	Ultimo 16 % en adoptar.
2. Actitudes y valores	Científicos y Emprendedores.	Progresistas	Más conservadores y tradicionales.	Escépticos a nuevas ideas.	Agricultura mágica y creencias pueblerinas; miedo de endeudarse.
3. Aptitudes	Alto nivel de educación; habilidad para tratar abstracciones.	Educación por encima del promedio.	Ligeramente por debajo del promedio educacional.	Ligeramente por debajo del promedio educacional.	Bajo nivel de educación. Tienen dificultades con el manejo de abstracciones y relaciones.
4. Afiliación a grupos.	Líderes en organizaciones a nivel local o estado.	Líderes en organizaciones dentro de la comunidad.	Muchos contactos informales con la comunidad.	Pocas visitas fuera de la comunidad, pocas actividades en organizaciones formales.	Poca afiliación en organizaciones formales, fuera de iglesias semi-aisladas.
5. Nivel Social	El más alto nivel social pero sus prácticas agrícolas pueden no ser aceptadas.	Alto nivel social mirados por los vecinos como "buenos agricultores".	Alrededor del nivel social promedio.	Alrededor del nivel social promedio.	El nivel social más bajo.
6. Negocios agrícolas.	Grandes, más especialización y más eficientes.	Grandes fincas ligeramente menos especializados y eficientes.	Ligeramente más extenso que el promedio de fincas.	Ligeramente más pequeños que el promedio de fincas.	Pequeñas fincas; bajo capital, pocas veces propietario.
7. Fuentes de información	Científicos; otros innovadores; boletines técnicos.	Amplios contactos con los agentes locales de cambio; revistas agrícolas; boletines de extensión.	Revistas agrícolas.	Amigos y vecinos.	Principalmente amigos y vecinos presentaciones agrícolas en la radio.

cuenta de las relaciones que ha habido entre los países desarrollados y los subdesarrollados. No permite analizar que los unos fueron colonias de los otros y que tales colonias fueran explotadas y que tal explotación continúa bajo formas nuevas.

Se afirma que en Latinoamérica hay dos tipos de sociedad, una moderna, dinámica, culta, empresarial, responsable, innovadora y que sigue el progreso señalado por los países desarrollados y otra tradicional, improductiva, ineficiente, de bajo nivel educativo y de baja calificación para el trabajo. Si aceptamos este planteamiento, asumimos que el principal responsable del subdesarrollo es ese sector tradicional que se "opone al progreso" y quedaría libre de responsabilidades frente al estado de atraso del país la sociedad moderna puesto que ella es "dinámica y progresista". En otras palabras las relaciones de dominación entre sectores de la población, que se presentan dentro de los países Latinoamericanos no son considerados por Rostow, imposibilitando así un análisis adecuado para el planeamiento de programas de cambio.

C. El tiempo.

Al configurarse las categorías de adoptantes se ha asumido que todos los individuos del sistema social tienen similar interés en adoptar las innovaciones y el adelanto de unos en comparación a otros se debe a factores tales como su juventud, su elevada posición social, su alto grado de educación, su alto nivel de ingresos, su relativa mayor cantidad de bienes o su alto grado de especialización en el trabajo.

Aquí, ingenuamente, se puede preguntar qué pasa si la innovación no le interesa a un individuo, que tenga las características ideales del innovador? La respuesta no se hace esperar, simplemento no adopta.

Al analizar estudios que han servido de base para crear las categorías de adoptantes se encuentra el siguiente fenómeno: las categorías son el resultado de estudios de difusión y adopción de técnicas de tipo modernizante. Estas técnicas usualmente reemplazan mano de obra e implican inversiones relativamente elevadas en insumos y bajas en trabajo.

Algunas experiencias tanto del autor como de agentes de cambio de varias instituciones respaldan la idea de que no se pueden generalizar las características de los adoptadores por cuanto la conducta innovadora no es completamente consistente.

En el caso de la creación de una cooperativa de consumo el agente de cambio creyó que los "innovadores" debían ser los individuos con mayor nivel educativo, "status" social mas alto, mayor nivel de ingresos y dueños de mayor cantidad de bienes y quienes habían adoptado más rápidamente algunos nuevos insumos para el cultivo de arroz. La respuesta a sus expectaciones fue contundente. Sus "innovadores" potenciales no sólo no innovaron sino que atacaron y difamaron la nueva idea.

D. La Innovación

El ejemplo anterior (agentes de cambio han planteado otros similares) tienden a mostrarnos que la característica propia de la innovación, fundamental para planear su difusión es el grado y el sentido en que afecte los intereses de unos y otros grupos del sistema social, que como vimos antes, no siempre son colectivos. Las características de la innovación que afectan su velocidad de adopción: ventaja relativa, comunicabilidad, divisibilidad, compatibilidad y complejidad, entonces, actuarían acelerando el deseo de adoptar o rechazar la innovación.

E. La Comunicación

La sugerencia inicial de Rogers en cuanto a que la comunicación se realiza entre un sujeto "A", que conoce la innovación y otro "B", que la ignora, usualmente se ha prestado a confusiones: el agente de cambio cree que él, el sujeto "A" lo conoce todo y el agricultor "B" lo ignora todo: Rogers aclara que las experiencias pasadas de los agricultores influyen en la difusión de innovaciones, lo cual muchas veces pasa desapercibido.

Conclusiones

1. Para una adoptación de las teorías de "Difusión de Innovaciones" a las condiciones de nuestro medio es necesario, en primer término, redefinir el modelo de desarrollo en que se basan, en el sentido de especificar las relaciones entre los países llamados "desarrollados" y "subdesarrollados", así como las diferentes condiciones y problemas que se presentan para el desarrollo de unos y otros países. Teniendo como base una interpretación adecuada de tales relaciones y condiciones, fácilmente se pueden ubicar ventajas y desventajas del proceso de modernización de la agricultura para cada país.

2. De planear la difusión de una innovación dentro de un sistema social determinado, se debe incluír un análisis de los grupos dentro del sistema social y grupos externos relativos a él, la forma y el grado en que la innovación afecta tales grupos y la contribución que dicha innovación hace al desarrollo del sistema social.

3. Para analizar la consistencia de la conducta innovadora de un individuo se debe considerar que esta depende del tipo de innovación. Algunos "innovadores" en un determinado tipo de innovaciones puede ser "retrasado" en otros tipos.

ER:mdeb 11-9-73

BIBLIOGRAFIA

1. AGUDELO, J.C., CHAVERRA, H. y GUTIERREZ, J., tr. Extensión agrícola; adoptadores de nuevas ideas agrícolas. Agricultura Tropical (Colombia) 23(3):173-190. 1967.

También en inglés: Adopters of new farm ideas, characteristics and communications behavior. North Central Regional Extension Publication. Publication no. 13.

2. GOMEZ, A. Análisis de una óptica de desarrollo. Bogotá? Facultad de Agronomía, Departamento de Desarrollo agrícola, 1972. (mimeografiado).

3. ROGERS, E. Elementos del cambio social en América Latina; difusión de innovaciones. Bogotá, Tercer Mundo, 1966.

mdeb. II-12-73

ANALISIS DE LA INVESTIGACION Y DE LA APLICACION DEL "DIFUSIONISMO"

David Cuellar G.
Jaime Gutiérrez S.

Este documento analiza el énfasis que sobre difusión y adopción de tecnología agropecuaria se hace tanto en las facultades de Ciencias Agrarias como en los centros de investigación por parte de profesores de extensión e investigadores del medio rural. Este énfasis representa un trasplante de patrones teóricos y metodológicos que se siguen en países avanzados. La hipótesis que guía el escrito puede establecerse diciendo que los modelos de difusión y adopción tienden a desconocer los factores de poder de los estratos dominantes y elementos de dependencia del medio rural.

Otra hipótesis que guía el documento dice que: Los programas de acción rural para lograr su objetivo de desarrollo deben reducir el énfasis que se da a la diseminación de tecnología y trabajar en el desarrollo de recursos humanos.

A. Primera Hipótesis

La primera hipótesis plantea que la investigación dentro de los modelos difusionistas importados distrae a los investigadores y hacen que variables determinantes tanto en el proceso de difusión como en la meta del desarrollo sean descuidadas o subvaloradas.

Esta hipótesis surge de la preocupación por la forma en que se vienen aceptando y enseñando las teorías y modelos externos de difusión, los cuales siguen en general lo establecido por Rogers/15, Lionberger/11, Wilkennig/17, Havelock/9, Cougheneur/4 y otros, sin tener en cuenta las variables estructurales dominantes en el medio latinoamericano.

Los autores citados mencionan cuatro componentes básicos del proceso de difusión: el sistema social, la comunicación, la innovación y el tiempo. Analizando cada una de estas partes llegan a perderse en el estudio de características atomizadas desconociendo variables estructurales relevantes.

Para respaldar esta primera hipótesis se puede analizar el proceso básico de acuerdo a los autores mencionados: El proceso de difusión, a nivel de grupo. Este proceso lo conciben fundamentalmente en términos de "categorías de adoptantes": "Innovadores, primeros adoptantes, primera mayoría, segunda mayoría y retrasados". Estas categorías son establecidas de acuerdo al tiempo que toman los individuos de un sistema social, en adoptar innovaciones.

Los estudios relacionados con la adopción de prácticas agropecuarias han tendido a

asociar el grado de ~~adopción de los agricultores con otras variables~~. Entre las variables mas frecuentemente estudiadas se encuentran tamaño de la finca, ingreso educación, exposición a medio de comunicación, grado de participación y prestigio social, Parra/13 Deutschmann y Fals Borda/5 , Rogers/16. Se ha encontrado que estas variables correlacionan positivamente con el grado de adopción de prácticas. Este hecho pone de manifiesto que las variables estudiadas por sú correlación entre sí representan un concepto mayor que las involucra a todas. Este concepto mayor es la estructura de poder. Lo anterior puede enunciarse en los términos siguientes: Las caracteristicas de los innovadores son un índice de su concentración de poder.

Parra/13 encontró que la adopción se relaciona con la comunicación, el tamaño de la finca y la anomia y por lo tanto se puede predecir controlando estas tres variables, pues ellos explican el 76,8% del fenómeno de adopción, la comunicación contribuye con 37,0%, el tamaño de la propiedad con 35,6% y la anomia con 4,2%. Si se desea tomar un indicador aislado no un complejo de indicadores, el tamaño de la finca es el mejor indicador de adopción de prácticas agrícolas de acuerdo al análisis de correlaciones parciales. Como el tamaño de la propiedad, el grado de comunicación y la anomia son responsables en altísimo porcentaje del proceso adoptivo y estas características se agrupan en torno a un estrato pequeño, el resultado es la formación de dos grupos cada vez mas alejados, pues la situación favorable de un estrato implica un retroceso para el otro. Las diferencias se hacen cada vez mayores y producen resultados perjudiciales para el desarrollo regional, crean conflictos sociales y retardan el desarrollo económico y social.

Conceptos como "liderazgo", "cosmopolitismo" y "grupos de referencia" ilustran la forma como el modelo de difusión descrito oculta variables mas explicativas del medio rural latinoamericano. Bajo el concepto de "liderazgo" se limita lo relacionado con élite, u oligarquía, local controladora de beneficios de la comunidad. Bajo el concepto de "cosmopolitismo" o conocimiento del mundo exterior se involucra el vínculo de la comunidad local con la sociedad global. Bajo la concepción de "grupos de referencia" se diluye la idea de dominación interna del medio rural en beneficio del ambiente urbano.

En efecto, el medio rural depende económicamente del medio urbano y la penetración de este último en el primero se hace a través de la estructura de poder existente en la comunidad rural. Los grandes propietarios de tierra, los intermediarios y los gamonales son facciones que se complementan a nivel local. Estos mismos segmentos se complementan con la facción mas global del capital financiero a nivel urbano.

Esto determina que a nivel local se presente un control de la tecnología difundida máximo si se tiene en cuenta que el control de beneficios económicos guarda estrecha relación con el control de miembros del sistema social.

Este aspecto lo presenta teóricamente Camacho Guizado/3 quien discute la dependencia externa y luego muestra la dominación interna. Considera este autor que la "modernización" de los sectores urbanos se hace a costo de la inversión extranjera sin que

ésto represente una modificación sustancial en la distribución de recursos debido a que la utilidad se exporta y la reinversión no se hace.

En cuanto la dominación interna, el autor describe los dos sectores de matices diferentes que predominan en las sociedades subdesarrolladas. "Por una parte, los sectores urbanos, de'enclave','modernos', basados esencialmente en el consumo y los servicios; de otra, los sectores rurales basados en una economía de extracción y exportación, de muy bajos consumos, y, lo que es más grave, en los cuales no se realizan típicamente reinversiones sustanciales de los excedentes económicos...". Básicamente el papel de los sectores rurales consiste en proveer materias primas y mano de obra barata a los sectores urbanos. Por otra parte, estos sectores se caracterizan por carecer del poder de determinar sus propias alternativas económicas. Es decir, la vida política y económica rural está casi totalmente diseminada por decisiones tomadas en los medios urbanos. Estas características se unen para tipificar un sistema de relaciones que -guardadas las proporciones- siguen una línea similar a las descritas en referencia a la dependencia externa. Es decir, el colonialismo interno es una forma de prolongación de las relaciones internacionales de los países subdesarrollados.

B. Segunda Hipótesis

La segunda hipótesis que guía este documento se refiere al énfasis que se hace en los programas de acción sobre la difusión o diseminación de tecnología y sus consecuencias negativas en el desarrollo social y económico.

Los sistemas de comunicación y extensión rurales sirven para ilustrar cómo las diferencias sociales y económicas son acentuadas a través de la diseminación de tecnología.

Después de estudiar las páginas agrícolas de cinco periódicos colombianos Gutiérrez/7, concluye que la "mayoría del material agrícola que aparece en los periódicos no está orientado de acuerdo a las necesidades y nivel educacional de los campesinos". Argumentando sobre el mismo aspecto de los medios especializados en agricultura, Beltrán/2 dice que estos medios se dirigen a la minoría de los agricultores" que tienen alto nivel cultural, prestigio social, poder político y, sobre todo, capacidad de comprar lo que los diarios ayudan a vender".

Aguiar/1 escribe que los medios de comunicación colectiva son un monopolio del sector urbano ya que estos medios requieren para su difusión una infraestructura de servicios difícilmente disponible en el sector rural. La comunicación colectiva parte siempre de fuente urbana y llega al campo no como producto rural sino como producto de la ciudad. Lo anterior es reafirmado por Olarreaga/12 al decir que la estructura de los medios de comunicación colectiva es inadecuada para trasmitir al campo un nuevo sistema nacional de valores. Los medios se destinan a expresar un cuadro de cultura, preocupación y aspiraciones exclusivamente urbano.

En un documento del Instituto Colombiano Agropecuario, ICA/10, sobre "El Sector Agrícola Colombiano", se escribe que: "En general los factores más limitantes para la tecnificación del agricultor pequeño son: crédito, disponibilidad de insumos, mercados, tierra y escasez de asistencia técnica". Vale la pena observar que en esta cita se hace referencia al agricultor pequeño. Esto tiende a favorecer la hipótesis de que la evolución de la tenencia de la tierra, del mercado, del crédito y de la asistencia técnica, etc. han sido para beneficio de una minoría con poder.

Resultados de investigación muestran que los Agentes de Cambio trabajan comparativamente más con el estrato social superior de la clientela que con los estratos inferiores/15 Erasmus/6 dice que en Latinoamérica los agrónomos y otros técnicos están a menudo más inclinados a decirle a los agricultores lo que deben hacer que en mostrarles cómo hacerlo. Los técnicos se presentan más interesados en mostrar su distancia social que en presentar mejores prácticas agropecuarias.

En un análisis del Servicio de Extensión del Instituto Colombiano Agropecuario, ICA/8, se encontró que los extensionistas favorecen un servicio de extensión con alto contenido social y orientado a los campesinos. Sin embargo, aunque teóricamente se esté de acuerdo en una extensión agrícola con mayor contenido social dirigido primordialmente al campesino, las organizaciones gubernamentales que tienen a su cargo programas de acción rural, encierran en su propia naturaleza, limitaciones para esta clase de enfoques. A los supuestos beneficiarios de extensión se les ofrece tecnología agropecuaria por técnicos formados en un escenario tecnológico. Sin embargo, no es ésto lo que el campesino percibe como necesidad prioritaria; tierra, educación, salud, y mejores precios para sus productos son más urgentes.

La Extensión y la Comunicación rurales permiten apreciar que los programas y campañas de difusión tecnológica refuerzan los estratos dominantes y aumentan la brecha diferencial entre estratos.

Los extensionistas mismos dicen que el desarrollo rural no podrá ser alcanzado a través de los actuales programas de extensión del gobierno y que será necesario un cambio radical y revolucionario. A pesar de sus enunciados revolucionarios los extensionistas actúan en un marco organizacional oficial que les prescribe comportamiento diferente. Esto, en parte, puede entenderse dentro de los valores enfatizados por: (a) Los patrocinadores del cambio, (b) los agentes o líderes de cambio y (c) los receptores de la acción. Tabularmente, la idea se presenta así:

Grupo involucrado	Valor	Comportamiento
Campesinos	?	?
Extensionistas	Cambio estructural	Tecnología
Gobierno	Tecnología	Status quo

El gobierno patrocina la organización; los extensionistas son los agentes de cambio y los campesinos son los receptores potenciales de la acción.

El gobierno estima la tecnología, porque ésta se considera como promotora del desarrollo. Para el gobierno, industrialización y avance material tecnológico en general representan la meta deseada del desarrollo que podría mejorar la situación del campesino. La despreocupación por las variables estructurales motiva al gobierno a orientar su comportamiento hacia el mantenimiento del status quo; la retórica de cambio social que atrae a las masas es presentada y definida en términos de tecnología. Los extensionistas por el contrario le asignan un alto valor al cambio estructural pero su formación universitaria ha hecho de ellos, técnicos que ofrecen tecnología*. Mas aun, están empleados para trabajar en una organización diseñada por el gobierno para mejorar la situación del campesino en los términos que aquel entiende tal mejoramiento, es decir en términos tecnológicos. No importa la necesidad de cambio estructural que los extensionistas perciban en su trabajo diario, ya que su propia formación y las instituciones circundantes los obligan a conformarse con el rol de abogadores de tecnología. En la tabla presentada los valores y el comportamiento de los campesinos no están expuestos porque se considera que actualmente no existe un elemento aglutinante que se pueda identificar como característica común de los campesinos.

C. Conclusiones

Las conclusiones de este documento pueden establecerse en términos de las hipótesis presentadas. Sin embargo, se pueden agregar las siguientes:

1. Se coincide con Parra/14 en que es débil la explicación del cambio técnológico por medio de estudios aislados sin tener en cuenta la sociedad global y sus dimensiones espaciales, temporales y estructurales.

2. Si el desarrollo es la meta del cambio dirigido, se debe considerar el cambio no sólo como modificación tecnológica, sino también como modificación de las estructuras social y económica.

3. Se debe hablar de innovadores específicos y no de innovadores múltiples. Es decir, una persona puede favorecer innovaciones en ciertos campos y oponerse en otros según su ubicación social.

4. La aceptación y operacionalización de modelos teóricos foráneos de difusión tecnológica tienen como consecuencia el diseño de organizaciones formales rígidas e inadecuadas a la realidad del medio. Esto favorece la invasión cultural y reduce la creatividad dentro de la misma cultura.

---

* En 1970 los profesionales de Extensión del ICA tenían la siguiente procedencia: 50,8 de la ciudad; 44,9 de pueblos pequeños y sólo 4,3 de zonas rurales/10.

5. La enseñanza de extensión agropecuaria debe hacerse con base en la situación del medio rural; los factores que determinan su atraso y dependencia. Se debe corregir el énfasis dado a modelos preconcebidos. Estos modelos son funcionales para la solución de problemas diferentes a la necesidad de reducir el desequilibrio social.

BIBLIOGRAFIA

1. AGUIAR, L. C. Problemas estructurales de la Comunicación Colectiva; el papel que deben cumplir los Medios de Comunicación Colectiva en el Desarrollo. La Catalina, Costa Rica, Biblioteca del CEDAL, 1.971 14 p.

   Mimeografiado.

2. BELTRAN, L. R. Apuntes para un Diagnóstico de la Incomunicación Social en América Latina; la Persuasión en favor del status quo. La Catalina, Costa Rica, Centro de Estudios Democráticos, 1.970 23 p.

3. CAMACHO G., A. Modernización y Desarrollo; Dialéctica Fundamental. In. Dependencia Externa y Desarrollo Político en Colombia. Bogotá, Universidad Nacional de Colombia, Dirección de Divulgación Cultural, 1.970 pp. 69-84

4. COUGHENOUR, C. M. Some General Problems in Difussion from the Perspective of the Theory of Social Action. Difussion Research Needs. Columbia, Missouri Agr. Experiment Station, North Central Regional Subcomittee for the Study of Difussion of Farm Practices, North Central Regional Research Bulletin 186, 1.967 pp. 5-21.

5. DEUTSCHMANN, J. y O. FALS BORDA. La comunicación de Ideas entre los Campesinos Colombianos. Bogotá, Universidad Nacional de Colombia, Facultad de Sociología. Monografías Sociológicas 14. 1.962.

6. ERASMUS, CH. J. Man takes Control. Minneapolis, University of Minnesota, 1.961.

7. GUTIERREZ S., J. Content Analysis and Readability Study of the Agricultural Pages of five Colombian Newspappers. Madison, Wis. Departament of Agricultural Journalism, University of Wisconsin, 1.966.

8. _____. Attitudinal and organizational Study of the Extension Service of Colombia, Ph. D. Dissertation. Columbia, Mo. University of Missouri, Departament of Sociology, 1.971. 184 p.

9. HAVELOCK, R, G. at. al. Planning for Innovation. Ann Arbor, Michigan. Center for Research on utilization of Scientific Knowledge, 1.969.

10. INSTITUTO COLOMBIANO AGROPECUARIO. El Sector Agrícola Colombiano. Bogotá, Informe presentado a la Comisión Evaluadora de la Reforma Agraria, ICA, 1.971. 50 pp.

11. LIONBERGER, H. F. Adopción of New ideas and Practices: Ames: Iowa, The Iowa State University Press, 1.960. 164 p.

12. OLARREAGA, M. Los Problemas Estructurales de la Comunicación Colectiva. La Catalina, Costa Rica, Biblioteca del CEDAL, 1.971. 19 p.

Mimeografiado.

13. PARRA S.R. La Estructura Social y el Cambio en la Tecnología; El caso de Candelaria. Bogotá, Tercer Mundo y Facultad de Sociología, Universidad Nacional, 1.966.

14. _____. La Dependencia Cientifica - Microsociología y Desarrollo en Colombia. In. Dependencia Externa y Desarrollo Político en Colombia. Bogotá, Universidad Nacional de Colombia, Dirección de Divulgación Cultural, 1.970. pp.85-100.

15. ROGER, E. M. Diffusion of Innovations New York; The Free Press of Glencoe, 1.962.

16. _____ con SUENNING, L. Modernization Among Peasants; The Impact of Communication. New York. Holt, Rinehart and Winston, 1.969.

17. WILKENING, E.A. TULLY, J. y HARTLEY. Communication and Receptance of Recommended Farm Practices Among Dairy Famers of Northern Victoria. Rural Sociology. (Estados Unidos) 27(2):116-197. 1.962.

CONCLUSION CURSO SUBREGIONAL ANDINO

ORGANIZACION DE UNA EMPRESA COMUNITARIA

CONSTITUCION

Contrato privado que debe ser elevado a escritura pública, entre una Comunidad Agricola Asociativa (CAA) asignataria de tierras y la entidad Estat l que ejecuta el proceso de Reforma Agraria, para conformar la Sociedad Agrícola Comunitaria de Reforma Agraria (SACRA). En el contrato se establecen los aportes: La CAA contribuye con la propiedad de la tierra y el trabajo de sus socios miembros; el Estado aporta crédito, asistencia técnica, capacitación y efectúa las obras de infraestructura mínimas que se convengan y que sean necesarias. La escritura pública deberá ser inscrita en los Registros correspondientes.

NATURALEZA JURIDICA

Es una sociedad de personas al Derecho Civil.

NUMERO DE SOCIOS

Debe fijarse un límite mínimo, sin fijarse rígidamente el límite máximo, pues dependerá del plan de explotación de la calidad de los suelos, extensión, etc. En todo caso se debería propender a un número no muy elevado.

FONDO SOCIAL

Por parte de los campesinos :

a) Las tierras de su propiedad y las aguas existentes en las mismas; y

b) Su trabajo regulado conforme a las regulaciones correspondientes.

Por parte del Estado:

a) Asistencia técnica

b) Capacitación

c) Crédito y

d) Realización de obras de infraestructura: vivienda, riego, vías internas, etc.

RESPONSABILIDAD

Solidaria, personal y mancomunada.

NEGOCIABILIDAD DE LAS PARTICIPACIONES - HERENCIA

Las aportaciones como en las sociedades de personas, no son negociables, salvo autorización conferida por la Asamblea General, autorización que debe llevar expresamente el voto favorable del representante del socio - Estado.

Las dos partes contratantes son dos personas jurídicas, razón por la cual no son susceptibles de fallecimiento. Puede darse el caso de fallecimiento de uno de los miembros de la CAA contratante. En este caso la Comunidad deberá liquidar en dinero los derechos que correspondan a los herederos del fallecido y aceptar como socio a la persona que reúna los requisitos legales respectivos, de preferencia uno de los herederos del fallecido, principalmente el que ha trabajado con el causante en el predio comunitario.

RAZON SOCIAL

Toda sociedad colectiva lleva por razón social, el nombre de los contratantes, motivo por el cual la denominamos Sociedad Agrícola Comunitaria de Reforma Agraria (SACRA).

ADMINISTRACION

a- La Asamblea General compuesta por los Miembros de la Comunidad, el representante del Estado y los trabajadores asalariados permanentes.

b- El Consejo de Administración compuesto de cinco miembros: uno, representante del Estado, uno representante de los trabajadores permanentes y tres estractados de la CAA.

c- El Presidente del Consejo de Administración debe ser el Gerente de la CAA y es su representante legal.

d- Consejo de vigilancia.

e- Tantas comisiones cuantas actividades sean necesarias, procurando la mayor participación efectiva de los socios.

OBLIGACIONES DE LOS SOCIOS

Las obligaciones de los miembros de la CAA están consignados en sus respectivos estatutos; de los trabajadores permanentes, constan en los respectivos contratos de trabajo y están regulados por el Código de Trabajo; las del Estado y de la CAA se consignan en el Contrato de Sociedad y ya se las ha expresado.

DISTRIBUCION DE UTILIDADES

El 99% para la CAA y el 1% para el Estado. Las utilidades líquidas, que son aquellas que restan una vez deducídas de la venta neta la renta del trabajo, no pueden ser distribuídas entre los miembros de la CAA, porque eso no permitiría la copartidización de la SACRA y luego crearía graves diferencias económicas entre los socios. La SACRA debe atender todas las necesidades de sus socios a través de los servicios que debe establecer en un predio objeto de explotación, por tal motivo no se justifican repartos económicos.

PLANIFICACION DE UNA EMPRESA COMUNITARIA

1. Racionalización de Sistema de Tenencia existente en el área.

   a) Planificación física
   b) Planificación agroeconómica
   c) Planificación social
   d) Coordinación interinstitucional e interdisciplinaria.
   e) Entrenamiento en servicio en el área a los funcionarios de Estado que van a ejecutar el plan de área e inicio de programa educativo de concientización.
   f) Información al campesinado sobre el plan de área
   g) Organización del campesinado en una comunidad agraria asociativa (CAA)
   h) Otorgamiento de la personería jurídica

2. Transferencia de la propiedad de la tierra a la Comunidad Agraria asociativa

   a) Escritura pública
   b) Entrega material de los bienes raíces y demás enseres agrícolas y de título de propiedad.
   c) Suscripción de la escritura e inscripción del Registro.
   d) Elaboración conjunta del plan de explotación del predio en forma comunitaria y sujeta al Plan General de Desarrollo.

3. Capacitación comunitaria y empresarial de la Comunidad Agraria Asociativa

   a) Prosecución del programa educativo de concientización.
   b) Capacitación individual

      b.1. Agrícola-técnica
      b.2. Económica-familiar
      b.3. Político-social

   c) Capacitación comunitaria

      c.1. Agrícola-técnica, en la ejecución del plan de explotación

      c.2. Económico-empresarial, en la ejecución del plan de explotación

      c.3. Político social

   d) Capacitación nacional

d.1. Técnico-agrícola con fines de integración

d.2. Económico-empresarial, con fines de integración.

d.3. Político-social, con fines de integración.

e) Análisis de la viabilidad de la Sociedad Agrícola Comunitaria de Reforma Agraria (SACRA).

4. Transformación de la Comunidad Agraria Asociativa en SACRA.

a) Disolución y liquidación de la CAA

a.1. Elaboración de la escritura pública de disolución

a.2. Suscripción de la escritura y cancelación de la inscripción en el Registro.

b) Constitución legal de la SACRA.

b.1. Asamblea general, acta constitutiva de la SACRA y elecciones preliminares.

b.2. Elaboración de los Estatutos de la SACRA

b.3. Aprobación legal

b.4. Elaboración y suscripción de las escrituras e inscripción en los registros correspondientes

5. Conformacion de la SACRA

a) Asamblea general y elecciones

b) Programación de las actividades de la SACRA por sus cuadros administrativos.

b.1. Económicas

b.2. Socio-políticas

b.3. Técnico-agrícolas

b.4. Integración y coordinación

c) Aprobación del programa por la Asamblea General

6. Ejecución del Programa

7. Evaluación

PRINCIPIOS DEL APRENDIZAJE *

Edgard Dale

A. Procesos Aplicados en Extensión

La era moderna nos demanda aprender más, hacerlo con mayor rapidez, recordarlo mejor y aplicarlo con mayor destreza. La productividad, tanto del maestro como la del alumno, debe aumentarse en forma pronunciada. Qué cantidad de cambios podremos lograr si aplicamos los principios ya conocidos sobre la enseñanza y el aprendizaje? Ralph Tyler, director del Centro de Estudios Avanzados en las Ciencias del Comportamiento, en Stanford, California, dijo recientemente que: "Ya sabemos lo suficiente sobre las condiciones que contribuyen al aprendizaje, como para duplicar la producción de los años colegiales".

Aunque esta meta parezca ser demasiado optimista y utópica, las credenciales del señor Tyler, como especialista en la elaboración de programas de estudio y evaluación de los mismos, hacen de su predicción una que merece ser considerada seriamente. Supongamos que nos contentáramos con un aumento del diez por ciento en la productividad. Cómo lo podríamos lograr? La teoría sobre el aprendizaje moderno nos puede ayudar a lograr este aumento en la productividad. Algunos sicólogos no creen que el estado actual de su ciencia permita tanto optimismo. Pero no debemos depender solamente de los principios de aprendizaje ya demarcados por los sicólogos. La tecnología tanto puede preceder a la ciencia como seguirla. Como dijo Hilgard: "La ciencia pura nos conduce a su aplicación automática. En medio debe haber un estado de invención".

Las generalizaciones sobre el aprendizaje anotadas más adelante, me han sido de ayuda como maestro y como alumno. Aunque se critiquen por no ser más que un producto del sentido común, la acusación no es muy grave.

---

* Traducido por J.A. Castro de "The News Letter". Volúmen XXIX. Número 4. Enero de 1964

1. Cuanto más claros, más al alcance nuestro, realistas y pertinentes sean los resultados que buscamos, tanto más eficaz será el aprendizaje. Si usted no puede ver el blanco contra el cual debe disparar, mejores serán las probabilidades de dar en él. Samuel Renshaw dice: "Asegúrese de que el alumno sepa desde un principio qué se espera de él".

Muchos maestros no siguen un curso y una unidad delineada, de cuidadoso planeamiento, donde las metas deseadas se encuentren cuidadosamente diferenciadas y divididas en información, el proceso intelectual, las destrezas y los valores. Tampoco existe un plan sistemático típico para enseñar estos objetivos, empleando los medios eficaces de comunicación, incluyendo la instrucción a base de programa. Los objetivos no están trazados como en una eliografía; son por lo general fantasiosos, difusos, engañosos, expandidos más allá de lo que podamos lograr.

2. Aprendemos lo que ponemos en práctica. La destreza que más se practica en la escuela y el colegio es la de memorizar para aprender algo temporalmente y muchos estudiantes son muy eficientes en ésto. Conforme estudiamos a grandes trasgos cursos típicos, vemos que el aprendizaje que se logra por medio del descubrimiento, la lectura crítica, el juicio discriminativo, el proceso de pensar, son objetivos comunes establecidos. Sin embargo, no podemos aprender el juicio o la lectura discriminativa sin la práctica guiada. Aun más, la sola práctica no los perfecciona. Uno puede practicar tanto el error como el éxito. Tampoco la repetición asegura el aprendizaje; más bien puede producir aburrimiento y aversión. Renshaw dice: "La repetición no produce aprendizaje, sino que simplemente presenta las suficientes oportunidades para la reorganización del proceso a trayés de la aproximación y corrección".

La práctica eficaz requiere de un modelo a quien imitar. Ofrece la instrucción impartida en el aula, modelos de personas que con habilidad piensan, pintan, escriben, componen música o resuelven problemas? Qué disposiciones se han tomado para lograr la excelencia en la práctica? Cuán buena es la instrucción?

Si nosotros aprendemos lo que practicamos, entonces debemos practicar en la forma como quisiéramos desempeñar finalmente. Práctica descuidada significa aprendizaje descuidado. Usted no puede practicar la mediocridad y producir la excelencia. Nosotros permitimos a nuestros estudiantes que practiquen el aprendizaje en un estilo y velocidad que es inferior a lo que pueden hacer. La práctica. Solamente la práctica intensa, bien pensada, puede educar.

3. Debe enseñar para facilitar la trasferencia a otros conocimientos. El aprendizaje viejo no nos lleva automáticamente hasta el nuevo aprendizaje. El profesor de química preocupado por avanzar los conocimientos por medio de la investigación en su propio campo, puede que no trasfiera este interés a sus propios métodos de enseñanza.

Todos nosotros disponemos de una gran reserva de conocimientos inertes que no nos ayuda a resolver problemas nuevos, porque no hemos practicado formas de trasferirlos a nuevas situaciones. Necesitamos de la práctica guiada para aprender a trasformar o reconstruir nuestra forma habitual de hacer las cosas. Podemos aumentar la trasferencia practicando nuestro nuevo aprendizaje en varios contextos, tomando nota de muchas ilustraciones de generalización, agregadas a las que contienen los libros de texto. A la mayoría de los estudiantes, cuando se les pide que describan qué es "oxidación", hablararán solamente del herrumbe del hierro. Si un nuevo término ha de ser ampliamente trasferido, enriquecerse con la asociación, deben anotarse y practicarse muchas aplicaciones del mismo.

Podemos aumentar la trasferencia generalizando o intelectualizando nuestras experiencias, desarrollando conceptos, investigando un principio emergente. El hábito de ver relación y unidad dentro de una aparente diversidad, puede ser ampliamente trasferido. Aprender por medio del descubrimiento de práctica para desarrollar el conocimiento.

Podemos aumentar la trasferencia sustituyendo la educación por el adiestramiento. Tanto el maestro como los estudiantes deben aprender a ver la "rutina" del aprendizaje como una parte integral de destrezas mas avanzadas y de procesos mentales más altos.

Podemos aumentar la trasferencia formando actitudes favorables al aprendizaje. Cuán a menudo los estudiantes toman un curso en el cual practican activamente tanto el interés como la curiosidad? Algunas veces la trasferencia es negativa y llegamos a sentir disgusto por una materia, lo que constituye una tremenda pérdida para la producción.

La trasferencia puede ser frustrada por una verbosidad prematura. Podemos hablar demasiado, antes de hacer algo. Cierto proceder intuitivo es probablemente una condición necesaria para verbalizar con éxito los principios. Dewey dice: "Una onza de experiencia es mejor que una tonelada de teoría, porque solamente es como una experiencia que cualquier teoría puede tener un significado vital y verificable. Una teoría, aparte de ser una experiencia, no puede tomarse definitivamente aun como teoría".

4. El aprendizaje aumenta por medio del conocimiento que se obtiene de los resultados. Si las respuestas correctas han de premiarse, el alumno debe saber cuan bien lo ha hecho y recibir nuevo estímulo de inmediato. El jugador de golf principalmente que logro meter la bola en el hoyo de un solo tiro, le pregunta al instructor: "Qué fue lo que hice bien?' El comportamiento en el aprendizaje debe ser diagnosticado y medidas de remedio deben ser propuestas cuando se haga necesario. La aprobación o desaprobación retardada no motiva mucho.

La naturaleza del nuevo estímulo depende de los objetivos de la instrucción. Si corregimos el trabajo escrito de un estudiante, buscando errores "mecanicos" y no le damos nuevo estímulo por la lógica y calidad de las ideas expresadas por él, puede que aprenda a ser "correcto" y a la vez ilógico. O puede llegar a disgustarle escribir. Lou LaBrant pregunta en "Nosotros Enseñamos Inglés": "Los comentarios que usted haga del trabajo del estudiante lo estimularán a escribir más, o le producirán temor a escribir? Estimulará usted el deseo de escribir mejor, o el temor a cometer errores?

5. Hay un factor de motivación en todo aprendizaje. Nada motiva más que el éxito. Aprendemos cuando se nos premia y dejamos de hacerlo cuando se nos "castiga". Lo que es un premio para un estudiante, no lo es para otro. El entusiasmo del maestro y aceptación entusiasta de la instrucción por el grupo, son factores importantes en la motivación.

Recompensas inmediatas producen más aprendizaje que las recompensas remotas, así como las recompensas intrínsecas son mejores que las extrínsecas. Podemos aprender a ser motivados, tanto por las recompensas inmediatas, como por las remotas. Las personas que no han adquirido madurez, desearían sus recompensas de inmediato, pero las que han ya madurado emocionalmente saben que tanto el futuro como el presente ofrecen recompensas.

El elogio es mejor que el regaño. Elogiamos las buenas ideas y la ausencia del error? Somos parcos con las palmadiras, en la espalda y generosos con las bofetadas? Requerimos de planes sistemáticos para alabar ejecuciones satisfactorias y a la vez disponer de un clima propicio para el aprendizaje.

6. Aprendemos mejor aquello que tiene sentido. En educación nadie pensaría en hablar cosas sin sentido, pero a diario los maestros presentan textos de enseñanza a los estudiantes conteniendo material que no es muy claro. Los métodos para aprender y enseñar memorizando son muy comunes.

Uno de los remedios típicos empleados cuando los estudiantes no entienden es "darles un poco más de lo mismo". Que trabajen más duro, lean el material didáctico una y otra vez. Algunos sugieren que la frustración y la dificultad que presenta un material difícil es necesario, como parte del aprendizaje. Esto es cierto algunas veces, pero ya existen muchas barreras naturales para el aprendizaje para aun inventar otras nuevas.

Como los estudiantes aprender mejor empleando una variedad de métodos, debemos, por lo tanto, emplear diferentes experiencias en la enseñanza. Las experiencias que tengan más sentido para nosotros nos ofrecen los medios para alcanzar nuestros objetivos. Hadley Cantril dice: "Ningún suceso es realmente trascendental para nosotros hasta que no tenga alguna relación con nuestros propósitos".

7. La mayoría de las personas nunca alcanzan todo su potencial intelectual. La información obtenida, por medio de pruebas especiales, del grado de habilidad mental así como de los logros de un individuo, se acepta algunas veces como definición de los límites máximos de su potencial. Empleamos también esta información para escoger o clasificar estudiantes, así como para explicar fracasos, basándonos en la baja nota obtenida en las pruebas especiales. Pero tal información no nos puede servir de adecuada predicción del éxito o fracaso que obtendrá el estudiante en el colegio.

Aun más, es ya bien conocida la poca relación que hay entre las pruebas mentales y la creatividad.

Se pueden lograr cambios notables en estudiantes que aparentemente tienen poca habilidad de aprender, empleándose y refinándose la motivación y la enseñanza en ellos. Esto se observa claramente en los deportes. Si usted puede hacer pases con la bola, dar puntapiés al balón en el aire, parar una pelota o una jugada en forma diestra, se emplearán todos los medios de instrucción moderna para desarrollar su potencial. Esto incluye entrenamiento y comidas especiales, análisis cinematográfico de la actuación deportiva, ilimitado elogio público.

Algún dia gastaremos tanto dinero en el desarrollo de lectores excelentes como ahora gastamos en el desarrollo de magníficos atletas. Cuando llegue ese momento, descubriremos muchos nuevos retoños y una gran abundancia de talento sin desarrollar.

8. El aprendizaje debe organizarse para lograr continuidad y efectos acumulativos en el aprendizaje. Pressey, Horrocks y Robinson dicen que el estudiante debe percibir: "Alguna organización en el material que emplea para aprender. Un material no organizado puede aprenderse solamente memorizándolo; como le falta sentido, sus efectos de motivación son pobres y la posibilidad de aplicarlos en forma eficaz es dudosa".

Los conocimientos de una persona, por lo tanto, pueden acumularse sin ser necesariamente acumulativos. Las materias lógicas son más fáciles de aprender, recordar y usar, pero esta lógica debe convertirse en el repertorio organizado del individuo. Debe archivar cuidadosamente el significado de las cosas para que puedan ser fácilmente consultadas.

Debemos enseñar, en otras palabras, un número más limitado de generalizaciones sistematizadas, organizando el aprendizaje alrededor de unos pocos temas de discusión, persistentes y básicos. Básica, como siempre, debe ser la intención del individuo de sistematizar, emplear y recordar lo que ha aprendido. Si él no quiere ser un hombre civilizado, los métodos y medios más bien planeados no lo trasformarán en uno. La voluntad y dinámica del individuo sigue siendo imprescindible en todos los principios de aprendizaje aficaz.

B. Algunos Principios Importantes del Aprendizaje*

1. Cada individuo es centro sicológico en su mundo de experiencias cambiantes. Por lo tanto, para aprender algo, primero debe experimentar alguna necesidad insatisfecha. Esta necesidad, puede representar ya sea un problema externo, impuesto o estimulado por su propia iniciativa, debiendo ser suficientemente fuerte para despertar su interés para la acción.

2. Todo aprendizaje es una forma de comportamiento individual dirigido hacia: (1) la satisfacción de necesidades; (2) un entendimiento más completo de estas necesidades; o (3) la de precaver la disminución de su satisfacción.

3. El aprendiz debe percibir algún fin o recompensa que esté relacionado a la satisfacción de su necesidad y valorar el esfuerzo que demanda el logro de su objetivo.

4. El aprendiz debe tener alguna motivación intrínseca o extrínseca que lo comprometa a relacionarse con el problema y que le capacite para enfocar su interés y atención al mismo encauzando todos sus recursos para su solución. La motivación ya sea, muy fuerte o muy débil es perjudicial para el proceso de aprendizaje.

5. El aprendiz debe tener cierta experiencia de éxito, y al mismo tiempo debe tener; aprendizaje para aumentar su tolerancia a la frustración y a la ambiguidad en su proceso para lograr éxito. Debe aprender a analizar sus errores para obtener éxito.

6. El aprendiz debe ser recompensado tan pronto como sea posible después del éxito. El no necesita ser recompensado después de cada progreso pequeño pero si, luego de que un paso esencial haya sido completado con exito ya que una recompensa ocasional es tan efectiva como la dada a cada momento.

7. Los órganos de los sentidos deben operar eficientemente para obtener exactitud en los datos de la realidad.

8. Los procesos perceptivos que dan el conocimiento de la realidad, implican percepciones de semejanzas y diferencias de los datos presentados por los sentidos. El aprendiz debe discriminar entre los datos relevantes e irrelevantes para la solución de su problema.

---

* Tomado de -De Phillips Frank A. Berliner William M.. Cribbin James J. Management of Training Programs. Homewood Illinois. Richard D. Irwing Inc. 1960 pp. 96-99. El autor anota que estos principios han sido a su vez reunidos de diferentes autores como: Kelly, Kretch and Crutchfield, Cantor, Snygg and Carl R. Rogers.

9. Las percepciones del aprendiz son la función de: Su estrecha relación con el problema, sus experiencias anteriores, sus hábitos, necesidades, emociones, metas y valores.

10. La interpretación de los datos y los esfuerzos para resolver sus problemas, son función del aprendiz con sus marcos de referencia, su sentido de aplicación y su fuerza motivante.

11. Los individuos varían ampliamente en el aprendizaje. Este varía de acuerdo a los recursos físicos, intelectuales, emocionales y sociales del individuo.

12. Los datos recibidos por los órganos de los sentidos deben ser asimilados e integrados con aquellos que el aprendiz ya conoce. Sin embargo, no debe permitir experiencias pasadas ni hábitos que disminuyan su flexibilidad para la necesaria adaptación de los requerimientos que el nuevo problema demanda.

13. El fin del aprendizaje no es tan solo la adquisición de conocimientos sino también la retención, aplicación y trasferencia a otras situaciones. El aprendiz debe dominar tanto el contenido como también una técnica efectiva para resolver problemas.

14. El aprendizaje es más fácil cuando los datos son significativos, cuando ellos "pertenecen a un todo" significativo, cuando sus interrelaciones y relaciones a la tarea total, están significativamente organizadas.

15. El aprendiz es favorecido si puede percibir su propia dificultad considerando sus antecedentes u otras circunstancias concomitantes a la dificultad.

16. El aprendizaje se facilita si el aprendiz puede ganar entendimiento de la naturaleza de su problema y a las relaciones que existen entre las variables que intervienen en el mismo.

17. El aprendizaje no puede ser forzado. Si el grado requerido de maduración y disposición sicológica para aprender no está presente, el aprendizaje es difícil o imposible.

18. El aprendizaje se facilita si los aspectos específicos del proceso para resolver el problema son diferenciados de la tarea total, y dominados dentro del marco de referencia de esa tarea y luego integrados dentro de esa estructura.

19. El aprendiz no solamente debe aprender abstractamente lo que debe ser dominado, sino también saber aplicarlo.

20. Las metas del aprendizaje deben ser alcanzables, y el alumno debe enfocar su labor con espíritu de confianza y optimismo.

21. El aprendiz debe proseguir de lo conocido a lo desconocido, de los datos que son más entendidos a aquellos que son menos fáciles de entender, sin permitir que los primeros impidan entender la importancia de los segundos.

22. El aprendiz debe hacer uso de toda la ayuda posible para el aprendizaje: Su memoria e imaginación, ilustraciones, dibujos y otras formas de ayudas mecánicas.

23. El aprendiz debería construír modelos de ideas que conduzcan a la resolución efectiva del problema. Debería tener una técnica para verificar la solución más recomendable. Si falla, debe estar suficientemente preparado para ver el problema desde un ángulo diferente, analizando cada solución hasta encontrar la correcta.

24. El aprendiz generalmente aprende, sólo en situaciones específicas. Sin embargo, debería generalizar su método y/o la solución a otros problemas similares.

25. El aprendiz logra progresos más rápidos cuando los problemas a ser resueltos están commensurados de acuerdo a: Su experiencia pasada, conocimiento y espíritu de confianza.

26. El aprendizaje se acelera cuando el aprendiz tiene un criterio por el cual puede juzgar su propio progreso.

27. El criterio del aprendizaje no es lo que piensa el instructor, ni los grados obtenidos, ni la habilidad para usar una técnica ha pedido del instructor, sino que su medida es más bien lo que el aprendiz utiliza de lo que ha aprendido voluntariamente día a día.

28. La iniciación del aprendizaje es una necesidad que debe ser satisfecha, el procedimiento es su propia acción, el fin inmediato es la satisfacción de la necesidad, el objetivo intermedio es el uso de lo que es conocido en el comportamiento diario de uno, el final, es la reorganización del comportamiento en dirección a lo que es más amplio y mejor.

C. Puntos Importantes de la Motivación en la Enseñanza de Adultos.

1. Tenga un propósito definido para todas las actividades del aprendizaje de los adultos, especialmente para aquéllas de carácter voluntario, que no cuentan con ningún propósito externo preconcebido para mantener la asistencia y la participación.

2. Las tendencias instintivas, tales como la curiosidad, la emulación, la aprobación social, la manipulación física y mental y otras tendencias por el estilo, proporcionan la base para motivar las actividades educativas. Ofrezca libremente oportunidades para el funcionamiento legítimo y el estímulo de esas tendencias como base para la motivación intrínseca.

3. Provea actividades en que el grupo participe. El interés se despierta con la participación. El éxito de las empresas de grupo se mide en proporción directa con el número de las que participan activamente en ellos.

4. Luche por despertar temprano el interés del auditorio. Un comienzo poco interesante requiere luego un esfuerzo extraordinario para obtener un final brillante, tanto en las empresas intelectuales, como en las carreras hípicas.

5. El entusiasmo y la actividad de parte del líder son esenciales para obtener una reacción entusiasta del grupo. El entusiasmo procrea el entusiasmo del mismo modo que el interés procrea el interés. El liderato en las actividades de adultos debe ser activo y entusiasta.

6. Organice bien los materiales que han de constituír la base del programa educativo. Cerciórese de que haya una definición clara de los objetivos y un plan de trabajo bien organizado para lograrlos. Evite la inseguridad, la confusión y dar la impresión de que se carece de finalidad o propósito.

7. Demuestre la importancia de los materiales que ha de presentar para lograr el fín que se ha propuesto. Aprender por el placer de aprender o para un uso indeterminado en el futuro tiene muy poca cabida en la educación escolar en general y ninguna en la educación de adultos.

8. Haga referencias frecuentes a la experiencia previa, al conocimiento y a la información y derive aplicaciones frecuentes y use las habilidades desarrolladas anteriormente para motivar actividades actuales.

9. Use las ilustraciones o ejemplos libremente. Los materiales concretos en la forma de ayudas visuales son particularmente eficaces para estimular el interés y aclarar el pensamiento.

10. Recuerde que la base para la acción es la emoción más bien que la razón. Pero deje que la emoción sea la aliada de la razón antes que su dueña-que emocione la racional.

11. Permita que cada programa se cierre con un sentimiento de satisfacción por haber logrado algo definido, de haber hecho una contribución al fin perseguido.

12. El buen resumen es esencial para la coherencia y la cabalidad y deja en las mentes de los que participan un sentido de terminación. Para aquellas actividades educativas que continúen deje algo que los estudiantes esperen con avidez*.

---

* Mueller Alfred D. Principles and Methods in Adult Education. New York. Prentice-Hall Inc. 1940. pp. 44-45

ct/IX/22/72

DECLARACION DE LIMA

La Tercera Reunión del Consejo Interamericano Económico y Social (CIES), al nivel Ministerial, celebrada en Lima, Perú, en Diciembre de 1964, aprobó la siguiente declaración:

a) "El exámen del avance de la Alianza para el Progreso pone en evidencia que la mayoría de los países latinoamericanos han establecido instrumentos legales conducentes a la realización de la Reforma Agraria. De otro lado, se han adoptado algunas medidas relacionadas con la promoción agropecuaria, tales como la colonización de nuevas tierras, programas de crédito agrícola y asistencia técnica.

b) Los cambios estructurales que la Reforma Agraria implica, son condición fundamental para el desarrollo de los países de la región; y esta reforma para ser válida deberá:

1) Producir un cambio en la estructura de la tenencia de la tierra que permita aumentar el ingreso del campesino y optimizar la combinación de los factores de la producción del agro;

2) Dar a la tierra su función social, impidiendo que aquella y la renta que genera, se conviertan en instrumento de especulación y dominación económica;

3) Modernizar la vida rural integrando al campesino en la economía nacional y dando lugar al incremento de la demanda de productos de los otros sectores;

4) Mejorar la estructura del poder mediante una real participación del campesino en las decisiones y en las oportunidades políticas, económicas y sociales.

c) En general los esfuerzos realizados hasta ahora han sido insuficientes para el logro de los objetivos que debe satisfacer la Reforma Agraria. Además, la producción agropecuaria ha crecido a un ritmo más lento que la población; por ambas razones, no hay mejora apreciable de las condiciones de vida de las grandes masas campesinas, lo que constituye un serio obstáculo, para el desarrollo económico y el fortalecimiento de las instituciones democráticas.

d) Es innegable la relación que existe entre la anacrónica estructura de la tenencia de la tierra y la situación antes anotada, por lo cual corresponde encarar decididamente la solución de los problemas de dicha tenencia mediante la ejecución de reformas sustanciales en escala significativa, a fin de sustituír el regimen de latifundio y minifundio por un sistema justo de propiedad. Paralelamente para la promoción agropecuaria urge fortalecer los programas de crédito agrícola y asistencia técnica, así como los de expansión de las áreas agrícolas mediante la colonización de nuevas tierras, allí donde la relación hombre-tierra sea insuficiente.

e) No es aceptable que la expansión de la producción agrícola y la colonización puedar sustituír la Reforma Agraria. Tal como la Carta de Punta del Este lo declara, a reforma debe estar orientada a la efectiva transformación de las estructuras, eliminando los sistemas injustos de propiedad y explotación de la tierra.

f) De acuerdo a la doctrina aceptada en América, la Reforma Agraria debe ser integral. Esto significa que la solución del problema de tenencia de la tierra debe estar acompañada de la asistencia ténica, económica y social, así como también

de sistemas adecuados de comercialización de los productos agropecuarios que aseguren precios justos a fin de que la tierra constituya para el hombre que la trabaja, base de su estabilidad económica, fundamento de su progresivo bie - nestar y garantía de su libertad y dignidad.

g) Así mismo, la Reforma Agraria debe ser integrada, o sea, que su planeamiento y ejecución tienen que estar en armonía con el desarrollo planificado de todos los demás sectores de la economía.

h) La programación de la Reforma Agraria debe efectuarse sobre la base de la uti lización de los elementos disponibles evitando perfeccionismos dilatorios, a fin de lograr la mayor rapidez en su ejecución.

i) Finalmente, dada la urgencia de los problemas agrarios que los gobiernos deben superar en muy corto plazo, los obstáculos legales, financieros, administrativos y políticos, que están postergando el cabal cumplimiento del compromiso con - traído en el Punto 6 del Título I de la Carta de Punta del Este, particularmente aquellos que se refieren a la afectación de la propiedad rural y a las expropia - ciones".

PROGRAMACION SIMPLIFICADA

Ing. Abrahám Febres C.

A. Introducción

La programación simplificada*, llamada también presupuesto sistemático, es un instrumento para determinar la combinación de cultivos y/o actividades ganaderas que darán el mayor ingreso neto de una cantidad fija de recursos disponibles. Cada agricultor tiene una cierta cantidad de tierra, mano de obra familiar, capital de inversión y otros recursos disponibles a su alcance. La manera en que el agricultor use los recursos antes mencionados en la producción de cultivos y crianza de ganado determinará el nivel de ingresos que él podrá alcanzar.

El primer paso en el planeamiento del fundo, usando programación simplificada, es la preparación de presupuestos para cada cultivo y/o actividad ganadera que muestre la cantidad de recursos requeridos por hectárea de cultivo o por unidad animal, así mismo debe incluirse el ingreso neto por unidad de cada actividad.

El segundo paso consiste en la preparación del inventario de recursos disponibles por parte del agricultor. Este inventario debe ser lo más preciso posible.

Una vez que se ha cumplido con los pasos anteriores, un conjunto de procedimientos son seguidos para determinar la cantidad de cultivos o actividades ganaderas más ventajosas que deben incluirse en la operación del fundo. El principio implicado en la maximización del ingreso neto del fundo es el empleo total de cada recurso limitante en su uso más ventajoso. Por ejemplo, si la tierra es completamente usada, el objetivo es recibir tanto ingreso neto por hectáreas como sea posible. En general, tres tipos de información son necesarios antes de iniciar el proceso de planeamiento; información que puede ser preparada en forma tabular a fin de usar la programación simplificada.

La primera tabla incluye la cantidad de tierra, mano de obra, capital de inversión y otros recursos disponibles; así como también la cantidad de cada uno de estos recursos requeridos por las diferentes actividades a ser consideradas dentro del plan de operación.

* Wathers, Clyde. "Simplified Programming... a tool in Farm Planning". Circular No. 447, 1964. North Carolina Extensión Service. Raleigh.

La segunda tabla muestra la cantidad máxima de cada cultivo o actividad ganadera que podría ser producida si ella fuera la única actividad ha incluirse en la operación del fundo.

La tercera tabla, en un sentido restringido, es una estimación de los retornos netos por unidad de cada recurso que participa en la producción de cada una de las actividades consideradas.

Una vez que se han preparado las tablas de información, un procedimiento en detalle es usado para seleccionar la combinación de actividades que maximizarán el ingreso neto del fundo. La actividad que tiene el más alto ingreso neto en la segunda tabla, es incluida primero y luego las otras actividades son añadidas en una manera sistemática hasta que cada recurso limitante haya sido totalmente usado del modo más ventajoso como sea posible.

Si bien es cierto que un plan óptimo para un fundo, determinado a través de la programación simplificada, es la meta del agricultor individual, es también importante pensar que el uso más valioso que se puede hacer del plan es el de considerarlo como una base para los posibles cambios necesarios en el conjunto de recursos y en los cultivos y actividades ganaderas factibles de ser incluidos en el plan de operación del fundo.

B. Pasos a Seguir en el Planeamiento del Fundo

1. Selección de actividades. Si en el planeamiento del fundo se usa el método de programación simplificada, no debe considerarse más de diez presupuestos de actividades, debido a lo complicado que es la selección de actividades por este método.

En la selección de actividades debe considerarse varios factores, tales como:

a. Intereses y deseos del agricultor en cuanto al trabajo a realizar y la significación que tiene para él incrementar sus ingresos netos.

b. Cultivos y ganado existente en los cuales el agricultor tiene experiencia, lo que le permitirá hacer un mejor trabajo.

c. Adaptabilidad de cultivos y ganado a las condiciones del fundo.

d. Reglamentaciones en cuanto a la máxima extensión a conducirse en un cultivo en particular.

e. Disponibilidad de recursos.

f. Existencia de un mercado para los productos.

2. Preparación del presupuesto de actividades o rubros. En la preparación del presupuesto de cada actividad debe considerarse los estimados de rendimiento y precio con la mayor certidumbre posible, para los cuales son de gran valor los registros del fundo, así como también los costos incurridos en la producción de cada unidad de actividad.

El costo total de producir cualquier producto agrícola está conformado por costos variables, costos fijos y costos conjuntos. Los costos variables siempre deben ser incluídos en el presupuesto de una actividad y los costos fijos, no siempre. Estos deben ser incluídos si el agricultor está considerando el inicio de una determinada actividad y no dispone de las instalaciones y equipos necesarios; los costos fijos no deben ser incluídos en las actividades que pueden hacer uso de las facilidades o servicios ya existentes en el fundo. Por otro lado, el agricultor podría estar interesado en expandir su producción más allá de la capacidad existente, en este caso un presupuesto adicional debe ser preparado el cual incluya tanto los costos variables como los costos fijos requeridos para producir una unidad de dicha actividad.

Los costos conjuntos, tales como depreciación, mantenimiento, impuestos, seguros, etc., de instalaciones y equipos usados en varias actividades y que no pueden ser asignados a una actividad individual, no deben ser considerados en el presupuesto respectivo.

3. Preparación de la tabla de recursos-requerimientos. Después de haber seleccionado las actividades a ser consideradas, y el presupuesto de cada una de ellas ha sido preparado, una tabla de recursos-requerimientos debe ser preparado. Esta tabla contiene el conjunto de recursos disponibles y la cantidad de cada recurso que es necesario para producir una unidad de cada actividad que ha sido considerada. En nuestro procedimiento llamamos a esta Tabla I.

Debe tenerse mucho cuidado en la preparación de dicha tabla, ya que se debe estar seguro de los requerimientos de recursos por cada actividad, sobre todo teniendo en cuenta que dichos requerimientos generalmente difieren entre un fundo y otro.

Una vez que la Tabla I está terminada, la determinación de la combinación de actividad es más ventajosa se reduce a simples cálculos aritméticos.

4. Preparación de la Tabla II

Cantidad máxima de cada actividad. Esta tabla se prepara dividiendo la cantidad de recursos disponibles entre la cantidad de recursos requeridos por cada actividad, los cuales se muestran en la Tabla I.

La cifra más baja que aparece debajo de cada actividad en la Tabla II, es la máxima cantidad de dicha actividad que puede ser incluida en el plan del fundo. En esta tabla también se incluye el máximo ingreso neto obtenible de cada actividad, y que resulta de multiplicar la cantidad máxima de ésta por su respectivo ingreso neto que aparece en la Tabla I.

5. Preparación de la Tabla III

Ingreso o retorno por unidad de recurso. Esta tabla se prepara dividiendo el ingreso neto por unidad de cada actividad entre la cantidad de cada recurso requerido por la misma. La información necesaria para la preparación de esta tabla proviene de la Tabla I.

6. Preparación de la Tabla IV

Planeamiento del fundo. El objetivo del plan es seleccionar la combinación de actividades que permitirán al agricultor alcanzar el más alto nivel de ingresos, dentro de sus posibilidades, de un conjunto de recursos disponibles en la unidad agrícola. Para lograr esto, cada recurso que es consumido en la producción de cultivos o actividades ganaderas debiera ser usado en la actividad que da el más alto ingreso por unidad de recurso consumido. Este principio debe ser mantenido durante todo el proceso de planeamiento de la operación del fundo.

A fin de ilustrar el método de programación simplificada en el planeamiento del fundo vamos a dar un ejemplo práctico con datos tomados del estudio costos de producción de diversos cultivos en la zona de Chincha, realizado por el programa conjunto CEA-ISRAEL en setiembre de 1966. En este ejemplo tomaremos un fundo de cinco hectáreas y cuyos otros recursos disponibles se muestran en la Tabla I.

TABLA I. SITUACION DE RECURSOS Y REQUERIMIENTOS POR CULTIVO POR HECTAREA

Recursos y Limitaciones	Cantidad Disponible	ACTIVIDADES							
		Frijol Canario (Marzo)	Mani Criollo (Octubre)	Papa (Mayo)	Tomate Espaldera (Diciembre)	Maiz Hibrido (Mayo)	Maiz Choclo (Noviembr.)	Yuca (Octubre)	Algodón (Julio)
TIERRA									
Ene. Mar	5 Ha.	1	1	0	1	0	1	1	1
Abr. Jun.	5 "	1	0	1	1	1	0	1	1
Jul. Sep.	5 "	1	0	1	0	1	0	0	1
Oct. Dic.	5 "	0	1	1	1	1	1	1	1
AGUA									
En- Mar.	25.000 m3	1900	4200	0	9360	0	6.500	6700	800
Abr. Jun.	15,000 "	6650	0	2975	1040	2940	0	3800	3000
Jul. Sep.	10,000 "	950	0	5520	0	6860	0	0	6500
Oct. Dic.	15.000 "	0	7800	0	0	0	3.500	6000	6000
Mano de Obra									
Ene - Mr.	250 Jorn.	11	37 5	0	34	0	26	7	23.5
Abr - Jun	200 "	20	0	26	108	25	0	31	9.5
Jul - Sept	200 "	13	0	25	0	10	0	0	20.0
Oct- Dic	200 "	0	27 5	16	38	15	25	21	17.0
CAPITAL									
Ene - Mar	15,000	2.107	2830	0	7136	0	3242	1869	1679
Abr - Jun	15,000	3555	0	10171	5938	3770	0	2392	1397
Jul - Sep.	15.000	1218	0	3449	0	2787	0	560	4185
Oct - Dic.	15.000	0	5796	1712	4178	840	3905	3729	3139
Papa(Lima)	1.5 Ha.	0	0	1	0	0	0	0	0
Tomate(Lim)	1.0 Ha.	0	0	0	1	0	0	0	0
INGRESO NETO S/.		1979	3672	5758	12239	3343	3113	7112	895

Comentarios a la Tabla I

Como ya se ha indicado, las actividades a ser consideradas en esta tabla previamente han sido seleccionadas, y cuya construcción se basa en la información suministrada por los presupuestos de cada actividad.

Las columnas representan las actividades con sus respectivos requerimientos de recursos para la producción de una unidad, y las filas representan los recursos y limitaciones, incluyendo las cantidades disponibles que van a ser usadas por el conjunto de actividades seleccionadas. Así por ejemplo, una hectárea de cultivo de papa, requerirá 1 hectárea de tierra abril-junio, 5.520 m^3 de agua julio-setiembre, 16 jornadas de mano de obra octubre-diciembre, etc. En cambio cuando se trata de un recurso, digamos mano de obra abril-junio, sabemos que tenemos disponible en ese periódo 200 jornadas, las cuales pueden ser usadas 20 por fríjol canario, 26 por papa, etc.

Es conveniente anotar que si bien es cierto se ha sido cuidadoso en la selección de actividades, no deja de ser menos importante la calificación de los recursos, es decir si ellos verdaderamente tienen características de ser restrictivos. Así por ejemplo, el recurso agua en un fundo donde ésta existe en exceso; en nuestros pasos previos al planeamiento no necesitamos incluir dicho recurso, porque en ningún momento será restrictivo.

TABLA II- MAXIMA CANTIDAD DE CADA ACTIVIDAD

Recursos	Cantidad Disponible	ACTIVIDADES							
		Frijol canario	Mani criollo	Papa	Tomate espaldera	Maíz Hibrido	Maíz Choclo	Yuca	Algodón
Tierra									
Ene Mar.	5 Ha.	5	5	-	5	-	5	5	5
Abr Jun	5 Ha.	5	-	5	5	5	5	5	5
Jul. Sept.	5 Ha.	5	-	5	-	5	-	5	5
Oct. Dic,	5 Ha.	-	5	5	5	5	5	5	5
Agua									
Ene - Mar	25,000 m3	13.16	5.95	-	2.67	-	3.85	3.73	31.25
Abr - Jun	15.000 "	2.26	-	5.04	14.42	5.10		3.95	5.00
Jul - Sep.	10.000 "	10.53	-	1.81	-	1.46	-	-	1.54
Oct - Dic.	15.000 "	-	1.92	-	-	-	4.28	2.50	2.50
Mano de Obra									
Ene - Mar	250 Jorn	22.73	6.67	-	7.35	-	9.61	35.71	10.64
Abr - Jun	200 "	10.0	-	7.69	1.85	8.00	-	6.45	21.05
Jul - Sep.	200 "	15.38	-	8.00	-	20.00	-	-	10.00
Oct. Dic.	200 "	-	7.27	12.50	5.26	13.33	8.00	9.52	11.76
Capital									
Ene Mar.	15.000	7.12	5.30	-	2.10	-	4.63	8.02	8.93
Abr. Jun.	15.000	4.22	-	1.47	2.53	3.98	-	6.27	10.74
Jul. Sep.	15.000	12.32	-	4.35	-	5.38	-	26.78	3.58
Oct. Dic.	15.000	-	2.59	8.76	3.59	17.86	3.84	4.02	4.78
Papa (Lim)	1.5 Ha	-	-	1.5	-	-	-	-	-
Tomate(Lim)	1.0 Ha	-	-	-	1.00	-	-	-	-
Máximo ingreso	Neto S/.....	4.472	7.050	8.464	12.239	4.880	11.954	17.780	1.378

Comentarios a la Tabla II

Esta tabla se construye teniendo en mente como si cada actividad considerada fuera la única que va a hacer uso de los recursos disponibles con que cuenta el agricultor. Así por ejemplo, en la columna de la actividad fríjol canario encontramos una serie de cifras, una de las cuales 2.26, que corresponde al recurso agua abril-junio, es la menor y que expresa la máxima cantidad de fríjol canario que puede conducirse en el fundo debido a que en este período las exigencias del fríjol por agua son altas.

$$\frac{15.000}{6.650} = 2.26$$

Otras cifras bajo la misma columna no son de importancia, debido a que el factor agua para el período mencionado es el que limita la extensión del cultivo.

TABLA III-

Recursos	ACTIVIDADES							
	Frijol Canario	Mani Criollo	Papa	Tomate Espaldera	Maíz Hibrido	Maíz Choclo	Yuca	Algodón
Tierra								
Ene - Mar	1979	3672	-	12239	-	3113	7112	895
Abr - Jun	1979	-	5758	12239	3343	-	7112	895
Jul - Sep	1979	-	5758	-	3343	-	-	895
Oct - Dic	1979	3672	5758	12239	3343	3113	7112	895
Agua								
Ene - Mar	1.04	0.87	-	1.31	-	0.48	1.06	1.12
Abr - Jun	0.30	-	1.94	11.77	1.1	-	1.87	0.30
Jul - Sep	2.08	-	1.04		0.49	-	-	0.14
Oct - Dic	—	0.47	-	—	—	0.89	1.19	0.15
Mano de obra								
Ene - Mar	179.91	97.92	-	539.97	-	119.73	1016.00	38.08
Abr - Jun	98.95	-	221.46	113.32	133.32	-	229.42	94.21
Jul - Sep	152.23	-	230.30	-	334.30	-	-	44.75
Oct - Dic	-	133.53	359.88	322.08	222.87	124.52	338.67	52.65
Capital								
Ene - Mar	0.94	1.30	-	1.72	-	0.96	3.81	0.53
Abr - Jun	0.56	-	0.57	2.06	0.89	-	2.87	0.64
Jul - Sep	1.62	-	1.67	-	1.20	-	12.70	0.21
Oct - Dic,	-	0.63	3.36	2.93	3.98	0.80	1.91	0.29
Papa (Lim)	-	-	5758.00	-	-	-	-	-
Tomate (Lim)	-	-	-	122.39	-	-	-	-

Comentarios a la Tabla III

Esta tabla es de gran importancia y es usada continuamente a través del proceso de planeamiento. Teniendo en mente esta tabla podemos usar los recursos más escasos de la manera más eficiente. Así por ejemplo, suponiendo que el recurso más escaso fuera capital abril-junio, en la fila correspondiente buscaríamos cuál es la actividad que paga mejor por dichos recursos, en nuestro caso es el cultivo de Yuca que permite usarlo más eficientemente.

TABLA IV - PLAN DEL FUNDO

ACTIVIDADES	RECURSOS Y							
	TIERRA				AGUA			
	E - M	A - J	J - S	O - D	E - M	A - J	J - S	O - D
Recursos no usados	5	5	5	5	25.000	15.000	10.000	15.000
YUCA 2.5	2.5	2.5	0	2.5	16.750	9.500	-	15.000
Recursos no usados	2.5	2.5	5	2.5	8.250	5.500	10.000	0
Tomate 0.881	0.881	0.881	-	0.881	8.246	916	-	-
Recursos no usados	1.679	1.619	5	1.619	+ 0	4.584	10.000	0
MAIZ HIBRIDO 1.005	0	1.005	1.005	1.005	- 0	2.954	6.894	0
Recursos no usados	1.619	0.614	3.995	0.614	0	1.630	3.106	0

LIMITACIONES										INGRESO NETO S/.
MANO DE OBRA				CAPITAL				PAPA	TOMATE	
E - M	A - J	J - S	O - D	E - M	A - J	J - S	O - D	(Limita)	(Limita)	
250 17.5	200 77.5	200 -	200 52.5	15000 4672	15000 5980	15000 1400	15000 9317	1.5 -	1.0 -	0 17780.=
232.5 30	122.5 95	200 -	147.5 33.5	10328 6287	9020 5231	13600 -	5683 3680	1.5 -	1.0 0.881	10783.=
202.5 0	27.5 25.0	200 10	114 15	4041 0	3789 3789	13600 2800	2003 844	1.5 0	0.119 0	3360.=
202.5	2.5	190	99	4041	0	10800	1159	1.5	0.119	31.923

Comentarios a la Tabla IV

El primer paso en el planeamiento de la operación del fundo usando las tablas I a III es incluir en la Tabla IV los recursos no usados disponibles; por ejemplo, Tierra Enero-marzo cinco hectáreas, agua abril-junio 15.000 m^3, etc.

Enseguida, usando la Tabla II se selecciona la primera actividad, ha de ser considerada en el Plan del fundo, escogiéndose aquella que da el más alto ingreso neto. En el presente caso es el cultivo de Yuca con 2.5 hectáreas que da S/. 17.780,=; de máximo ingreso neto. Si yuca es incluido en el plan, el recurso que se agotará (Tabla IV) es agua octubre-diciembre. Una mirada a la Tabla III permite observar que ninguna otra actividad paga mejor que yuca por el recurso agotado, es decir la decisión es correcta. Enseguida, usando la Tabla I, se determina la cantidad de cada recurso que será usado por 2.5 hectáreas de yuca.

El siguiente paso es determinar qué otra actividad debe incluirse en el plan. Para esto se usa la Tabla II, seleccionándose aquella actividad que da más alto ingreso neto después de yuca. Tomate es la actividad inmediata. Cuánto de tomate podemos incluír en el Plan? para responder a esta pregunta, se divide los recursos no usados, después de haber incluído yuca (Tabla IV), entre los requerimientos de Tomate (Tabla I) obteniéndose 0.881 hectáreas con lo cual se agota el recurso agua enero-marzo. Para saber si el agua está correctamente asignada, se recurre a la Tabla III y se observa que tomate es la actividad que mejor paga (1.31). Luego incluimos Tomate en el Plan. Usando la Tabla I se determina la cantidad de cada recurso que es usado por 0.881 de tomate.

La actividad siguiente a ser considerada, usando la Tabla II, es maíz choclo. Pero este cultivo requiere agua en el período enero-marzo que ha sido agotada por tomate. Se da una mirada a la Tabla III y se observa que tomate paga mejor que maíz choclo por dicho recurso, luego descartamos esta actividad del plan.

Volviendo a la Tabla II, el cultivo de papa sería el siguiente, pero es descartado por el limitado capital abril-junio y las grandes exigencias en este período por la actividad papa. Luego pasamos a maní criollo, pero este cultivo requiere agua octubre-diciembre (Tabla I) que ha sido agotada por yuca, incluida, quien a su vez paga mejor por dichos recursos (Tabla III); por tanto también se descarta maní del plan. La actividad siguiente (Tabla II) sería maíz híbrido, el cual no usa ninguno de los recursos agotados por los anteriores cultivos, pudiendo ser incluído en el plan.

La cantidad de maíz híbrido a ser considerado en el plan se determina dividiendo la cantidad de recursos no usados (después de haber incluído yuca y tomate) (Tabla IV) entre los requerimientos de esta actividad (Tabla I) obteniéndose la cifra de 1.005 de maíz híbrido que es incluída en el plan, la que a su vez agota capital abril-junio (Tabla IV) recurso mejor pagado que por cualquiera otra actividad aun no incluída en el plan(Tabla III).

En la Tabla IV se observa que aun quedan recursos sin usar, los cuales podrían ser empleados por aquellas actividades todavía no consideradas en el plan.

En la tabla II, se examinan aquellas actividades que no han sido incluidas en el plan o que no fueron descartadas de él; estas son frijol canario y algodón. Analizando la situación de frijol canario en la Tabla I, se ve que esta actividad necesita agua enero-marzo que ha sido agotada por el tomate. Cuál de estos cultivos paga mejor por el recurso agotado? La Tabla III nos muestra que tomate paga más que frijol canario, luego, no podemos incluir esta actividad en el plan, porque de hacerse desplazaría a tomate. La no consideración del algodón se debe a las mismas razones anteriormente expresadas.

En conclusión, con las condiciones establecidas, la combinación de actividades que maximiza ingresos netos será:

Yuca	2.500 hectáreas
Tomate	0.881 hectáreas
Maíz híbrido	1.005 hectáreas

que totalizan un ingreso neto de S/. 31.923,oo

Cabe insistir, que si bien es importante poder determinar la combinación de cultivos que permitan alcanzar los más altos ingresos netos, no deja de ser importante otros usos que se puedan dar al plan, como es el de analizar el total de la operación agrícola para determinar los cambios necesarios en el conjunto de recursos y en las actividades a ser conducidas.

En el plan que se acaba de diseñar se ve por ejemplo, que la mano de obra no ha sido totalmente utilizada, sobre todo en los periodos enero-marzo y julio-setiembre en que se ha empleado solamente el 19% y 5% respectivamente, lo que quiere decir que no existe un buen balance entre la disponibilidad de mano de obra y el resto de recursos. En el período julio-setiembre se observa que han quedado sin utilizar 3.995 hectáreas de tierra, 3.106m^3 de agua, 190 jornadas de mano de obra y S/. 10.800 de capital. No sería posible la introducción de un cultivo de corto período vegetativo que utilice los recursos mencionados? Qué posibilidades hay de introducir una actividad ganadera que permita usar la mano de obra sobrante? Qué sucedería si se cambia la época de siembra de algunos de los cultivos? Estas y otras preguntas se pueden resolver en una forma racional basándose en el plan diseñado utilizando el método de la programación simplificada.

AF/cjr IX-5-1972

EXTENSION O COMUNICACION

Paulo Freire

Acercamiento Semántico al Término Extensión

La primera preocupación que se nos impone al empezar este estudio, es someter la palabra extensión a un análisis crítico. Desde un punto de vista semántico sabemos que las palabras tienen un "sentido de base" y un "sentido contextual".

"Pedro es un agrónomo y trabaja en extensión".

El sentido del término extensión, en este último contexto, constituye el objeto de nuestro estudio. Indica la acción de extender, y de extender en su regencia sintáctica de doble complementación, extender hacia alguién o hacia un espacio. Veamos el término extensión en el contexto. "Pedro es agrónomo y trabaja en extensión". En primer lugar el término "agrónomo" del contexto hace que se subentienda el atributo agrícola del término extensión. Además significa que Pedro ejerce profesionalmente una acción que se da en una cierta realidad: la realidad agraria, que no existiría como tal sino fuera por la presencia humana en ella. Su acción, es pues, la extensionista; la de quien extiende algo hacia alguien (a hacia un espacio). Lo que busca el extensionista es extender sus conocimientos, sus técnicas. Pero, a hacia qué se extiende sus conocimientos y sus técnicas? Por ejemplo en un asentamiento de la Reforma Agraria que esté sufriendo el fenómeno de la erosión y que obstaculiza su productividad o se dirige la acción extensionista directamente hacia el área erosionada a hacia los asentados que se encuentran mediatizados por la realidad de su asentamiento, en la cual se verifica el fenómeno de la erosión?

Si la acción extensionista del agrónomo se diera directamente sobre el fenómeno o sobre el desafío, en este caso, de la erosión, sin considerar en todo momento la presencia humana de los asentados, el concepto de extensión aplicado a su acción no tendría éxito.

Pero, precisamente como una acción de extensión se da en el dominio de lo humano y no de lo natural, lo que aquí vale decir que la extensión de sus conocimientos y de sus técnicas se ejerce en los hombres para que puedan trasformar mejor el mundo en que están, aquí el concepto de extensión tampoco tiene sentido desde un punto de vista humanista.

Con el término extensión estamos inducidos a pensar en:

Extensión - Transmisión
" - Sujeto activo (el que transmite)
" - Contenido (que es elegido por quien transmite)
" - Recipiente (del contenido)
" - Superioridad (del contenido de quien entrega)
" - Inferioridad (de quienes reciben)
" - Mecanicismo (en la acción de quien extiende)
" - Invasión cultural (a través del contenido llevado) que refleja una visión del mundo de quienes llevan, que se superpone a los de quienes pasivamente reciben.

De ahí que el término extensión se encuentra en relación significativa con transmisión, entrega, donación, mecanicismo, invasión cultural, etc.

Y todos estos términos involucran acciones que, transformando el hombre en "cosa", lo niega como un ser de la transformación del mundo. Y además de negar como veremos también, la formación y la constitución del conocimiento auténtico. Y además de negar la acción y la reflexión verdaderos a quienes son objeto de tales acciones.

Podrá decirse que la extensión no es ésto; que la extensión es educativa. Por ello es que la primera reflexión crítica de este estudio viene incidiendo sobre el concepto mismo de extensión sobre su "campo asociativo" de significación y que no corresponde a un quehacer educativo y liberador. No queremos negar al agrónomo que actúa en este sector, el derecho de tener el deber de ser un educador-educado, con los campesinos, educados-educadores. Por el contrario, precisamente porque estamos convencidos de que este es su deber y su tarea, tarea de educar y educarse, no podemos aceptar que se ha rotulado con un concepto que la niega.

Desde el momento en que extensión hable de persuadir a las poblaciones rurales a aceptar algo, se hace inconciliable con la educación, que solo es verdadera cuando encarna la búsqueda permanente que hacen los hombres, los unos con los otros, en y con un mundo en que están. A los campesinos no hay que persuadirlos para que acepten algo. Cualquiera sea su contenido comercial, ideológico o técnico, ella es siempre domesticadora. Persuadir supone en el fondo, un sujeto que persuade, de esta o aquella forma, y un objeto sobre el cual incide la acción de persuadir. En este caso, el sujeto es el extensionista; el objeto, los campesinos.

Ni a los campesinos ni a nadie se persuade. A los hombres se les problematiza su situación concreta, objetiva, real, para que, captándola críticamente operen, también críticamente sobre ella. Esta es por cierto, la labor auténtica del agrónomo como educador. Como educador, su tarea corresponde al concepto de comunicación y al de extensión.

El equívoco gnoseológico de la extensión

La expresión extensión educativa es una contradicción en sus términos. Educar y educarse no es extender algo desde la "sede del saber" hacia "la sede de la ignorancia" para "salvar" con este "saber postizo" a los que habitan en ésta.

Por el contrario, educar y educarse es tarea de quienes saben que poco saben -por ello pueden llegar a saber mas- en diálogo con quienes, casi siempre, piensan que nada saben (el campesino descubre que puede llegar a saber mas, porque es consciente de que poco sabe). No consideramos demasiado repetir algunas afirmaciones con la intención de aclarar mejor nuestro pensamiento.

En la misma medida que en el término extensión está implícita la acción de llevar, de entregar, de transferir, de depositar algo a alguien, resulta en su concepto una connotación indiscutiblemente mecanicista. Pero como este algo que está siendo llevado o transmitido (depositado en alguien que son los campesinos) es un conjunto de procedimientos técnicos que implican y son conocimientos, se impone algunas preguntas. En primer lugar: es exactamente conocer, el acto a través del cual un sujeto (el campesino) transformado en objeto, recibe pacientemente un contenido de otro (del agrónomo, etc.). Este contenido, que es conocimiento de algo? Puede ser tratado como si fuera algo estático o estará o no sometido el conocimiento a acondicionamientos histórico-sociológicos?

Conocer no es el acto al través del cual un sujeto transformado en objeto, recibe dócil y pasivamente los contenidos que otro le regala o impone.

El conocimiento, por el contrario implica una presencia curiosa del sujeto (del campesino) frente al mundo. Implica una acción transformadora sobre la realidad, una búsqueda constante, invención y reinvención, la reflexión crítica de uno sobre el acto mismo de conocer.

Conocer es tarea de sujetos y no de objetos y solamente mientras sea sujeto puede realmente el hombre conocer. Por el contrario, aquel que es llevado de contenidos de algo por otro cuya inteligencia no percibe, de contenidos que contradice la forma propia de estar en su mundo sin que sea desafiado, no aprende.

Ahora bien, el hombre no puede ser comprendido fuera de sus relaciones con el mundo, puesto que es un ser en situación. En estas relaciones con el mundo, a través de su acción sobre él, el hombre se encuentra marcado por los resultados de su propia acción.

Actuando, transforma, transformando crea una realidad que a su vez, envolviéndolo, condiciona su propia forma de actuar.

No hay, por ello mismo, posibilidad de dicotomizar el hombre del mundo, puesto que no existe el uno sin el otro.

Es a través de estas relaciones, en que transforma y aprehende la presencia de las cosas, (aunque no es todavía conocimiento), aunque no desveladas en sus auténticas interrelaciones y sin embargo, el hecho de que los fenómenos naturales, la realidad objetiva se les aparece como presencias cuyas interrelaciones auténticas no perciben, no significa que no establezcan relaciones entre ellos.

Hay igualmente una percepción de la presencia de los objetos, aunque no hay el adentramiento que daría la percepción óntica de los objetos (de su razón de ser).

Tal es, lo que pasa con el tipo de pensamiento mágico (en el que se da la percepción mágica de la realidad frecuente entre nuestros campesinos). Imposibilitado de captar el desafío que lo abruma en sus relaciones auténticas con los hechos, perplejo frente a la apariencia misteriosa, inseguro de sí, el hombre se torna mágico.

Nos contó un agrónomo chileno que encontró una comunidad totalmente abrumada frente a una plaga de insectos. Preguntándoles qué acostumbraban a hacer en casos como éste, obtuvo la respuesta de que la primera vez que les había sido impuesto semejante castigo un sacerdote había salvado la plantación, porque con sus oraciones los animales habían huido asustados.

Ahora bien? Qué hacer, desde el punto de vista educativo, en una comunidad campesina que se encuentra a un nivel preponderantemente mágico de pensamiento y de percepción del mundo? Qué hacer con comunidades que se hallan así, cuyo pensar y cuya acción, ambos mágicos y condicionados por la propia estructura en que están, obstaculizan su labor? Cómo sustituir los procedimientos de estos hombres frente a la naturaleza, constituidos en los marcos mágicos de su cultura?

La respuesta no puede estar en la extensión mecanicista de los procedimientos técnicos de los agrónomos hacia ellos.

El pensamiento mágico no es ilógico ni prelógico. Tiene una estructura lógica, interna y tiende a ser reemplazado mecanicistamente por otro. Este modo de pensar, como cualquiera que pueda resultar diferente, se halla indestructiblemente ligado a un lenguaje, a una estructura y a una forma de actuar. El superponer a él otra forma de pensar, que implica otro lenguaje, otra estructura y otra manera de actuar, le provoca una reacción natural; una reacción de defensa ante el invasor que amenaza romper el equilibrio interno.

Ahora bien, cuanto mas observamos las formas de comportarse y de pensar de nuestros campesinos, mas parece que podemos concluir que, en ciertas áreas, en mayor o menor grado ellos se encuentran mas adheridos al mundo natural que alejados de él para admirarlo. Se encuentran de tal forma cerca del mundo natural que se sienten mas como partes de él que como sus transformadores. Entre ellos y su mundo natural (y también y necesariamente cultural), hay un fuerte cordón umbilical que los liga. Esta proximidad, en la cual casi se confunden con el mundo natural, les dificulta la operación de ad-mirarlo, en la medida que la proximidad no les permita ver lo ad-mirado en perspectiva. La captación de los nexos que ligan un hecho a otro, al no poder darse en forma verdadera aunque objetiva, provoca una comprensión también no verdadera de los hechos que, a su vez, está asociada a la acción mágica.

Mientras se hable de un acto de trasferencia de un contenido desde un lugar a otro, la extensión nada o casi nada puede hacer en este sentido. Y no puede porque lo que antes hay que cambiar es la percepción del mundo.

Reconocemos que la sola presencia de objetos nuevos, de una técnica, de una forma diferente de proceder en una comunidad, provoca una actitud que puede ser desconfianza, de rechazo parcial o total, etc.

Lo que no se puede negar es que, al mantenerse el nivel de percepción del mundo, condicionado por la propia estructura social en que se encuentran los hombres, los objetos o la técnica o la forma de proceder, como manifestaciones culturales ajenas a la cultura en que se introducen, podrían ser percibidos también mágicamente.

De ahí el distorsionamiento que de modo general sufren, en el nuevo contexto al cual fueron extendidos.

La cuestión, entonces, no es tan simple como puede parecer.

En el fondo, la sustitución de técnicas empírico-mágicas por técnicas elaboradas envuelve lo cultural, los niveles de percepción que se constituyen en la estructura social; envuelve problemas de lenguaje que no pueden ser disociados del pensamiento, y ambos, lenguaje y pensamiento, no pueden serlo de la estructura.

Estamos convencidos de que cualquier esfuerzo de educación popular esté o no asociados a una capacitación técnico-profesional sea en el campo agrícola o en el industrial urbano debe tener, por las razones hasta ahora analizadas, un objetivo fundamental: a través de la problematización del hombre-mundo o del hombre en sus relaciones con el mundo y con los hombres, lograr que éstos profundicen su toma de conciencia de la realidad en que están y con la que están.

Esta profundización de la toma de conciencia, que implica asumir la circunstancia, significa traspasar el conocimiento preponderantemente sensible de la realidad y alcanzar la razón de ella.

Además, al no percibir la realidad como totalidad, en la cual se encuentran las partes en proceso de interacción, se pierde el hombre en la visión focalista de la misma realidad. La percepción parcializada de la realidad roba al hombre la posibilidad de una acción auténtica sobre ella.

Este es uno de los equívocos de algunos intentos en el sector de la organización y del desarrollo de las comunidades, como también de la llamada "capacitación de líderes". El equívoco de no ver la realidad como totalidad.

No se puede por ejemplo, pensar en la capacitación técnica de campesinos, con vistas a una mayor productividad de su trabajo, en una perspectiva humanista y científica, si en esta tentativa se ve ingenuamente el problema de la técnica.

No hay, finalmente, técnicas neutras.

Las actitudes de los campesinos, por ejemplo, frente a la erosión, a la reforestación, a la siembra, a la cosecha, tienen que ver (precisamente porque se constituyen en una estructura y no en el aire) con sus actitudes frente al culto religioso, al culto religioso, al culto de los muertos, a la enfermedad de los animales y su curación, contenidas todas manifestaciones en su totalidad cultural. Como estructura, esta totalidad cultural no puede tener una de sus partes afectadas sin que exista un automático reflejo en los demás.

De ahí que no sea posible al agrónomo-educador el cambio de actitud de los campesinos, en relación a cualquiera de estos aspectos, sin conocer su visión del mundo y sin enfrentarla en su totalidad.

Discutir la erosión implica que ella aparezca al campesino en su visión de fondo como un problema real, como un percibido destacado en sí, en relación solidaria con otros problemas. La erosión no es solamente un fenómeno natural, toda vez que la respuesta a él, como un desafío, es de orden cultural. Tanto es así que la mirada misma del hombre al mundo natural, en cierta manera, ya lo hace cultural.

Para discutir con los campesinos cualquiera cuestión de orden técnico, se impone que para ellos ésta constituya un percibido destacado en sí. Si todavía no lo es, necesita serlo; si ya lo es, es preciso que los campesinos capten tanto las interacciones entre el percibido destacado como otras dimensiones de la realidad mediante la problematización.

Esto implica un esfuerzo no de extensión sino de concientización que, bien realizado, posibilita que los individuos se "apropien" críticamente de la posición que ocupan con los demás en el mundo. Esta apropiación crítica los empuja a asumir el verdadero rol que les cabe como hombres: el de ser sujetos de una transformación del mundo con la cual se humanicen.

Por todo ésto, la labor del agrónomo no puede ser de adiestramiento, ni siquiera de entrenamiento de los campesinos con las técnicas de arar, de sembrar, de cosechar, de reforestar, etc.

Si queda satisfecho con el mero adiestrar, puede incluso que en ciertas circunstancias, consiga una mayor rentabilidad del trabajo. Sin embargo, no ha contribuido en nada o en casi nada a la afirmación de los campesinos como personas.

De esta forma, el concepto de extensión analizado desde el punto de vista semántico y desde el punto de vista de su equivocación gnoseológica, no corresponde a la labor cada vez más indispensable de orden técnico y humanista que cabe desarrollar el agrónomo.

En este capítulo intentaremos demostrar, que la teoría implícita en la extensión es antidialógica. Como tál, incompatible con una auténtica educación.

Las matrices antidialógicas y dialógicas generan maneras de actuar contradictorias, que son iluminadas por teorías que, a su vez, se oponen irreconciliablemente. Estas varias maneras de actuar, se encuentran en interacción en el quehacer antidialógico o en el dialógico. De este modo, lo que caracteriza un quehacer antidialógico no puede ser constitutivo de un quehacer dialógico y viceversa.

Entre las diversas características de la teoría antidialógica de la acción nos detendremos en una: la invasión cultural.

Toda invasión, en el dominio de lo humano, implica un sujeto que invade. Su espacio histórico-cultural, que de da una visión del mundo, es de donde parte para penetrar otro espacio histórico-culturalm superponiendo a los individuos de éste su sistema de valores.

El invasor reduce a los hombres del espacio invadido a meros objetos de su acción.

Las relaciones entre invasor e invadidos, que son relaciones autoritarias, sitúan sus polos en posiciones antagónicas.

El primero actúa; los segundos tienen la ilusión de que actúan en la actuación del primero. Este dice la palabra; los segundos impedidos de decir la suya, la escuchan. El invasor piensa, en el mejor de los casos, en torno de los segundos; jamás con ellos. Estos

son pensados por aquel. El invasor prescribe; los invadidos son pacientes de la prescripción.

La propaganda, los slogans, los depósitos, los mitos son instrumentos usados por el invasor para lograr sus objetivos; persuadir a los invadidos de que deben ser objetos de su acción, que deben ser presas dóciles de su conquista.

La manipulación, jamás la organización de los individuos pertenecientes a la cultura invadida, es otra característica básica de la teoría antidialógica de la acción.

La manipulación como forma de dirigismo es altamente negativa desde el punto de vista de la vocación del hombre -la de ser mas. Inculca en los individuos que están siendo su blanco, aquella ilusión de actuar en la actuación de los manipuladores, de la cual hablamos antes.

La manipulación puede conducir a la masificación del hombre a su cosificación. De ahí que contradiga frontalmente la afirmación del hombre como persona, como sujeto que solo puede ser tal cuando, insertándose en la historia, opta y decide.

En verdad, manipulación y conquista como fases de la invasión cultural y como instrumentos para mantenerla, no son caminos de liberación, son caminos de domesticación.

De ahí que, para el humanismo verdadero, no es decirse descomprometidamente dialógico; ser dialógico es existenciar el diálogo. Ser dialógico es no invadir, es no manipular, es no "Sloganizar". Ser dialógico es empeñarse en la transformación de la realidad, si ésta, objetivamente obstaculiza el diálogo.

Ahora bien, aunque reconozcamos que no todos los agrónomos llamados extensionistas hacen invasión cultural, no nos es posible desconocer la connotación ostensiva de la invasión cultural en el término extensión.

En el instante en que un asistente social, por ejemplo, se reconoce como el agente del cambio, difícilmente percibirá esta obviedad: que si su labor es realmente educativa, los hombres con quienes trabaja no pueden ser objetos de su acción. Son, por el contrario, tan agentes del cambio como él. De no ser así, al existenciar el sentido de la frase, no hará otra cosa sino conducir, manipular, domesticar. Y, si reconoce en los demás, agentes del cambio como él, ya no es el agente exclusivo.

Este es el dilema del agrónomo extensionista, frente al cual necesita estar lúcido y crítico. Si transforma sus conocimientos especializados, sus técnicas, en algo estático, materializado (una especie de ladrillo) y los extiende mecanicistamente hacia los campesinos, invadiendo indiscutiblemente su cultura, su visión del mundo, estará de acuerdo con el concepto de extensión y estará negando al hombre como un ser de la decisión. Si, por el contrario, afirma a éste a través de una labor dialógica, no invade, no manipula ni conquista; niega, entonces, la comprensión del término extensión.

Para gran parte de los agrónomos con quienes hemos participado en seminarios en torno a los puntos que estamos desarrollando en este estudio, "la dialogicidad no es viable. Y no lo es en la medida en que sus resultados son lentos, dudosos, o tardíos". Dicen otros su lentitud no se concilia con la premura del país, frente al incremento de la productividad.

"De este modo -afirman enfáticamente- no se justifica esta pérdida de tiempo. Entre la dialogicidad y la antidialogicidad, quedémonos con ésta, puesto que es mas rápida."

"Hay un problema angustiante que nos desafía -declaran otros- y el aumento de la producción: cómo, entonces, perder un tiempo tan grande procurando adecuar nuestra acción a las condiciones culturales de los campesinos? Cómo perder tanto tiempo dialogando con ellos?"

"Hay un punto mas serio aun - sentencian mas allá cómo dialogar en torno de asuntos técnicos? Cómo dialogar con los campesinos sobre una técnica que no conocen?" "El diálogo sería posible si su objeto girara en torno de su vida diaria, no en torno de técnicas".

Frente a estas inquietudes así formuladas, a estas preguntas que son mas bien afirmaciones categóricas, nos parece sin lugar a dudas que estamos ante la defensa de la invasión cultural como solución única del agrónomo, por lo menos como lo ven los que de este modo se manifiestan.

Dentro aun de este mismo equívoco, estas afirmaciones implican ignorar los condicionamientos histórico-sociológicos del conocimiento a que hicimos referencia. Olvidan que, aun cuando las áreas campesinas estén siendo alcanzadas por las influencias urbanas a través de la radio, de la comunicación mas fácil por medio de carreteras que disminuyen las distancias, conservan sin embargo, los núcleos básicos de su forma de ser.

Estas formas de ser se diferencian de las urbanas hasta en la manera de andar, de vestir, de hablar, de comer. Esto no significa que no puedan cambiar. Significa, simplemente, que estos cambios no se dan mecánicamente.

Nos parece que estas afirmaciones expresan todavía una innegable desconfianza en el hombre sencillo. Una subestimación de su poder de reflexionar, de asumir el papel verdadero de quien busca conocer; el de sujeto de esta búsqueda. De ahí la preferencia por transformarlo en objeto del conocimiento que se le imparte.

Esta falta de fe en el hombre sencillo expresa, a su vez, otro equívoco; la absolutización de su ignorancia. La absolutización de la ignorancia de los hombres sencillos, va siempre asociada a esta concepción ingenua, depositaria del saber.

Para que los hombres sencillos sean tenidos como absolutamente ignorantes, es necesario que haya quienes los consideren así.

Estos, como sujetos de esta definición, necesariamente se ubican así mismos, y así mismos se clasifican como quienes saben. Absolutizando la ignorancia de aquellos, en la mejor de las hipótesis, relativizan en quien la aliena.

Sin embargo, bastaría que consideraramos que el hombre es un ser de permanentes relaciones con el mundo, que él transforma a través de su acción y de su trabajo, para que lo reconociéramos como un ser que conoce, aunque este conocimiento se de a niveles diferentes de la doxa, de la magia y del logos, que es el verdadero saber. Pero, además de todo esto y tal vez por ello mismo, no hay absolutización de la ignorancia ni absolutización del saber. Nadie sabe todo, así como nadie ignora todo. El saber, tal como señaláramos, empieza con la conciencia de saber poco. Sólo sabiendo que sabe poco, uno se pregunta para saber mas.

Si hubiera un saber absoluto, este saber ya no podría existir, porque no estaría siendo. Quien ya supiera todo, no podría seguir sabiendo porque no preguntaría nada mas.

El hombre, como un ser inconcluso e histórico, insertado en un permanente movimiento de búsqueda, hace y rehace constantemente su saber. Y es por eso que todo saber nuevo se genera en un saber que pasó a ser viejo (el cual antes, generándose en otro saber que también pasó a ser viejo, se había instalado como saber nuevo).

Hay, por lo tanto, una sucesión constante del saber, de tal forma que todo nuevo saber, al instalarse, apunta siempre al que vendrá a reemplazarlo.

Toda mirada al saber que no lo perciba constituyéndose bajo condicionamientos histórico-sociológicos, es ingenua.

Las técnicas, como aplicación de la ciencia, no pueden igualmente huir de estos condicionamientos.

Hay algo absolutamente importante todavía, algo que merece una discusión crítica y que no es percibido por quienes hacen las afirmaciones que estamos analizando. Es que, para nosotros en América Latina (como para el Tercer Mundo en general), lo fundamental y urgente está en que nos conozcamos a nosotros mismos cada vez mas y en que contribuyamos a la creación de nuevas formas de saber y de nuevas formas de técnicas, que deberán nacer de nuestras viejas sociedades en transformación. Esto no se hará toda vez que sigamos inadvertidos de los condicionamientos histórico-sociológicos del saber y de las técnicas.

Y qué decir de la afirmación en torno de la inviabilidad del diálogo, sobre todo porque significa pérdida de tiempo?

Qué hechos empíricos fundamentarán esta afirmación tan categórica de la cual resulta que quienes la hacen, optan por la donación o por el regalo de sus técnicas.

Será, que a partir de estas comprobaciones, aun cuando hipotéticamente sea esto real, podremos simplista e ingenuamente afirmar la inviabilidad del diálogo y que insistir en él es pérdida de tiempo?

Hemos preguntado, investigado, procurado saber las razones probables que llevan a los campesinos al silencio, a la apatía frente a nuestra intención dialógica? Y dónde buscar estas razones, sino en las condiciones históricas, sociológicas, culturales que los condicionan? Admitiendo, una vez mas, las mismas hipótesis para raciocinar, diremos que los campesinos no rechazan el diálogo porque sean otológicamente reacios a él. Hay razones de orden histórico-sociológico, cultural y estructural, que explican su negativa al diálogo. Su experiencia existencial se constituye en los marcos del antidiálogo. El latifundio como estructura vertical y cerrada, es en sí mismo, antidialógico. Siendo una estructura cerrada, que obstaculiza la movilidad social vertical ascendente, el latifundio implica una jerarquía de capas sociales en que

los estratos mas bajos son considerados, por regla general, como inferiores por su propia naturaleza. Para que éstos sean considerados como naturalmente inferiores, es necesario que haya otros que así los estimen y, a la vez, se consideren a sí mismos superiores. La estructura latifundista, de indiscutible carácter colonial, proporciona al poseedor de la tierra, por la fuerza y el prestigio que tiene, la extensión de su posesión también hacia los hombres.

Esta posesión de los hombres, que se cosifican, se expresa a través de una serie interminable de limitaciones que achican el área de acción libre de dichos hombres. Y aun cuando en función del carácter personal de uno u otro propietario mas humanitarista, se establecen relaciones afectivas entre éste y sus moradores, ellas no borran la distancia social entre ellos.

Ahora bien, en este tipo de relaciones estructurales, rígidas y verticales, no hay realmente lugar para el diálogo. Y es en tales relaciones rígidas y verticales donde se viene constituyendo, históricamente, la conciencia campesina. Ninguna experiencia dialógica. Ninguna experiencia de participación. En gran parte, inseguros de sí mismos. Sin el derecho de decir su palabra, sino con el deber de escuchar y de seguir.

Los campesinos no son reacios al diálogo porque sean campesinos, sino porque lo están siendo en una estructura que obstaculiza la dialogicidad.

Un planteamiento mas serio será el que indague la posibilidad del diálogo mientras no haya cambiado la estructura latifundista, puesto que es en ésta donde se encuentra la explicación del mutismo campesino. Mutismo que empieza a desaparecer, de una u otra manera, en las áreas de reforma agraria chilena o en las que están sufriendo la influencia de éstas.

De cualquier manera, no será con el antidiálogo que romperemos el silencio campesino, sino con el diálogo en que se problematice su propio silencio y sus causas.

Las dificultades mayores o menores impuestas al quehacer dialógico por la estructura, no justifican el antidiálogo, del cual la invasión cultural es una consecuencia. Cualesquiera sean las dificultades, quienes están con el hombre, con su causa, con su humanización, no pueden ser antidialógicos.

Son algunas de estas razones, que analizamos someramente, las que llevan no solamente a los agrónomos a hablar de un tiempo perdido o de una pérdida de tiempo en la dialogicidad. Tiempo perdido que perjudica la consecución de los objetivos de un programa de aumentos de producción, fundamental para el país.

No hay duda alguna que sería una ingenuidad no dar énfasis al esfuerzo de producción.

Pero, lo que no podemos olvidar (permítasenos esta obviedad) es que la producción agrícola no existe en el aire. Resulta de las relaciones (hombres-espacio-histórico-cultural), en torno de cuyos condicionamientos ya hablamos en este estudio repetidas veces.

Si la producción agrícola se diera en el dominio de las cosas entre sí y no en el dominio de los hombres frente al mundo, no habría que hablar en diálogo. Y no habría que hablar, precisamente, porque las cosas entran en el tiempo a través de los hombres; de ellos reciben un significado. Las cosas no se comunican. No cuentan su historia. No es ésto lo que pasa con los hombres, que son seres históricos, capaces de autobiografiarse.

No hay manera de considerar perdido el tiempo del diálogo que, problematizando, crítica y criticizando inserta al hombre en su realidad como verdadero sujeto de transformación.

Aun cuando para nosotros la labor del agrónomo-educador quedara restringida solo a la esfera del aprendizaje de ténicas nuevas, no habría como comparar la dialogicidad con la antidialogicidad.

Lo que se pretende con el diálogo, en cualquiera hipótesis (sea en torno de un conocimiento científico o técnico o experimental) es la problematización del propio conocimiento, en su indiscutible relación con la realidad concreta donde se genera y sobre la cual incide, para comprenderla mejor, para explicarla, para transformarla.

Es necesario que reflexione sobre el por qué del hecho, sobre sus conexiones con otros hechos, en el marco total en que se ha dado.

En la medida que dialoga con los educandos, debe llamar la atención de estos sobre uno u otro punto menos claro, mas ingenuo, problematizándolo mediante las preguntas Por qué? Cómo? Será así? Que relación ve usted entre su afirmación hecha ahora y la de su compañero? Habrá contradicción entre ellas? Por qué?

El diálogo problematizador no depende del contenido que va a ser problematizado. Todo puede ser problematizado.

El papel del educador no es "llenar" al educando de "conocimientos" de orden técnico, sino proporcionar, a través de la relación dialógica educador-educando, educando-educador, la organización de un pensamiento correcto en ambos.

En verdad ningún pensador, como ningún científico, elaboró su pensamiento o sistematizó su saber científico a no ser problematizando, desafiado por los problemas planteados. Si bien esto no significa que todo hombre desafiado se torne filósofo o científico, sí quiere decir que el desafío es fundamental a uno y otro saber.

En vez del diálogo hay quienes prefieren las disertaciones kilométricas, eruditas, llenas de citas. Al diálogo problematizador, prefieren el llamado "control de lectura" (que es una forma de controlar no la lectura, sino al educando), de donde no resulta ninguna disciplina realmente intelectual, creadora, sino la domesticación del educando al texto, cuya lectura debe ser controlada.

En verdad no quieren correr el riesgo de la aventura dialógica, el riesgo de la problematización y se refugian en sus clases discursivas, retóricas, que funcionan como si fueran canciones de cuna. Deleitándose narcisistamente con el eco de sus palabras, adormecen la capacidad crítica del educando.

El diálogo y la problematización no adormecen a nadie. Concientizan.

Lo fundamental es que, en la dialogicidad, en la problematización educador-educando, educando-educador, ambos van desarrollando una postura crítica de la cual resulta la percepción de que todo este conjunto de saber se encuentra en interacción. Saber que refleja al mundo y a los hombres en el mundo y con él, explicando al mundo, pero, sobre todo, teniendo que justificarse no sólo en la explicación, sino en la transformación del mundo.

La labor del agrónomo educador no puede limitarse a la sola esfera de la sustitución de los procedimientos empíricos de los campesinos de sus técnicas.

Dos razones básicas nos respaldan en esta afirmación.

La primera, porque es imposible el cambio del procedimiento técnico sin la repercusión en otras dimensiones de la estructura en que están los hombres; la segunda, por la imposibilidad de una educación neutra, cualquiera que ella sea.

En este capítulo nos interesa analizar el rol que cabe cumplir al agrónomo, sin ninguna dicotomía entre lo técnico y lo cultural, en el proceso de la reforma agraria.

El agrónomo no puede reducir su quehacer a esta neutralidad imposible, de técnico desgarrado del universo mas amplio en que se halla como hombre.

Es así como, desde el momento en que pasa a participar del sistema de relaciones hombre-naturaleza, su labor asume este aspecto amplio donde la capacitación técnica de los campesinos se encuentra solidarizando con otras dimensiones que van más allá de la técnica misma.

Esta indeclinable responsabilidad del agrónomo, que lo sitúa como un verdadero educador, hace que él sea entre otros, uno de los agentes del cambio. (El otro es el campesino).

En el proceso de la reforma agraria, no hay que plantearse una posición exclusivista frente a lo técnico o a lo humano. Toda práctica de la Reforma Agraria que conciba estos términos como antagónicos, es ingenua.

Del mismo modo, erróneas, serán la concepción vaciamente "humanista", en el fondo reaccionaria y tradicionalista, que niega la técnica, y aquella concepción mítica que implica un tecnocracismo deshumanizado.

Parece que hoy, la amenaza mayor se encuentra en el tecnicismo, en una especie de mesianismo de la técnica, en que ésta aparece como una salvadora infalible. Este mesianismo casi siempre termina por encauzarse hacia esquemas irracionales, en que el hombre queda disminuido.

Frente al tradicionalismo, que pretende mantener el statu quo, el mesianismo tecnicista (y mas que eso, tecnológico) opone la modernización de las estructuras, a la cual se llegará mecánicamente. El paso, por lo tanto, de la estructura arcaica a la nueva, modernizada, se da en esta concepción como cuando uno traslada una silla de un lugar a otro.

Aunque esta concepción mecanicista pretenda identificar su acción modernizante con el desarrollo, nos parece que se impone distinguirlos.

En la modernización, de carácter puramente mecánico, tecnicista, el punto de decisión del cambio no sólo parte del exterior del área de transformación, sino que se mantiene fuera de ella. La estructura que se transforma no es sujeto de su transformación.

En el desarrollo, por el contrario, el punto de decisión se encuentra en el ser que se transforma y su proceso no se verifica mecánicamente. De este modo, si bien todo desarrollo es modernización, no toda modernización es desarrollo.

La reforma agraria debe ser un proceso de desarrollo del cual resulta necesariamente la modernización de los campos con la modernización de la agricultura.

Si esta es la concepción que tenemos de la Reforma Agraria, la modernización que de ella resulte no será fruto de un paso mecánico de lo viejo hacia ella que, en el fondo, no llega a ser propiamente un paso, porque es la superposición de lo nuevo a lo viejo. En una concepción no mecanicista, lo nuevo nace de lo viejo a través de la transformación creadora que se verifica entre la tecnología avanzada y las técnicas empíricas de los campesinos.

Esto implica, entonces, que no es posible desconocer el trasfondo cultural que explica los procedimientos técnico-empíricos de los campesinos. Sobre este trasfondo, en que se constituyen sus formas de proceder, su percepción de la realidad, han de trabajar todos los que se encuentran con esta o aquella responsabilidad en el proceso de la reforma agraria.

Nos parece que debe quedar muy claro que si la transformación de la estructura latifundista, con el cambio de la tenencia de la tierra al cual sigue la aplicación de la nueva tecnología, es factor indiscutible de cambio en la percepción del mundo de los campesinos, esto no significa que se prescinda de la acción también sobre el marco cultural.

Hablar a un tecnicista de la necesidad de sociólogos, de antropólogos, de psicólogos sociales, de pedagogos en el proceso de reforma agraria, es algo que le provoca una mirada de desconfianza. Hablarle de la necesidad de estudios en el área de la

antropología filosófica y de la lingüistica estructural, adquiere dimensiones de escándalo que debe ser reprimido. Sin embargo, todos estos estudios son de una importancia básica para el éxito que se busca en la reforma agraria.

Qué diría, por ejemplo, un tecnicista, si le habláramos de la importancia de una investigación ligüistico-estructural, en torno del universo vocabular de áreas en proceso de reforma y de áreas fuera del proceso? Jamás podría entender que una investigación como ésta nos posibilitaría descubrir una serie de aspectos fundamentales a su propia acción en el dominio de lo técnico. Desde la extensión misma del vocabulario campesino, al análisis del contenido pragmático de los términos, al estudio de su campo asociativo de significación, hasta la delimitación de posibles temas significativos que se encuentran referidos en el campo asociativo de significación de los términos. Jamás entendería el aporte indiscutible de los estudios actuales de la antropología estructural, de la ligüistica, de la semántica.

Todo ésto, para un tecnicista, es solo una pérdida de tiempo, devaneo de idealistas, de hombres sin la visión de lo práctico.

Lo mismo seguiría diciendo o pensando el tecnicista, si le habláramos de la necesidad, dentro de igual perspectiva, de investigaciones y estudios en torno de los niveles de conciencia campesina, condicionados por la estructura en que, a través de su experiencia histórica y existencial, se ha venido constituyendo esta conciencia.

No podría comprender la permanencia, en la estructura cambiada, de los "espectros míticos" que se formaron en la vieja estructura. Para él, como ortodoxo tecnicista y mecanicista, basta transformar la estructura para que todo lo que se plasmó en la estructura anterior sea borrado.

El error o su equívoco es desconocer que el tiempo en que generaciones vivieron, experimentaron, trabajaron, murieron y fueron reemplazadas por otras generaciones que siguieron viviendo, experimentando, trabajando, muriendo, no es un tiempo de calendario.

Es un tiempo real, "duración", como lo llama Bergson. Por ello, es un tiempo de acontecimientos en que los campesinos, de generación en generación fueron constituyéndose en cierta forma de ser, o de estar siendo, que perdura en la nueva estructura. Esta es la razón por la cual, el tiempo de la reforma agraria, que

es un tiempo nuevo, generándose en el tiempo viejo de la anterior estructura, de cierto modo y en muchos aspectos, co-existe con éste. De este modo, los campesinos, en el tiempo nuevo, revelan, en sus modos de comportamiento de manera general, la misma dualidad básica que tenían en la estructura latifundista. Y ésto es lo mas normal que uno puede esperar.

Hay una solidaridad entre el presente y el pasado, en que aquel apunta hacia el futuro, dentro del marco de la continuidad histórica. No hay, fronteras rígidas en el tiempo, cuyas unidades "epocales", de cierta forma se interpenetran.

Para la comprensión de este hecho, nos serviremos de dos conceptos desarrollados por Edudardo Nicol, cuando discute la cuestión de la verdad histórica, imposible de ser captada fuera de la continuidad de la historia.

Estos son los conceptos de "estructura vertical" y de "estructura horizontal".

La estructura vertical constituye el marco de las relaciones de transformación hombre-mundo. Son los productos de esta transformación con los cuales el hombre crea su mundo, el de la cultura que se prolonga al de la historia.

Este dominio cultural e histórico, dominio humano de la estructura vertical, se caracteriza por la intersubjetividad, por la intercomunicación.

Si esta intercomunicación, sin embargo, sólo existiera dentro de una misma unidad epocal, no habría continuidad histórica. Esta, que es indudable, se explica en la medida en que la intersubjetividad, la intercomunicación, sobrepasan la interioridad de una unidad epocal y se extienden hacia la siguiente. Esta solidaridad intercomunicativa entre unidades epocales distintas, es el dominio de la estructura horizontal.

De este modo, no es posible olvidar la solidaridad entre la estructura vertical, en el sentido de Nicol, de la etapa latifundista y la nueva estructura del asentamiento. Solidaridad que se da por la estructura horizontal.

De ahí que se imponga, a quienes actúan en el proceso de la reforma agraria, el tomar en cuenta los aspectos fundamentales que caracterizaban la existencia campesina en la realidad de la parcela.

Solamente la ingenuidad tecnicista y mecanicista puede creer que fue decretada la Reforma Agraria y puesta en práctica, todo lo que antes fue ya no lo será; que ella es un marco divisorio y rígido entre la vieja y la nueva mentalidad.

Una concepción crítica de la reforma agraria, que subraya el cambio cultural, que reconoce la necesidad del cambio de la percepción, abre un campo de trabajo altamente fecundo al agrónomo-educador.

Desafiado por la visión crítica de la reforma agraria, el agrónomo tiene que preocuparse por algo que va mas allá de una mera asistencia técnica.

Como agentes del cambio, (agrónomos y campesinos) les cabe insertarse en el proceso de transformación, concientizándolos y concientizándose en el mismo acto. En la concepción crítica, esta capacitación no es el acto ingenuo de transferir o depositar contenidos técnicos. Es el acto en que el proceder técnico se ofrece al educando como un problema que debe ser respondido.

Así, en el proceso de la reforma agraria, el quehacer fundamental del agrónomo se centra en la necesidad de ser mas que un técnico frío y distante, un educador que se compromete y se inserta como sujeto, con otros sujetos, con los campesinos, en la transformación.

No hay, realmente pensamiento aislado, en la medida en que no hay hombre aislado.

Todo acto de pensar implica un sujeto que piensa, un objeto pensado, que mediatiza el primer sujeto con el segundo y la comunicación entre ambos, que se da a través de signos lingüisticos.

El mundo humano es, por ello mismo, un mundo de comunicación.

Como cuerpo consciente, el hombre actúa, piensa y habla sobre esta realidad, que es la mediación entre él y otros hombres, que también actúan, piensan y hablan.

El sujeto pensante no puede pensar solo; no puede pensar sin la co-participación de otro sujeto en el acto de pensar sobre el objeto.

Esta co-participación de los sujetos en el acto de pensar se da en la comunicación. El objeto, por ello mismo, no es la incidencia terminativa del pensamiento de un sujeto, sino el mediatizador de la comunicación.

Lo que caracteriza la comunicación es que ella es diálogo, así como el diálogo es comunicativo.

En relación dialógica-comunicativa, los sujetos interlocutores se expresan, como ya vimos, a través de un mismo sistema de signos lingüísticos.

Es indispensable, entonces, el acto comunicativo, para que sea eficiente, la inteligencia común de los sujetos recíprocamente comunicantes en cuyo logro el diálogo juega un papel decisivo.

La expresión verbal de uno de los sujetos tiene que ser percibida dentro de un marco significativo común al otro sujeto.

Si no hay esta inteligencia común en torno de los signos, como expresiones del objeto significado, no puede haber entendimiento entre los sujetos, lo que imposibilita la comunicación.

Esta es la razón por la cual, mientras la significación no es comprensible para uno de los sujetos, no es posible la comprensión del significado, y así mismo no es viable la comunicación.

De ahí que, en estos casos, los sujetos interlocutores tengan que buscar, dialógicamente, la inteligencia del significado a la cual uno de ellos ya llegó y que, sin embargo, no fue intelectada por el otro en la expresión del primero.

Se observa así que la búsqueda del conocimiento que se reduce a la pura relación sujeto cognoscente-objeto cognoscible, rompiendo la estructura dialógica, está equivocada, por mas grande que sea su tradición.

Así también esta equivocada la concepción según la cual el quehacer educativo es un acto de transmisión o de extensión sistemática de un saber.

Por ello es que la tarea del educador no es la de quien se pone como sujeto cognoscente frente a un objeto cognoscible para, después de conocerlo, hablar de él discursivamente a sus educandos, cuyo papel es el de archivadores de sus comunicados.

La educación es comunicación, es diálogo, en la medida en que no es la transferencia de saber, sino un encuentro de sujetos interlocutores que buscan la significación de los significados.

Ahora bien, la comunicación se verifica entre sujetos sobre algo que los mediatiza y que se presenta ante ellos como un hecho cognoscible. Este algo que mediatiza a los sujetos interlocutores, puede ser tanto un hecho concreto, por ejemplo la siembra y sus técnicas, como puede un teorema matemático. En ambos casos la comunicación verdadera no nos parece estar en la exclusiva transferencia o transmisión del conocimiento de un sujeto al otro, sino en su co-participación en el acto de comprender la significación del mensaje lingüístico. Esta es una comunicación que se hace críticamente.

Podríamos reducirlos a los siguiente: la comunicación eficiente implica que los sujetos interlocutores incidan, en su admiración al mismo objeto; que lo expresen a través de signos lingüísticos pertenecientes al universo común a ambos para que así comprendan de modo semejante al objeto de la comunicación.

En esta comunicación, que se hace por medio de palabras, no puede romperse la relación pensamiento-lenguaje-contexto o realidad. No hay pensamiento que no esté referido a la realidad, directa o indirectamente marcado por ella. Y así resulta que el lenguaje que lo expresa no puede estar exento de tales marcas.

Veamos ahora otro aspecto de igual importancia en el campo de la comunicación, que debe ser tomado en cuenta por el agrónomo educador en su trabajo.

No hay, como ya dijimos, posibilidad de una relación comunicativa, si entre los sujetos interlocutores no se establece la comprensión en torno a la significación del signo.

O el signo tiene el mismo significado para los sujetos que se comunican o no se hace viable la comunicación entre ambos por falta de la comprensión indispensable.

Considerando este aspecto, Adam Schaff admite dos tipos distintos de comunicación: una, que se centra en significados; otra, cuyo contenido son las convicciones.

En la comunicación cuyo contenido son las convicciones, además de la comprensión de los signos hay todavía el problema de la adhesión o no adhesión a la convicción expresada por uno de los sujetos comunicantes.

La comprensión a su vez exige que los sujetos de la comunicación sean capaces de recosntituir en sí, de cierta manera, el proceso dinámico en que se forma la convicción expresada por ambos a través de los signos lingüísticos.

Puedo entener el significado del mensaje lingüístico de un campesino del nordeste brasileño que me diga que cura las heridas infectadas de su ganado rezando sobre las huellas que las reses van dejando en el suelo.

Desde luego, como afirmamos mas arriba, el entendimiento de la significación del mensaje campesino implica la comprensión del contexto en que se genera la convicción que los signos lingüísticos expresaron.

Sin embargo, la inteligencia de los signos, como la comprensión del contexto, no son suficientes para que yo comparta su convicción.

Ahora bien, al no compartir la convicción o la creencia mágica de este campesino, invalido lo que hay en ella de teoría o pseudociencia, que implica todo un conjunto de conocimientos técnicos.

Pero no se puede olvidar que los que constituye para nosotros, en contraposición a la creeencia mágica, el dominio de los significados, resulta ser para el campesino como una contradicción de su "ciencia".

En este caso, la convicción del campesino, de carácter mágico, convicción en torno de sus técnicas incipientes y empíricas, choca necesariamente con los significados técnicos de los agrónomos.

De ahí que la relación del agrónomo con los campesinos, de orden sistemática y programada, no pueda dejar de realizarse en una situación gnoseológica, por lo tanto dialógica y comunicativa.

Aun cuando estuvieramos de acuerdo, en que un sujeto extiende a otros sus conocimientos, sería necesario que no solamente los signos tuvieran el mismo significado, sino también que el contenido del conocimiento se generara en un marco común a los polos de la relación.

Como ésta no es la situación concreta entre nosotros (puede que lo sea en los Estados Unidos donde ha nacido el concepto de extensión), la tendencia del extensionismo es caer fácilmente en el uso de técnicas de propaganda, de persuación, en el vasto sector que se viene llamando "medios de comunicación de masas". En último análisis, medios de comunicados a las masas, a través de cuyas técnicas éstas son mangoneadas, conducidas y manipuladas. Por ello mismo, no se encuentran comprometidas en un proceso educativo-liberador.

Uno de los motivos del equívoco está en que, al sufrir las primeras dificultades en su tentativa de comunicación con los campesinos, no perciben que estas dificultades, además de tener otras causas tienen ésta: el proceso de comunicación humana no puede estar al margen de los condicionamientos socio-culturales.

En lugar, entonces, de tomar esta verdad cuenta y reflexiona sobre los condicionamientos socio-culturales de los campesinos, que no son los suyos, simplifican la cuestión y concluyen afirmando la incapacidad dialógica de los campesinos.

Existe todavía algo que debe ser considerado en el proceso de la comunicación, de indiscutible importancia para la labor del educador en sus relaciones con los campesinos.

Queremos referirnos a ciertas manifestaciones, o de carácter natural, que no dependen del hombre para su existencia o de carácter socio-cultural, que se constituyen en el proceso de la comunicación.

La relación de causalidad y de consecuencia que los campesinos pueden descubrir para algunos de estos signos, no siempre coincide con el modo como el agrónomo los capta.

En cualquiera de los casos, sea frente a indicadores naturales o a indicadores socio-culturales, la comunicación entre el agrónomo y los campesinos puede romperse si aquel, inadvertidamente, asume posiciones consideradas negativas dentro de los marcos de estos indicadores.

Por úttimo, nos parecen indispensables algunas consideraciones finales a propósito del aspecto humanista que debe infundir la labor de comunicación entre técnicos en un proceso de reforma agraria y los campesinos.

Humanismo que, implicando una auténtica fe en el hombre, rehusa la desesperación como los optimismos ingenuos, y por ello, es esperanzadamente crítico. Y su crítica reposa en una creencia crítica también: la creencia en que el hombre puede hacer y rehacer las cosas; puede transformar el mundo, el hombre puede superar la situación en que está siendo un casi no ser para pasar a ser un estar siendo en búsqueda de ser mas.

Así una vez mas, estamos obligados a negar al término extensión y a su derivado extensionismo las connotaciones del quehacer verdaderamente educativo, que se encuentran en el concepto de comunicación.

De ahí que, a la pregunta que titula este capítulo: Extensión o Comunicación? respondamos: Extensión no, Comunicación, sí.

La Educación como una situación Gnoseológica

Las explicaciones unilateralmente, subjetivistas o objetivistas que reducen al hombre a un ser sin mundo, por un lado, al mundo en un espacio sin hombre, por otro, no son capaces de comprenderlo.

Si el solipsismo yerra cuando pretende que solamente el yo existe y que su conciencia todo lo alcanza, constituyendo un absurdo pensar una realidad externa a ella, yerra también el objetivismos acrítico y mecanicista, groseramente materialista, según el cual la realidad se transformaría a sí misma sin la actuación de los hombres, meros objetos, entonces de la transformación.

Dos maneras erradas de visualizar al hombre y de explicar su presencia en el mundo y su papel en la historia, generan también concepciones falsas de educación.

La una que, partiendo de la negación de toda realidad concreta y objetiva independiente del yo, afirma la exclusividad de la conciencia como creadora de la misma realidad concreta.

La otra que, negando la presencia del hombre como un ser de la transformación del mundo, lo somete al cambio de la realidad, que se daría sin su decisión.

Tanto yerra el idealismo al afirmar que las ideas separadas de la realidad gobiernan el proceso histórico, como yerra el objetivismo mecanicista que, transformando los hombres en abstracciones les niega la presencia decisiva en las transformaciones históricas.

Educación que, en el fondo, sería ahistórica: en la primera hipótesis, por faltar el mundo concretamente; en la segunda, por carecer del hombre.

Por el contrario, como un tiempo de acontecimientos humanos, la historia es hecha por los hombres que, por su calidad humana, se hacen seres histórico-sociales.

Dado que la acción educativa, como cualquier otro quehacer humano solo se da en el mundo históricamente cultural, es imposible abstraer de ello la relación hombre-mundo, también histórico-cultural.

La relación hombre-mundo no es una para enunciación, una simple frase. Implica un juego dialéctico del cual uno de los polos es el hombre y el otro el mundo objetivo, como un mundo creándose.

Si este mundo histórico-cultural fuera un mundo creado, acabado, concluído, no habría una relación dialéctica entre él y el hombre, puesto que como un mundo acabado ya no sería transformable. Más aún: sí fuera este un mundo acabado, no sería mundo, como tampoco el hombre sería hombre.

En este proceso histórico-cultural dinámico, una generación encuentra una realidad objetiva marcada por otra generación y recibe, igualmente a través de ésta, las marcas de la realidad.

Todo esfuerzo que signifique la manipulación del hombre para que se adapte a esta realidad, además de ser científicamente absurdo puesto que la adaptación sugiere la existencia de una realidad acabada, estática y no creándose, implica incluso robar al hombre su posibilidad y su derecho de cambiar el mundo.

La educación que, para ser auténtica, tiene que ser liberadora, no puede encauzarse en este sentido.

Lo que interesa fundamentalmente a la educación humanista y liberadora es la profundización de la toma de conciencia que se opera en los hombres frente al mundo. Que se opera en ellos mientras, actúan, mientras trabajan.

No se llega a la concientización por una vía psicoligista, idealista o subjetivista, como tampoco se llega a ella por el objetivismo, por todas las razones a que ya hicimos referencia.

De tal modo como la toma de conciencia no se da en los hombres solos, aislados, sino en ellos entre sí, en sus relaciones de transformación de la realidad, la concientización solamente se puede instaurar ahí.

La toma de conciencia como una operación propia del hombre resulta, como vimos, de su enfrentamiento con el mundo, con la realidad concreta, que se le hace presente como una objetivación.

Toda objetivación implica una percepción que, a su vez, se encuentra condicionada por los ingredientes de la misma realidad.

De esta manera, hay niveles distintos en la toma de conciencia. Un nivel mágico así como un nivel en que el hecho objetivado no llega a ser aprehendido en su complejidad.

Si la toma de conciencia, sobrepasando la mera aprensión de la presencia del hecho, lo ubica de forma crítica en un sistema de relaciones, dentro de la totalidad en que se dio, es que, sobrepasándose a sí misma, profundizándose, se transformó en concientización.

Este esfuerzo de la toma de conciencia en sobrepasarse y alcanzar el nivel de la concientización, que implica siempre la inserción crítica del hombre en la realidad, que se empieza a desvelar, no puede ser repitamos, de carácter individual, sino social.

La toma de conciencia a cualquier nivel, tampoco es neutra.

La educación, ayer, hoy y mañana, jamás fue, es o será neutra.

Quienes hablan de neutralidad son precisamente los que temen perder el derecho de usar su falta de neutralidad en su favor.

Para nosotros, la educación como práctica de la libertad no es la transferencia o la transmisión del saber ni de la cultura, no es la extensión de conocimientos técnicos, no es el acto de depositar informes o hechos en los educandos, no es "la perpetuación de los valores de una cultura dada", no es "el esfuerzo de adaptación del educando a su medio".

Educador-educando y educando-educador, en el proceso educativo liberador, son ambos sujetos cognoscentes frente a objetos cognoscibles que les mediatizan.

Podrá decirse: "Cómo es posible poner a educador y a educando al mismo nivel de búsqueda del conocimiento, si el primero ya sabe? Cómo admitir al educando una actitud cognoscente, si su rol es el de quien aprende del educador?

Estas son preguntas prejuiciadas e ingenuas. Parten siempre de quienes se admiten poseedores del saber frente a educandos a quienes consideran absolutamente ignorantes. De quienes, por equívoco, error o ideología, ven en la educación dialógica y comunicativa una amenaza.

Esta falsa concepción de la educación que se basa en el depósito de informes en los educandos, constituye, en el fondo, un obstáculo al cambio. Por ello mismo, es una concepción anti-histórica de la educación.

Los sistemas educacionales que se basan en ella se erigen en especies de represas que detienen la creatividad, puesto que ésta no se desarrolla en el formalismo hueco, sino en la práxis de los hombres, los unos con los otros, en el mundo y con el mundo.

La tarea del educador, entonces, es la de problematizar a los educandos el contenido que los mediatiza, y no la de disertar sobre él, la de donarlo, la de extenderlo, la de entregarlo, como si se tratara de algo ya hecho, elaborado, acabado, terminado.

En este acto de problematizar a los educandos, él se encuentra igualmente problematizado.

La problematización es la reflexión que uno ejerce sobre un contenido fruto de un acto, o sobre el acto mismo, para actuar mejor, con los demás en la realidad.

De este modo la concepción educativa que defendemos y que estamos planteando someramente como un contenido problemático, se centra en la problematización del hombre-mundo. No en la problematización del hombre aislado del mundo ni de éste sin él, sino de las relaciones indicotomizables que se establecen entre ambos.

Plantear como problema este mundo humano a los hombres, significa proponerles que admiren críticamente, en una operación totalizada, su acción y la de otros sobre el mundo.

Si la educación de una sociedad no se halla insertada en su contexto concreto, marcado por los hombres y marcándolos, nada puede hacer por las transformaciones de la realidad de ésta.

Así vemos la labor del agrónomo educador. Labor en la cual busca, en diálogo con los campesinos, el conocimiento de la realidad al cual deben llegar para transformarla mejor.

De este modo el objeto (que puede ser una situación-problema) inicialmente admirado como si fuera un todo aislado, se va entregando a los sujetos cognoscentes como un sub-todo que, a su vez, es parte de una totalidad mayor. Paso a paso, pues los sujetos cognoscentes van percibiendo la solidaridad entre las partes constituyentes de la totalidad.

Así por ejemplo la siembra pasa a ser aprehendida, críticamente, como parte de una realidad mayor. Y por ello mismo en relación directa no solamente con otros aspectos de esta realidad mayor, sino también con fenómenos de orden natural como de naturaleza cultural.

Es así como la siembra está asociada tanto a las condiciones de la tierra, buenas o malas, como a las condiciones metereológicas; a un tiempo determinado para hacerla, al estado de la semilla, o a las técnicas usadas y a las creencias mágicas de los campesinos.

No se puede enseñar técnicas sin problematizar toda la estructura en que se darán las técnicas. No es posible tampoco una labor de alfabetización de adultos, como lo pretende su concepción ingenua, que no esté asociada al trabajo de los hombres, a su capacitación, a su visión del mundo.

Todo quehacer educativo, sea del educador agrónomo o no, se limita a disertar, a narrar, a hablar de algo, en lugar de desafiar la reflexión cognoscitiva de los educandos hacia éste y así, además de neutralizar aquella capacidad cognoscitiva, se mantiene en la periferia de los problemas. Su acción tiende a la "ingenuización" y no a la concientización de los educandos.

Llegamos, en el desarrollo de este capítulo, a un aspecto de la mas alta importancia para la educación que defendemos.

Quién, entre los sujetos cognoscentes, propone los temas básicos que serán objeto de la acción cognoscitiva.

De esta manera, los contenidos problemáticos que constituirán el programa en torno del cual los sujetos ejercerán su acción gnoseológica, no pueden ser elegidos aisladamente por uno o por el otro polo dialógico.

Si así fuera, como desgraciadamente ocurre, se empezaría el quehacer educativo en forma vertical, donadora.

En el caso del agrónomo, si a él le cabe y al equipo del cual forma parte, elaborar con exclusividad el programa de trabajo pudiendo incluso estar al tanto de los problemas mas urgentes del área campesina donde va a trabajar, tiene mas posibilidades de incurrir en una invasión cultural.

No serán raras las ocasiones en las cuales lo que constituye para nosotros el problema real, no lo es para los campesinos y viceversa. No son raras también las oportunidades en que los campesinos, a pesar de su trasfondo cultural mágico, revelan conocimientos empíricos apreciables en torno de cuestiones fundamentales de técnicas agrícolas.

En cualquiera de las hipótesis, si se considera la dialogicidad de la educación y su carácter gnoseológico, no es posible prescindir de un previo conocimiento a propósito de los anhelos, de las aspiraciones, de los niveles de percepción, de la visión del mundo que tengan los educandos, en nuestro caso, los campesinos. Será a partir de este conocimiento que se podrá organizar el contenido programático de la educación que en él tendrá el conjunto de temas sobre los cuales el educador y educando, como sujetos cognoscentes, ejercerán la cognoscibilidad.

Ahora bien, el conocimiento de esta visión del mundo de los campesinos, visión que contiene su temática generadora, y temas que serán ubicados en un cuadro de ciencias y devueltos como temas problemáticos, implica necesariamente una investigación. Esta, a su vez, requiere de una metodología que, a nuestro juicio, debe ser dialógicamente gnoseológica y concientizadora.

En este sentido al investigar la temática generadora con una metodología concientizadora, educamos y nos educamos; al devolver esta temática del pueblo a él, como objeto cognoscible, seguimos educando y educándonos, pero, sin embargo, investigando también.

Sometida a los campesinos su propia temática para que ejerzan sobre ella un diálogo con el educador sea o no agrónomo, ésta generaría nuevos temas con el cambio sufrido en la percepción de la realidad.

De esta forma, se pasa de una etapa en que la preponderancia la tiene la investigación del tema generador a otra en que la preponderancia es educativo-gnoseológica. Esta, a su vez, en la medida en que profundiza la comprensión de la realidad con el acto cognoscitivo, se hace investigación de nueva temática.

Así el contenido del quehacer educativo nace de los mismos campesinos, de sus relaciones con el mundo, y va cambiando, ampliándose, en la medida en que este mundo se les va desvelando.

Los círculos de investigación implican los círculos de cultura y éstos a su vez, exigen contenidos educativos nuevos de niveles diferentes, que plantean nueva investigación temática. Esta dialecticidad genera una dinámica que supera lo estático de la concepción ingenua de la educación, como pura transmisión de conocimiento.

De ahí que el quehacer que se basa en ella, sea todo lo contrario de la acción puramente extensiva de los contenidos elegidos por uno de sus polos.

La educación que es indispensable cualquiera que sea su campo, sólo es válida cuando es funcional, y sólo puede serlo si su programa, naciendo de la investigación del tema generador del pueblo, va mas allá del puro entrenamiento técnico.

La capacitación técnica es mas que el entrenamiento, porque es búsqueda de conocimiento, es apropiación de procedimientos.

No puede jamas reducirse al adiestramiento, puesto que la capacitación sólo se verifica en el dominio de lo humano.

La educación en la cual se practica la capacitación, para ser funcional sólo puede realizarse en la praxis. En la acción y en la reflexión. En la comprensión crítica de las implicaciones de la propia técnica.

La capacitación técnica, que no es adiestramiento animal, jamás puede estar disociada de las condiciones existenciales de los campesinos, de su visión cultural, de sus creencias. Debe partir del nivel en que ellos se encuentran y no del que le parezca al agrónomo que deberían estar.

Admitiendo que ya contamos con varios grupos de campesinos en un área, dispuestos a participar en una labor de capacitación técnica y cuyo universo temático investigado ya conocemos, qué hacer y cómo operar?

El tratamiento de la temática investigada contempla la reducción y la codificación de los temas que deben constituir el programa, como una estructura, vale decir, como un sistema de relaciones en que un tema apunta necesariamente a otros, todos vinculados en unidades y subunidades programáticas.

Las codificaciones temáticas son representaciones de situaciones existenciales, situaciones de trabajo en el campo en que los campesinos estén usando un cierto procedimiento menos eficiente, situaciones que representen escenas que aparentemente se encuentran disociadas de una labor técnica y que, sin embargo, tienen relaciones con ella.

Frente a una codificación pedagógica, situación problema que representa una situación existencial dada, los sujetos interlocutores se intencionan hacia ella, buscando, dialógicamente, la comprensión de su significado.

Como esta es una situación gnoseológica, cuyo objeto cognoscible no es la codificación propiamente tal sino la situación existencial representada en ella, no cabe al educador narrar a los educandos (campesinos u obreros) lo que, para él, constituya su saber de la realidad o de la dimensión técnica que esté envuelta en ella.

Por el contrario, su tarea es desafiar a los campesinos mas y mas, en el sentido de que penetren la significación del contenido temático frente al cual están.

Si la codificación representa una situación existencial, una situación por ello mismo vivida por los campesinos que, mientras la vivían o no la admiraban o si la admiraban lo hacían a través de un mero darse cuenta de la situación, la descodificación, como un acto cognoscente, les posibilita admirar su no admiración o su admiración anterior.

La descodificación es, así, un momento dialéctico, en que las conciencias intencionadas hacia la codificación desafiadora, rehacen su poder reflexivo, que va tornándose una forma de re-admiración. A través de éste, los campesinos van reconociéndose como seres transformadores del mundo.

Aparentemente, el primer momento de la descodificación es aquel en que los educandos empiezan a describir los elementos de la codificación, que son las partes constitutivas de su todo.

En verdad, sin embargo, hay un momento que precede a éste y es aquel en que las conciencias intencionadas hacia la codificación la aprehenden como un todo. Este momento, de modo general, se da en el silencio de cada uno.

La admiración se hace, pues, en este momento en que la conciencia o el cuerpo consciente se relaciona con el objeto de su intencionalidad.

La etapa descriptiva es ya el segundo momento: el de la escisión de la totalidad admirada.

Esta escisión, en la cual no termina el acto de aprehensión de la totalidad, es una especie de movimiento en el cual el sujeto se comporta como si estuviera mirando la realidad desde dentro.

En el tercer momento, el sujeto, con otros sujetos, vuelve a la admiración anterior en que abarca la situación codificada en su totalidad.

De este modo se prepara a fin de percibir la situación como una estructura en la cual los diversos elementos se encuentran en relación solidaria.

En la medida en que se profundiza esta percepción crítica y ya no es posible aceptar las explicaciones focalistas de la realidad, se instala, finalmente, el cuarto momento de la descodificación.

En este momento, realiza el análisis crítico de la realidad que la codificación representa, y por lo tanto la crítica incide sobre ésta.

Todos los pasos aquí referidos, entre los cuales no existe la separación aparentemente rígida que su descripción sugiere forman parte del proceso de la concientización del cual resulta que los hombres realizan su inserción crítica en la realidad.

La educación que no intenta este esfuerzo y que, por el contrario, insiste en la transmisión de comunicados y en la extensión de contenidos técnicos, no puede esconder su faz deshumanista.

Los agrónomos-educadores, cuya labor les exija la capacitación técnica de los campesinos, no pueden dejar de tener en ésta un proceso funcional.

No pueden hacer capacitación técnica por ella misma, ni tampocomo un mero y exclusivo instrumento de aumento de la producción, que es, sin lugar a duda, indispensable.

Simultáneamente con la mejor instrumentación para el aumento de la producción, la capacitación técnica debe constituirse en un objeto de la reflexión de los campesinos.

Reflexión que los haga descubrir todo el conjunto de relaciones en que se halla envuelta su capacitación.

Hemos hablado varias veces de codificación temática. Consificación que, representando una situación existencial cuyo contenido apunta al tema central del análisis. tanto puede ser representada por una foto o por un dibujo de esta situación o por medio de un cartel.

Una ayuda visual es una ayuda visual y nada mas. Tanto puede ser usada como un recurso eficaz para domesticar, como puede servir para propósitos humanistas.

De esta manera, lo importante es que sean cuales sean las ayudas de las cuales pueda disponer el agrónomo-educador, sepa que sólo se justifican si son usadas en un quehacer humanista.

Quehacer que, teniendo en él a uno de los sujetos, le plantea una exigencia fundamental: que se pregunte a sí mismo si realmente cree en el pueblo, en los hombres sencillos, en los campesinos, si realmente es capaz de comulgar con ellos y con ellos pronunciar el mundo.

Si no es capaz de creer en los campesinos, de comulgar con ellos, en su labor, será en el mejor de los casos un técnico frío; probablemente un tecnicista; pero jamás un educador.

-.-

Extractado del libro Extensión o Comunicación? de Paulo Freire

EL FRANELOGRAFO, SU PREPARACION Y USO *

José A. González Saldaña**

A. Qué es el Franelógrafo

Si usted está buscando un medio educativo barato, fácil de manejar, que le ayude a visualizar su lección, el franelógrafo podría ser la respuesta. Esta es una ayuda educativa que provee grandes oportunidades para presentar materiales planeados y preparados poco antes sin perder la continuidad. Además, economiza gran cantidad de tiempo y esfuerzo tanto al que lo usa como a su auditorio.

El franelógrafo es un panel de madera u otro material duro, cubierto con franela, fieltro, bayeta o cualquier otro género parecido. Su superficie vellosa o felposa permite la adherencia de otro pedazo de material igual o de lija. Un papel o cartón con pedazos pequeños de felpa, franela o lija se puede pegar y desprender fácilmente del franelógrafo.

B. Cómo Hacerlo

Tamaño: El tamaño del franelógrafo dependerá de la clase de presentaciones que usted normalmente hace, del número de personas a quienes usted normalmente se dirige y el nivel educativo de esas personas. Por ejemplo: Para presentaciones sencillas con pocos materiales visuales y un auditorio pequeño (6 a 12 personas) un franelógrafo de 2½ por 4 pies ó 3 x 4 pies puede ser suficiente. Si usted va a hacer una presentación más elaborada o complicada

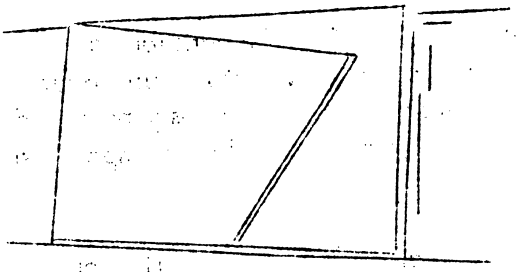
---

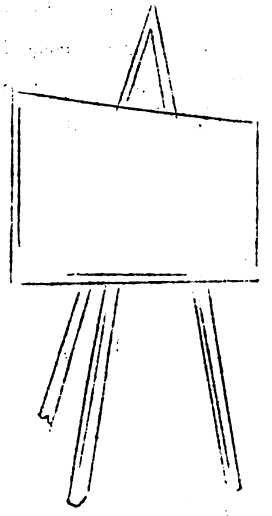
* Este folleto se preparó, además, en consulta con los Editores, Francisco Toro, Eduardo R. Piña, Mario L. Conde y Manuel Osuna, del Servicio de Extensión Agrícola de la Universidad de Puerto Rico. Agradecemos igualmente la cooperación de las señoras Ester J. P. Rodriguez y Zulma B. de Roig y del señor Julio Pagán Padró, quienes cooperaron en la preparación de las ilustraciones fotográficas.

** Editor de Extensión-Líder. Servicio de Extensión Agrícola. Recinto de Mayaguez. U. P. R.

con muchos materiales visuales y/o su auditorio es de alrededor de 25 personas, usted necesita un franelógrafo de 3 x 6 pies ó 4 x 8 pies. En ocasiones se usan dos o más franelógrafos unidos para presentar procesos largos.

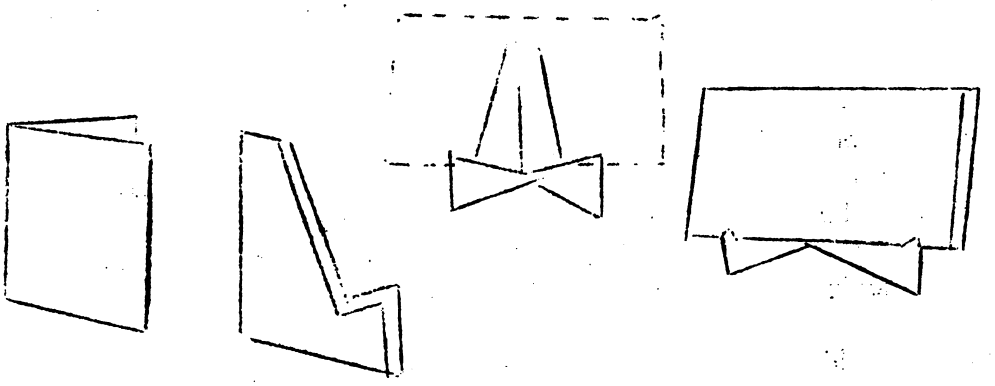
Tipos de franelógrafos Hay varios tipos de franelógrafo de fácil instalación y operación. Primero, tenemos el de pared, que tiene dos o tres cáncamos en su parte superior para colgarlo de clavos o tornillos en la pared. Hay el de caballete (easel) grande, que descansa sobre el piso y el de caballete pequeño de mesa. Otros tipos de mesa los constituyen el de bisagras y cuña y el de soportes de cartón. Hay algunos en forma de escenario y de formas diversas. Una forma costosa se hace usando el mecanismo de un telón de cine para enrollarlo cuando no esté en uso.



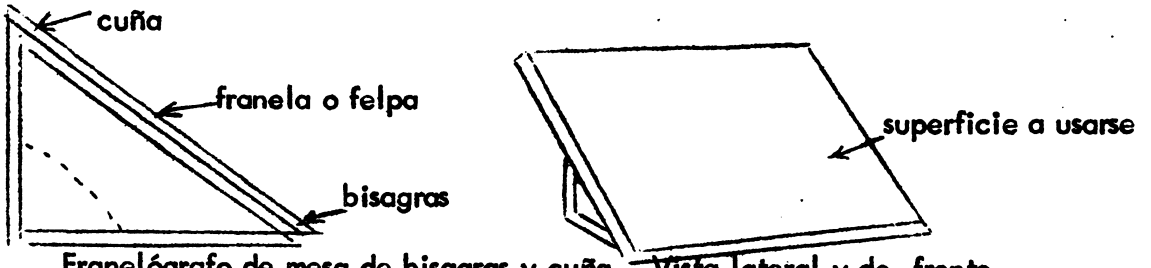


Este es un franelógrafo de pared descansa sobre una pizarra. Note: Los cáncamos que lo sostienen. A la derecha un franelógrafo grande de caballete.

En cuanto a construcción tenemos el franelógrafo plegadizo con bisagras o tela engomada en el lomo. Este puede cargarse como un portafolio. Hay el de una sola pieza o el que puede unirse a piezas similares mediante pasadores, o simplemente pegando los caballetes.



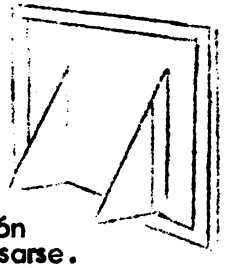
El caballete de mesa se hace de cartón grueso y se corta como ilustra el primer dibujo. El segundo dibujo muestra cómo se instala el panel sobre el caballete y el tercero el franelógrafo listo para usarse.



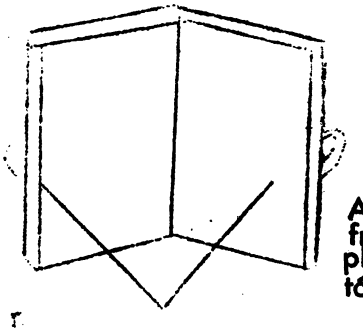
Franelógrafo de mesa de bisagras y cuña. Vista lateral y de frente

Cómo usar los materiales: Para el pánel use madera contrachapada (plywood) de un espesor apropiado según el tamaño de un franelógrafo. Puede sustituirla por un cartón grueso, "masonite", una plancha de fibra prensada o un material de consistencia tal que no se doble o se rompa.

Cubra este panel con bayeta, franela, fieltro, felpa u otro material velloso. Según el pánel usted puede clavar, coser o pegar su tela a éste. Si puede, prepa: una cubierta cosida que ajuste sobre las esquinas y que pueda removerse para lavarla. La cubierta debe quedar bien estirada sobre el pánel de base para que agarre mejor los materiales visuales que usted pegue .



Franelógrafo de soportes de cartón instalado para usarse.



A la derecha franelógrafo plegadizo portátil.

Esta cubierta debe ser oscura para que resalten los materiales visuales que se peguen en el franelógrafo. El azul marino, negro, gris, verde y rojo oscuros son algunos colores apropiados. Si usted no consigue bayeta o franela de estos colores, puede teñirla. Si prefiere un fondo claro, deberá tomarlo en cuenta al preparar sus materiales visuales.

Hay otra forma de hacerlo si se consigue el equipo y los materiales. Se usa barniz y pelusa de algodón o lana (en español, flojel o tamo; en ingles "floss"), o hilachas finas de seda, lana o algodón (en inglés, "flock"). El barniz y la pelusa o hilachas deben ser del color que se desee para el fondo. Se aplica una mano de barniz a la tabla o cartón y se deja secar bien. Luego inmediatamente después de la segunda mano, estando fresco el barniz, se aplica la pelusa o hilacha verticalmente a ángulo rectángulo, con una pistola o

espolcoreador. Debe aplicarse mucha pelusa para que la cubierta quede bien espesa. La que no se pegue, o se cae por si sola o se quita con un cepillo.

C. Adaptabilidad

El franelógrafo se presta para presentar situaciones planeadas de antemano tales como:

1. Arreglos diversos y el estudio de esos arreglos. Ejemplos: Disposición de la sala, cocina o del jardín.

2. Desarrollo de una gráfica parte por parte, según se va discutiendo.

3. Secuencias de pasos, datos o factores para llegar a una conclusión.

4. Comparación o contraste de dos o más situaciones, y posiblemente los cambios en esas situaciones para comprender mejor la situación actual. Ejemplo: Comparar datos o sucesos de 1935 con 1958.

5. Creación de suspenso en el auditorio, o hacer que ellos lleguen a sus propias conclusiones.

6. Presentación de procesos químicos, físicos o de otra índole, ecuaciones matemáticas, y otra información en secuencia que sea nueva para el auditorio.

7. Informes, demostraciones y otros métodos o procesos que se adapten a este medio.

El franelógrafo se adapta para reuniones diversas, en el salón de clases, en demostraciones y en la televisión.

Ventajas: El franelógrafo tiene entre otras las siguientes ventajas:

a. Los materiales visuales tienen uso múltiple; pueden prepararse poco antes, archivarse, volverse a usar y alterarse a voluntad con poco esfuerzo. Se pueden coleccionar igual que retratos o láminas.

b. Se pueden preparar materiales particularmente adaptados a una situación dada. (Esto no sucede con las películas, diapositivas y otros que ya están hechos).

c. Es muy versátil para visualizar lo conocido y presentar luego lo desconocido.

d. Mediante el uso de colores se pueden destacar fácilmente las diferencias o similitudes entre materias o temas.

e. Ayuda a ampliar conceptos y a establecer prueba visual.

f. Es ideal para estudiar relaciones entre distintas cosas.

g. Ayuda a la presentación sencilla de ideas complicadas.

h. La presentación es dinámica, animada y los materiales visuales pueden moverse, quitarse y volverse a usar con otros en una o varias presentaciones en la misma ocasión. Esto no se puede hacer con algunos otros medios educativos.

i. Hay movimiento en la presentación, lo que la hace más viva.

j. Debido a su sencillez de manipulación hasta los niños pueden usarlo.

k. Al presentar una gráfica, demostración u otra presentación progresiva, los elementos no distraen la atención del auditorio hasta que no se fijan en el franelógrafo y se establece su función.

Limitaciones: He aquí algunas de las limitaciones de este medio educativo.

1. El franelógrafo será tan buen como el que lo manipule. El instructor necesita destreza oratoria y manual para realizar buenas presentaciones con este artefacto. Una buena disposición y soltura son indispensables para manejarlo.

2. No puede usarse para grupos muy grandes. Resultaría poco manuable y grotesco un franelógrafo con ayudas visuales muy grandes para pretender llegar a 100 o más personas.

3. Su uso no es universal. No se presta a varios temas, por lo general muy complejos. Además, hay ocasiones en que otro medio resulta más práctico y eficiente.

D. Cuido del Franelógrafo

Cuide su franelógrafo para que le dure. Esto se hace pasándole un cepillo suave para desprenderle el polvo y el sucio y para mantener la pelusa hirsuta. No escriba con lápiz, tiza o tinta sobre la felpa o franela. Esto la desgasta por partes y acorta su vida. Use hilo de lana para indicar rayas, curvas o líneas.

Hágale una cubierta de plástico, vinilo o tela, cosida al revés por 3 lados, con suficiente juego para que la pueda quitar y poner con facilidad. El cuarto lado puede tener broches o botones para evitar la entrada de polvo, insectos y humedad del aire.

E. Preparación de Materiales Visuales

Para una presentación corriente pueden usarse materiales tales como cartón, papel grueso, secante, papel de dibujo y ciertas clases de tela.

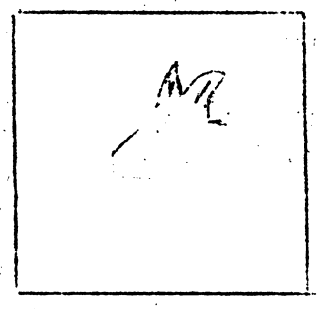
Los cuadros, rótulos, dibujos, figuras y otro material visual "que usted piense usar, deberán llevar en su respaldo pedazos pequeños de bayeta, franela o lija para que se adhieran a la superficie de un franelógrafo. Si el objeto es más grueso y pesado de lo normal debe pegar el adherente -bayeta o lija- a todo lo largo de su respaldo.

Puede usar madera de balsa, esponja, corcho u otro material liviano para simular árboles, plantas, animales y otros objetos. Muchos de estos materiales, igual que la lana "corduroy", "suede", y terciopelo pegan bien sin el adherente.

Use hilo de lana o cordón felposo para representar líneas, curvas y siluetas.

Usted puede dibujar las letras, números y figuras en el material que va a usar o puede comprar las letras y figuras ya hechas y pegarlas sobre el material. Los recortes de boletines y revistas se usan mucho.

Si tiene que usar un visual de color parecido al del fondo de su franelógrafo, monte la figura sobre cartón, cartulina o papel grueso de un color opuesto. Esto le dará el contraste necesario. No obstante el cartón no deberá ser muy grande para que no distraiga demasiado la vista resaltando más que la figura que usted quiere presentar.



Use colores que contrasten con el fondo del franelógrafo (amarillo sobre negro o azul marino). No use más de tres tipos distintos de letras y trate de que, para cada uso, la letra sea igual. Ejemplo: para los títulos use el mismo tipo; para los subtópicos, otro tipo y para las palabras que los relacionen entre si, un tercer tipo.

Se puede lograr semejanza y contraste haciendo los letreros similares de un color; los títulos de uno, los subtópicos de otro, etc.

Usted puede preparar una combinación de "pizarritas" y franelógrafo. Corte pedazos de cartón grueso o madera contrachapada fina, y póngales lija o bayeta en su parte posterior. En vez de escribir sobre éstos, déle dos o tres manos de pintura de pizarra (chalkboar paint). Cúbralos bien con polvo de tiza hasta llenar los poros de la pintura. Escriba con tiza del color deseado sobre ellos, bórrelos y vuélvalos a usar cuantas veces desee. Son muchas las ventajas de estos pedazos de pizarra combinados con su franelógrafo.

Use su imaginación para preparar materiales visuales adaptados a cada situación.

F. Uso del Franelógrafo

Planeamiento y ensayo: Para tener éxito en el uso de cualquier mecanismo hay que seguir ciertas recomendaciones. En este caso se recomienda primero ensayar hasta dominar la presentación de los materiales visuales sobre el franelógrafo. El ensayo da destreza y fluidez y trae nuevos conceptos e ideas que mejoran la presentación.

En segundo término hay que asegurarse que antes de la presentación los materiales están en estricto orden. Un elemento visual fuera de sitio puede echar a perder toda una presentación.

Numere en el dorso o una esquina cada uno de sus materiales en el orden en que va.

Para asegurar una presentación ligera y fluída planee bien su presentación.

1. Separe los elementos visuales por grupos según vayan a ponerse.

2. No recargue la presentación con muchos visuales. Prepare y use sólo los estrictamente necesarios para llevar el mensaje.

3. Ponga en el franelógrafo todos los que van a un mismo tiempo para ver si caben sin verse aglomerados.

4. Compruebe el contraste de colores a ver si es efectivo.

5. Corrija cualquier material que no pegue bien, que cuelgue, esté roto o en cualquier otra forma distraiga o interrumpa.

6. Asegúrese que los rótulos son suficientemente grandes para que se vean desde el fondo del salón. Como límite, las letras se ven bien según su tamaño a las siguientes distancias:

Tamaño de letra en pulgadas	Distancia en pies para buena visión
1/2	15
3/4	25
1	35
1½	45
2	55

Luego examine el salón para ver si hay luz suficiente, si de los asientos de los lados se ve bien, y si no hay obstáculos para su presentación.

Escoja el sitio donde va a poner el franelógrafo para que quede al nivel de la vista de su auditorio, y visible desde todos los asientos. Déle una pequeña inclinación hacia atrás para que ayude a sostener los materiales visuales.

La presentación: Una presentación es más efectiva si se observa lo siguiente:

a. Trate de no dar la espalda a su auditorio. Háblele a su auditorio, no a sus materiales visuales o al franelógrafo.

b. No permita que sus manos distraigan a los presentes. Ponga el visual y baje o retire las manos inmediatamente. Evite sortijas brillantes, pulseras que suenen, etc. Puede señalar por períodos cortos el visual a que se está refiriendo, especialmente si lo colocó anteriormente.

c. No enseñe el visual antes de ponerlo.

d. No ponga su visual antes de mencionarlo.

e. No ponga muchos materiales de una vez. Quite aquéllos que usó y no va a necesitar para la continuidad de su presentación. Esto permitirá que su auditorio enfoque su atención hacia pocos visuales a un tiempo y más aun hacia los que usted desea en ese momento.

f. Mantenga los materiales visuales en orden y el espacio despejado. No aglomere sus materiales.

g. Al terminar establezca contraste, similaridad u otra relación. Resuma su presentación para aclarar conceptos y repasar la información para los presentes.

G. Sugestiones Finales

Se recomienda que antes de realizar una presentación, se ensaye varias veces. El fin que se persigue es adquirir fluidez, limar los puntos ásperos u oscuros, hacer correcciones si fuere necesario, etc. En otras palabras, tratar de perfeccionar la técnica hasta que la presentación sea bien efectiva. Si quiere divida el ensayo en varias partes hasta dominar cada una.

Luego ensaye delante de varios compañeros para que éstos aprecien y critiquen su presentación. Cada vez que lo haga lo hará mejor.

Cuando vaya a hacer una nueva presentación, examine sus visuales. Tal vez encuentre un modo mejor de usarlos, o una pequeña revisión o adición a su lección.

Recuerde: De su disposición, entusiasmo, seguridad y destreza dependerá lo bueno que sea el franelógrafo en su mano. Y solo usted puede mejorar su propia técnica en el uso de este medio educativo.

ct/IX/18/72

BIBLIOGRAFIA

1. DALE, E. Audiovisual methods in teaching. Columbus, Ohio, Ohio State University, 1954.

2. DENT, C.H., TIEMANN, E.F. y HOLLAND, N.M. Felt boards for teaching. Austin, Texas, University of Texas. Visual Instruction Bureau, 1957.

3. OHIO STATE UNIVERSITY, COLUMBUS. How make and use the felt board. Columbus, Ohio, Teaching Aids Laboratory, s.f.

SISTEMAS DE COMUNICACION EN UNA INSTITUCION

GORBITZ, A.

Durante el siglo diecinueve se operó un cambio radical en el concepto de la sociedad como una institución compuesta de individuos, organizada para servir y satisfacer las necesidades y deseos de esos individuos. Este concepto fue reemplazado por el de evolución social, que conduce no a un mejor servicio de las necesidades del individuo sino a una eficiencia social más alta y a la supervivencia de la sociedad misma.

Quizás el principal exponente de estas ideas que comparaban la sociedad con un cuerpo animal vivo fue Herbert Spencer, influído a su vez por los conceptos evolucionarios de Darwin. Muchos otros, como A. N. Whitehead, tuvieron influencia en este cambio, que de simple analogía se convirtió en doctrina y principio rector/1. El resultado fue el crecimiento de la importancia de la institución a expensas del individuo. Esta tendencia ha llevado a la formación de los grandes complejos industriales en los que el individuo no sólo vale por su capacidad de trabajo, sino que la empresa juzga también su carácter, su vida privada, su familia, sus ideas personales, en lo que beneficia a la firma. En la esfera política, ha llevado al surgimiento del estado totalitario.

Así como las partes de un cuerpo viviente funcionan coordinadamente, las unidades de un organismo social están ligadas entre sí por relaciones complejas. Un ejército, una nación, una institución, no son meramente una multitud, una colección amorfa de gente. Tales organismos tienen una continuidad de existencia y de forma. Tienen una estructura formal, es decir, un esqueleto de reglas que relacionan una parte con otra, un individuo con otro. La manera como se realiza la comunicación entre esas partes tiene importancia en determinar como un organismo se encamina hacia sus objetivos.

En este trabajo se presentan los sistemas de comunicación que predominan en una institución, sea ella una empresa industrial, un hospital, una universidad, ... o una biblioteca.

A. Comunicación Administrativa

Los organismos de producción, distribución, de servicios, están constituídos por individuos y grupos cuyo trabajo se relaciona con el trabajo de otros individuos, grupos y del organismo en conjunto. El proceso de obtener que todas las rutinas de trabajo funcionen con facilidad requiere un alto orden de toma de decisiones, programación, control y evaluación. Todas estas actividades dependen bastante, a veces en forma crucial, de la comunicación. Esta importancia de la comunicación se ve reiterada en cualquier texto moderno sobre administración/2, /5, /6 que siempre tiene uno o dos capítulos sobre las comunicaciones en el manejo administrativo.

* Documento preparado por Adalberto Gorbitz.

Una organización formal comienza con un propósito amplio o plan; éste es subdividido en actividades, y las actividades se asignan a posiciones. Se establecen relaciones estructurales entre la posición A y la posición B. La organización, vista así teóricamente, aparece como una gráfica de organización (Fig. 1), que forma una red de comunicaciones posicional.

En la práctica, la comunicación posicional es alterada porque las posiciones están ocupadas por seres humanos con personalidades propias, lo que determina nexos y normas especiales. La relación entre posición A y posición B no existe separadamente de la relación entre José y Julieta y las otras personas en la oficina. Incluye aquí el aspecto personal de la comunicación. La combinación de las dos formas es lo que constituye la comunicación administrativa. No es imposible aislar completamente una posición a la personalidad del que la ocupa, pero la comunicación se realiza de acuerdo con los roles posicionales de las personas. Este es el caso, por ejemplo, de un jefe que rechaza el pedido de una tarde libre de un empleado, diciendo, "Si fuera un asunto entre tú y yo, te diría que bueno. Pero ésto sentaría un mal precedente. Así que, como jefe de la oficina, debo decir, 'No' ".

Este reconocimiento de la importancia del factor personal en la comunicación administrativa ha determinado la preocupación que se nota en la administración moderna por las relaciones humanas, por la medición científica de la personalidad, por el bienestar de los miembros de una institución. La comunicación eficaz por ejemplo, tiene que tener en cuenta el carácter de los trasmisores en la serie de escalones por las que pasa el mensaje, para evitar distorsiones e interrupciones/3. En otros casos, el factor personal puede tener importancia ante la complejidad que alcanza la red de comunicaciones cuanto más alto es el nivel que alcanza un componente de la organización. En esos niveles es más difícil recibir información clara, digerir la masa de datos que afluyen, y mantener el equilibrio de intereses, programas y lealtades/4.

B. Requisitos para una Comunicación Eficaz

En una institución es necesario que el flujo de comunicaciones se lleve a cabo con soltura y rapidez, sin obstáculos ni interrupciones para que funcione eficazmente. En una gráfica de organización, o sociograma, como los presentados en la Figura 1, los nudos donde se encuentran las líneas representan personas, las líneas que los unen, los canales de comunicación. Las conexiones pueden ser unidireccionales o bidireccionales, ésto es, hay comunicaciones que van en un sentido, que puede ser hacia abajo, como sucede en las órdenes, o hacia arriba, como en los informes. Pero al mismo tiempo, en el proceso administrativo, hay respuestas que se reciben en sentido contrario, que permiten evaluar el efecto del impulso original. Esta comunicación retornada ("feedback") es elemento esencial en el control de una institución, porque le está indicando continuamente al jefe las reacciones que causan sus decisiones.

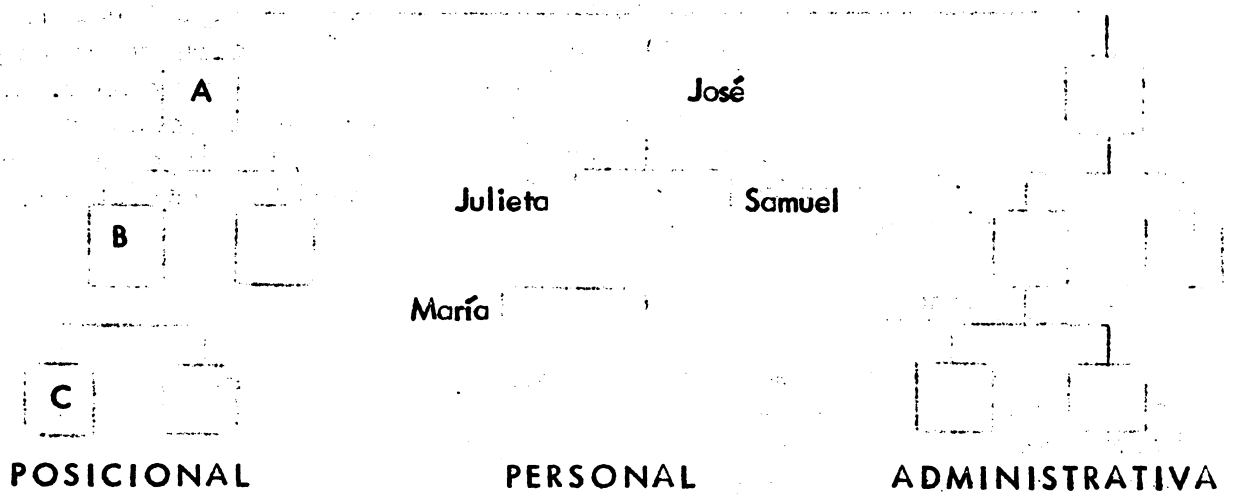


Figura 1. Gráficas de organización de los tipos de comunicación posicional, personal y administrativa.

Esas gráficas de organización, las de comunicación, las de flujo de procesos industriales, se llaman en matemáticas, gráficos topológicos. La distinción entre estas redes topológicas y las figuras geométricas verdaderas es que las primeras consisten de líneas que no tienen formas ni longitudes específicas, sino que están simplemente conectadas por sus extremos; no hay involucradas magnitudes, sino sólo número y conexión. Esas redes se prestan al análisis mediante el uso de álgebra de matrices/1.

El concepto de comunicación retornada tiene a su vez importancia en la cibernética, o sea en el control automático mediante máquinas. El regulador de Watt, que controla automáticamente la presión del vapor de agua en una caldera, es uno de los ejemplos más antiguos. El termostato, que recibe indicaciones cuando una temperatura baja y automáticamente establece un circuito eléctrico para calentar de nuevo al elemento (horno, plancha, cobija eléctrica), es otro ejemplo que encontramos en la vida diaria. En organismos vivientes, el mecanismo autoregulador, que mantiene constantes características como el calor del cuerpo o el contenido de glucosa de la sangre, se llama "homeostasis".

Pero no vamos a hablar de teoría de la comunicación ni de cibernética. Lo que necesitamos por el momento es un método, mejor que el de prueba y error, que nos ayude a evaluar tanto un acto comunicativo como todo un sistema de comunicación. Existe una cantidad de experiencias y conocimientos al respecto en los escritos sobre administración. Ciertos principios derivados de este material pueden servir de guía para una comunicación eficaz en casi todas las situaciones administrativas. Los que siguen son los principales.

1. Claridad

El lenguaje usado debe ser claro, sencillo y preciso. El jefe que da una orden o el técnico que escribe un informe deben tener en mente el público al que se dirigen y expresarse en forma tal que ese público entienda exactamente lo que quieren decir. Las direcciones claras son aquellas que podemos seguir facilmente; "tres cuadras a la derecha, dos a la izquierda, número 29". En comunicación administrativa, las comparaciones ayudan a la claridad: la producción es más alta o más baja que la del mes o año anterior, o las quejas son más o menos numerosas que las de un período previo.

2. Consecuencia

Los mensajes deben ser consecuentes unos con otros. No debería haber una orden de ejecutar una tarea en cierta forma mientras hay vigente otra orden de ejecutar en distinta forma. Sería inconsecuente decirle a una enfermera ambulante que puede ganar tiempo en cada visita si no se lava las manos. La consistencia la puede lograr el jefe vigilando que las órdenes sean cumplidas y respondiendo a los informes. Las excepciones a las reglas deben anticiparse en lo posible al establecerlas, para evitar después crear precedentes, que al acumularse, se convierten en nuevas reglas.

3. Propiedad

Los mensajes deben ser adecuados a la capacidad del receptor tanto en cantidad y detalle. La meta de la comunicación administrativa consiste en lograr un flujo óptimo de la información -ni excesiva ni escasa- suficiente para cubrir la materia pero no demasiado como para ahogarla. Es un informe, por ejemplo, el subordinado puede poner énfasis en las excepciones que han ocurrido, ya que se supone que las situaciones normales existen y son conocidas.

4. Oportunidad

Es necesario tener en cuenta el momento adecuado para transmitir el mensaje. Los expertos saben que una encuesta puede ser seriamente afectada, si se hace inmediatamente antes o después de una disputa laboral o de un aumento de salarios o beneficios. Si se demora la entrega de un informe, cesa de ser un medio de control administrativo y se convierte en un documento histórico.

5. Distribución

El mensaje debe llegar a la persona adecuada en la posición apropiada. La transmisión debe efectuarse hasta llegar al destinatario. Es símbolo de ineficiencia y motivo de irritación enviar una orden o informe de una a otra oficina sin que llegue a quien está destinado. De la misma manera, es inconveniente que la oficina central salte por encima o deje a un lado los niveles jerárquicos intermedios.

6. Interés y aceptación

El interés que recibe un mensaje y su asimilación contribuyen a la eficacia de la comunicación. El propósito de toda comunicación es asegurarse un efecto positivo, el que será una función del interés y aceptación de parte del receptor. Esto se puede facilitar si se ha creado un sentimiento de confianza mutua y respeto entre jefes y subordinados. Existe una atmósfera óptima para la comunicación, de la que se ocupan los libros y cursos sobre psicología social y relaciones humanas.

C. Comunicación hacia Abajo

La información esencial en un organismo administrativo se mueve en tres direcciones: hacia abajo, hacia arriba y horizontalmente.

El término "hacia abajo" debe entenderse como "hacia abajo y hacia afuera", pues en la mayoría de las instituciones existen oficinas en distintos sitios, como por ejemplo un ministerio, que tiene dependencias diseminadas por todo un país. Los principales tipos de comunicación hacia abajo son los siguientes.

1. Ordenes

Las órdenes dominan el flujo de comunicaciones hacia abajo. Constituyen uno de los instrumentos más importantes en la administración. La mayoría de las órdenes tratan de cuestiones de política y procedimientos. Por política se entiende en este caso el conjunto de principios rectores y normas que orientan y sirven de guía permanente a la institución. La política es necesariamente rígida; una vez establecida, la divergencia es difícil. Siempre emana de un nivel mucho más alto que aquel en el cual se aplica. El procedimiento, en cambio, prescribe en forma detallada los métodos, rutinas y tareas que deben efectuarse para llevar a cabo la política.

Hay diferentes grados de autoridad en las órdenes. Pueden haber órdenes de carácter obligatorio, órdenes discrecionales, o simplemente recomendaciones. Frases como "debe hacerse", "se hará", implican acción precisa y obligatoria, mientras que frases como "se podrá hacer", "se hará de acuerdo con las circunstancias, "se recomienda", no ordenan claramente algo. La palabra "debería" se encuentra en el límite entre estas dos clases. Deben sumarse los subtotales de cifras al pie de una página? Puede una persona tener derecho a una pensión antes de que llegue a cierta edad? Rara vez hay necesidad aquí de órdenes discrecionales; los términos de las instrucciones deben ser obligatorios.

Pero, debe suspenderse a un empleado cuando llega con seis minutos de retraso, siendo cinco el límite máximo? Es posible que sí, si su superior, dentro de su facultad discrecional, considera que esta nueva falta, además de otras, merece suspensión.

2. Instrucciones

Las instrucciones son órdenes detalladas para tareas más complicadas que las que necesitan órdenes simples. Las instrucciones pueden ser orales, escritas, aunque es conveniente confirmar por escrito lo que se ha dicho verbalmente. Un ejemplo se tiene en las instrucciones que hay escritas en los asientos de los aviones sobre cómo usar los salvavidas, las que complementan las instrucciones orales que da un empleado a los pasajeros cuando comienza el vuelo.

3. Mensaje

Otro tipo de material escrito que fluye hacia abajo es el mensaje individual. Las cartas, telegramas, memorandos, cables, teletipos, no sólo llevan órdenes, sino transmiten informaciones diversas o solicitan información.

El mensaje individual, en organismos grandes, se puede considerar como el medio escrito más efímero y de distribución más limitada. Es importante, por eso mismo, tener un buen sistema de identificación y archivo para poder ubicar los mensajes después de cierto tiempo.

4. Circulares

Cuando el mensaje es de carácter más general, cuando debe llegar a varias personas, se convierte en circular o boletín. La información, orden, o instrucción es múltiple. Las circulares llevan indicado en ellas el público al que están dirigidas, sea todo el personal o algunas unidades o departamentos, o una lista de destinatarios. A veces es necesario señalar en la lista de destinatarios de quiénes se requiere acción y a quiénes sólo se les da información.

5. Manuales

Los manuales son compilaciones de comunicaciones escritas que contienen las instrucciones y circulares de valor algo permanente en la institución, debidamente clasificadas, codificadas y con un índice apropiado. Un manual es autoritativo porque contiene los lineamientos de cómo funciona la institución. Trata primariamente de asuntos de política y procedimientos, organización y subclases de estos aspectos. Es la experiencia acumulada y puesta en escrito de la institución. Hay también manuales de trabajo que detallan las obligaciones y procedimientos de cada oficina a cada tipo de empleado, poniendo pautas a como se desarrolla el trabajo. Asi hay manuales de ventas, de supervisores, de catalogación y distribución de publicaciones. Menos autoritativos son los manuales de instrucción para los empleados.

6. Publicaciones internas

Un tipo de comunicación administrativa que ha tenido gran auge en las últimas décadas es la publicación interna. Generalmente es un periódico o revista editada por una empresa, asociación o institución y dirigida a un público específico, los miembros de ese organismo, aunque también puede incluir a las familias, accionistas y clientes. Contiene información sobre la institución, su estructura, sus objetivos, su marcha y progresos. Sirve para mostrar la imagen de la institución, crear camaradería, promover espíritu de cuerpo, contestar preguntas de los empleados.

D. Comunicación hacia Arriba

Para mantener un control y tomar decisiones, los dirigentes necesitan saber qué es lo que está pasando en la institución. Para ésto sirve la comunicación "hacia arriba" y "hacia adentro". Las principales formas de este flujo hacia arriba son las siguientes.

1. Control

La labor de administración se opera en un ciclo cerrado. Se emiten normas, órdenes, instrucciones y se reciben comunicaciones retornadas. El jefe debe estar atento a las respuestas a sus decisiones y ver como las normas se cumplen. El control se delega y se distribuye conforme se hace más grande la institución. Recientemente, gracias a los computadores que procesan volúmenes masivos de información, se observa en empresas muy grandes un proceso de recentralización, es decir que el control de operaciones tiende a hacerse de nuevo desde el centro.

2. Informes

Los informes constituyen el tipo más importante de comunicación hacia arriba, un instrumento indispensable en la administración. Los informes contienen datos de incrementos y reducciones en la operación, estadísticas, finalización de asignaciones, progresos en los proyectos, desviaciones de los planes aprobados, problemas anticipados. Pueden ser periódicos, como los partes diarios, informes mensuales o anuales; o especiales, que cubren eventos antes que períodos de tiempo. Según su propósito, hay informes de actividades, ejecución, planeamiento, de información, y de recomendaciones.

3. Sugerencias

Un sistema de recibir sugerencias puede ser útil para una institución. Se trata de recoger ideas y opiniones del empleado sobre asuntos relacionados con la operación aprovechando su experiencia y dotes de observación. Esto se ha visto que es importante en empresas industriales grandes, las que han creado sistemas para captar estas ideas, aún ofreciendo premios pecuniarios.

4. Quejas

A veces es conveniente contar con un sistema de recibir quejas que no pase a través de los supervisores inmediatos. Para eso se instalan buzones especiales de quejas. Los resultados de este sistema son contradictorios. Tanto los supervisores como los líderes de sindicatos pueden insistir que las quejas pasen a través de ellos. Lo importante es que se tome alguna acción en cuanto a las quejas, investigándose sus causas.

5. Entrevistas

Por medio de las entrevistas se recibe información directa de la fuente. La entrevista, como requisito previo a la toma de decisiones, produce hechos y otras informaciones que no fluyen normalmente hacia arriba, tales como actitudes, opiniones, sugerencias, quejas, rumores, esperanzas, frustraciones y motivaciones. En manos de una persona con ciertas condiciones, la entrevista es un instrumento valioso de administración. Se usa también en la evaluación del trabajo, en el análisis de las tareas realizadas, y en el examen de posibilidades de cambios y ascensos.

6. Encuestas

Las encuestas recogen información de un grupo más bien que de un individuo. Se caracterizan también porque cubren un campo más amplio: Las preguntas abarcan mas aspectos del trabajo o de las relaciones entre la institución y sus miembros. El instrumento usado es el cuestionario, que puede ser llenado por entrevistadores o por los mismos entrevistados. Los cuestionarios se llenan en forma anónima para obtener respuestas francas. Es importante escoger la muestra, diseñar bien el cuestionario, probarlo previamente para ver si funciona, y analizar los resultados. Es importante también hacer conocer los resultados de la encuesta a los interesados.

E. Comunicación Horizontal

La mayor parte de la comunicación dentro de una institución va hacia abajo o hacia arriba. Pero hay también una necesidad de coordinación, aparte de las órdenes y de los informes. Esta coordinación es llevada a cabo mediante actividades de comunicación que son esencialmente horizontales, es decir entre posiciones y unidades a un nivel jerárquico similar. Los principales tipos son los siguientes.

1. Aprobación

La aprobación busca el consenso de miembros de la institución en decisiones, informaciones y directivas emanadas de una posición. Puede tener como objetivo repartir responsabilidades, compartir opiniones, obtener aprobación de personas claves, o simplemente mantener informadas a ciertas posiciones. El proceso incluye la lectura de borradores de comunicación, la circulación de comunicaciones antes de su envío, o el envío de copias para información.

2. Revisión

El proceso de revisión es más informal que el de aprobación. Consiste en obtener la opinión de colegas sobre una comunicación, generalmente de carácter técnico, como un informe o un manuscrito para publicación. Esta es una recomendable costumbre entre autores que se ayudan mutuamente en la revisión de manuscritos y que es conveniente extender a otras esferas.

3. Conferencias

La conferencia es una forma de comunicación horizontal. La conferencia es una reunión de un grupo más bien pequeño, que tiene un propósito, un líder, participación e intercambio entre miembros, y ausencia de discursos. Según sus propósitos, puede buscar intercambio de información, formulación de un programa, desarrollo de una política, comprensión de problemas, o eliminación de diferencias. La labor del líder es importante para conducir los debates, lograr acuerdos, resumir conclusiones y tomar decisiones. En este tipo de reuniones es importante evitar decisiones por votación.

F. Resumen

Se han presentado las características de la comunicación administrativa y algunos principios para obtener una comunicación eficaz. La comunicación puede ser hacia abajo y hacia afuera; la más importante actividad en esta clase son las órdenes. La comunicación puede ser hacia arriba y hacia adentro; la más importante actividad en este grupo la constituyen los informes. La comunicación puede ser horizontal, lo que comprende la aprobación, la revisión y las conferencias. El conocimiento y manejo apropiado de estos sistemas de comunicación ayuda a una mejor administración en una institución.

BIBLIOGRAFIA

1. CHERRY, C. On human communication. New York, Wiley, 1961. 333 p.

2. DOOHER, M. J. y MARQUIS, V., comps. Comunicación efectiva en el trabajo. Trad. del inglés por C. Saavedra. México, Reverté, 1960. 291 p.

3. HANEY, W. V. Comunicación serial de la información en las organizaciones. In Mailick, S. y Van Ness, E. H., eds. La conducta administrativa; conceptos y problemas. Buenos Aires, Hobbs-Sud-americana, 1966. pp. 193-208.

4. LONG, N. E. La comunicación administrativa. In Mailick, S. y Van Ness, E. H., eds. La conducta administrativa; conceptos y problemas. Buenos Aires, Hobbs-Sudamericana, 1966. pp. 177-191.

5. MAILICK, S. y VAN NESS, E. H., eds. La conducta administrativa; conceptos y problemas. Trad. del inglés por M. E. Ceretti. Buenos Aires, Hobbs-Sudamericana, 1966. 254 p.

6. REDFIELD, C. E. Communication in management. Rev. ed. Chicago, University Press, 1958. 314 p. (Está traducido al castellano por ESAPAC, San José, Costa Rica, 1958, con el nombre de "Las comunicaciones en la administración").

ALGUNOS CONCEPTOS DE LA CIENCIA DEL COMPORTAMIENTO PARA EJECUTIVOS *

Los ejecutivos tienen un trabajo complejo y polifacético. El aspecto más complicado de este trabajo consiste en mantener, organizar y administrar un personal efectivo, a través del cual se espera lograr las metas de la organización. Por lo tanto, la comprensión cada vez mayor del comportamiento humano en relación al proceso administrativo es una necesidad continua de los ejecutivos.

La mayoría de los ejecutivos han llegado a su alto cargo de dirección, debido a que ellos han mostrado habilidad en dirigir y asumir responsabilidades. Sin embargo comenzaremos suponiendo que, sea cual fuere el nivel de competencia y responsabilidad que tiene el ejecutivo, sus habilidades y capacidades, pueden y deben mantenerse en un proceso dinámico y continuo de mejora y de desarrollo.

A continuación presentamos varios conceptos básicos y teorías, en forma resumida que se pueden utilizar con el fin de obtener conocimientos más profundos y una mayor comprensión sobre el comportamiento del ejecutivo y sobre el proceso gerencial.

Se presenta cada concepto o teoría con el objeto de retar y cambiar o mejorar algunas de las prácticas más usuales utilizadas por los ejecutivos.

RETO No. 1

¿ QUE HACE A MIS SUBALTERNOS Y A MI REACCIONAR, RESPONDER ?

¿ COMO SE EXPLICA SU CONDUCTA Y LA MIA ?

La jerarquía de las necesidades humanas, tal como la describe Abraham Maslow, nos da alguna compresión con relación a esta pregunta, que con frecuencia nos hacemos (ver cuadro 1).

Dos factores de especial interés en la teoría de Maslow deben señalarse al tratar de responder al reto No. 1.

1. La jerarquía u orden de importancia de las necesidades básicas que se motivan a mí o a mis colegas y a aquellos con los cuales yo trabajo.

---

* Documento tomado del Material de Enseñanza del Centro Interamericano de Desarrollo Integral de Aguas y Tierras "CIDIAT". Material de Enseñanza Documento No. 29 Idioma Original Español.

2. Las especulaciones que hago de mis colegas y de la gente con quien trabajo.

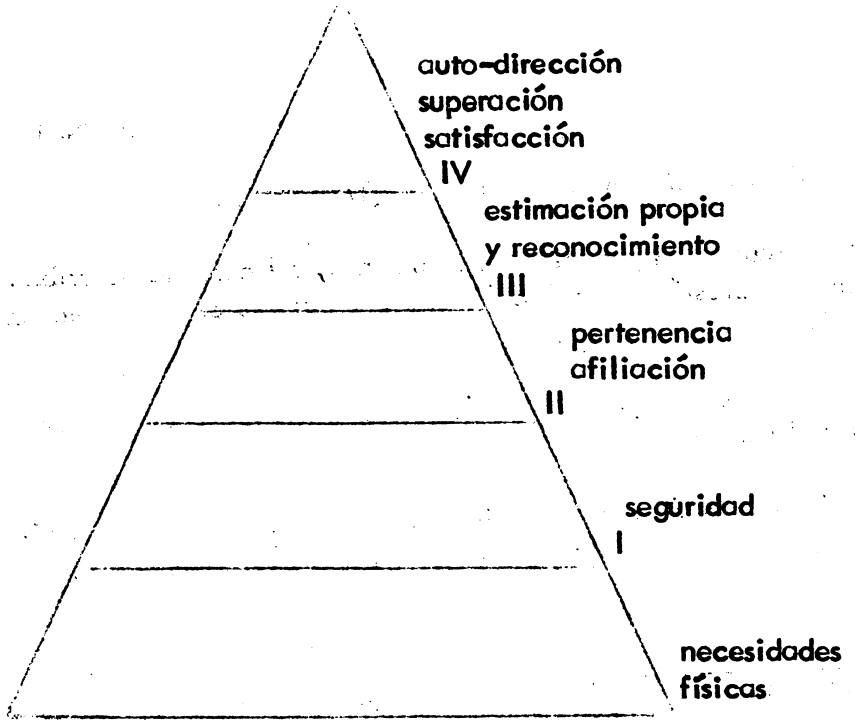
Esta jerarquía de las necesidades humanas sugiere gran dificultad al tratar de satisfacer las necesidades y aspiraciones más altas del ser humano, sin antes satisfacer las necesidades básicas de sobrevivencia. La expresión máxima del hombre y su máxima satisfacción no pueden ser fuerzas motivadoras poderosas en personas con hambre, sin vivienda, sin protección física.

Es extraño encontrar, sin embargo, que en sociedades donde las necesidades físicas están relativamente satisfechas, se continúa dependiendo y explotando estas necesidades como fuentes de motivación para la acción y participación de los empleados.

Una regla básica nos dice que una necesidad que ya ha sido satisfecha deja de ser motivación para la acción. Nuestras especulaciones sobre lo que creemos son las necesidades de nuestro personal afecta y tiende a colorear lo que esperamos de ellos.

Rensis Likert, de la Universidad de Michigan, ha resumido las investigaciones hechas relativas a motivaciones en el trabajo y en la gerencia, en las siguientes palabras:

"La conducta de toda persona parece ser afectada e influenciada por un gran deseo de reconocimiento de su yo, ésto es, un deseo de crecimiento personal... un sentido de valor propio".



(Cuadro I)

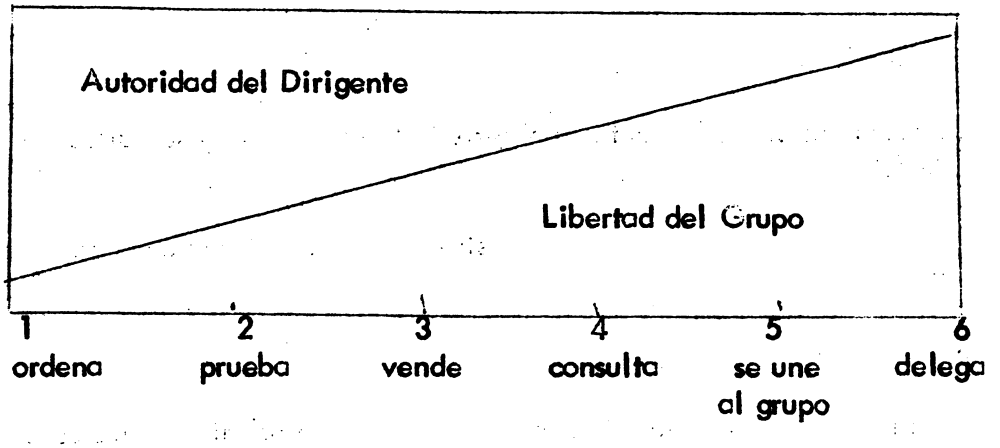
¿ CUAN DEMOCRATICO DEBO SER YO COMO EJECUTIVO ?

Podemos ganar una mejor comprensión de nuestra posición como ejecutivos con relación a este reto, examinando nuestros estilos de liderato en términos del siguiente "continuum" desarrollado por Warren Schimidt y Robert Tannabaum en California.

Estudiemos el "continuum"

El Dirigente como Centro de Decisión y Acción

El Grupo como Centro de Decisión y Acción



(Cuadro 2)

¿ COMO DECIDIMOS DONDE ESTA CADA UNO DE NOSOTROS PARADO EN ESTE "CONTINUUM" ?

Una guía que nos puede servir para contestar esta pregunta se encuentra en la siguiente lista de factores que afectan nuestra posición:

1. Las fuerzas que existen en mí, incluyendo mis motivaciones y necesidades emocionales y mis suposiciones e ideas preconcebidas sobre la gente con quien trabajo (colegas, subordinados, superiores, compañeros de trabajo), debo examinar:

   a. Mi sistema de valores.

   b. Mis expectaciones sobre el grupo, mis suposiciones y la confianza o sospechas que tengo sobre la gente en general.

   c. Mis inclinaciones y tendencias como líder:

   autócrata ? _____ o demócrata ?

d. Mi sentido de seguridad y mi grado de tolerancia para las situaciones ambiguas.

e. Mis propias motivaciones en lo que se refiere a mis necesidades emocionales, y cómo satisfago estas necesidades.

2. Las fuerzas que operan en el grupo, incluyendo la comprensión que yo tengo de las necesidades, de los distintos miembros, sus motivaciones, sus percepciones.

Por ejemplo, debo mirar cuidadosamente las necesidades del personal por mantener su independencia de pensamiento y acción y también sus necesidades de dependencia.

Su disposición, prontitud y voluntad para asumir responsabilidad.

Su tolerancia, para la ambiguedad.

Su interés en el problema.

Su comprensión de las metas y objetivos de la empresa y su participación en la formación de éstos.

Su conocimiento, experiencia y destrezas para una tarea en particular, y los medios para aumentar éstas.

Sus especulaciones o esperanzas.

También se debe considerar el efecto en el grupo de mis propias especulaciones sobre las motivaciones y necesidades de mi personal.

3. Las fuerzas que operan en la situación.

Debo estudiar cuidadosamente el tipo de organización a que pertenezco.

La efectividad del grupo con quien trabajo.

La presión del tiempo.

Las consecuencias de la decisión o acción que se tome y la percepción y comprensión que yo tengo y que el grupo tiene de la tarea.

RETO No. II

¿ QUE INFLUENCIAS HAGO YO SOBRE MIS SUBALTERNOS ?

¿ CUALES SON MIS PREMISAS ?

Antes de morir, un año hace, el doctor Douglas McGregor estableció una teoría de contraste sobre dos listas de especulaciones que tendemos a hacer sobre nuestros subalternos y sobre la gente en general. Una lista la llamó teoría X y la otra teoría Y.

Un breve resumen de estas listas de especulaciones y sus implicaciones para la acción ejecutiva se bosqueja en el Cuadro No. 3.

Estas especulaciones que uno hace con relación a la gente que trabaja con uno, actúan como profecías y afectan en gran medida nuestra conducta y la de nuestros subalternos.

Lo que sí es de gran ayuda al ejecutivo es analizar honradamente nuestras premisas y cómo nuestra conducta y estilo de liderato, refleja nuestras suposiciones. La Teoría Y implica una relación más dinámica entre los seres humanos que la Teoría X, más optimismo sobre sus posibilidades de crecimiento y desarrollo, más preocupación con la auto-dirección y la responsabilidad y utiliza los conocimientos que las ciencias sociales y las ciencias del comportamiento humano han ido acumulando.

En ambos casos nuestras suposiciones y premisas basadas en la Teoría X o en la Teoría Y influirán en gran medida la forma como organizamos y utilizamos el potencial humano de la empresa para tomar decisiones y tomar acción.

Si aceptamos y seguimos la Teoría X, se establece como consecuencia lógica:

1. La comunicación unidireccional.

2. La estrategia y la acción planificada, el nivel alto por el líder máximo.

3. Las decisiones hechas al nivel alto y las órdenes de ejecución y la implementación dadas sin explicación al nivel más bajo. Se dan órdenes e instrucciones desde arriba para ser ejecutadas por los trabajadores en los niveles bajos.

4. No hay comunicación hacia arriba, excepto los informes que se exigen.

La Teoría Y hace mucho más significativa la inter-acción humana en el trabajo e implica la existencia de :

1. La comunicación multidireccional.

2. Envolvimiento y la confianza puesta en la forma en que se fijan los objetivos, en los planes, en las decisiones que se hacen a distintos niveles.

TEORIA X		TEORIA Y	
Las gentes por lo regular son :	Por lo tanto hay que :	Las gentes por lo regular son :	Por lo tanto hay que :
Naturalmente vagos	Motivarlos	Dinámicos y con motivación propia.	Guiarlos
Dependientes	Dirigirlos	Independientes	Proveer más oportunidades para dirección propia.
Irresponsables	Supervisarlos de cerca.	Responsables	Confiar en ellos.
Enemigos	Desconfiar de ellos, darles pelea.	Aliados	Colaborar con ellos.
Faltos de imaginación	Delinearles el trabajo	Creativos	Crear condiciones que permitan la expresión de creatividad.
Faltos de visión	Planificarles el trabajo.	Imaginativos con visión	Planificar con ellos.

RETO No. III

PUEDO YO DAR LA CONSIDERACION APROPIADA Y NECESARIA AL TRABAJO Y LA PRODUCCION Y A LA VEZ DAR ATENCION E INTERES A LA GENTE CON QUIEN TRABAJO ?

Robert Blake (Blake and Mouton en su libro "The Managerial Grid") presenta una concepción esquemática a un marco dentro del cual cada ejecutivo puede medir y evaluar la atención relativa que da a las dos preocupaciones primordiales que confronta la gerencia.

EL CUADRO ADMINISTRATIVO*

Tanto en los sectores empresariales como en los medios académicos existe una preocupación permanente por lograr organizaciones más efectivas. Se busca utilizar optimamente los recursos disponibles, tanto físicos como humanos y satisfacer de mejor manera las necesidades de todos los núcleos que rodean a la organización moderna, tales como accionistas, proveedores, trabajadores, clientes, etc.

El punto central de atención y análisis es el estudio del tipo de liderato y comportamiento gerencial que produce la excelencia en las organizaciones.

Una de las contribuciones más llamativas en este aspecto es la formulada por Robert R. Blake, antiguo profesor de la Universidad de Texas y actual presidente de la firma de consultores Scientific Methods, Inc. Este enfoque recibe el nombre de "Managerial Grid", lo que traducido libremente al español significa "El Cuadro Administrativo".

Blake considera que existen ciertos factores universales inherentes al concepto organización. Uno de ellos es la existencia de propósito al cual él equipara la idea de producción. Otro es la gente; no existe organización sin gente y no es posible cumplir un propósito sin emplear gente. Un tercero es la existencia de una jerarquía. En toda organización existen jefes y subordinados.

El cuadro administrativo suministra una idea acerca de como estos tres factores: producción, gente y jefes, se interrelacionan en diferentes circunstancias. En algunos casos la preocupación predominante de los jefes es producción. En otros la preocupación predominante es el bienestar de los trabajadores y empleados. En cuanto a lo que se refiere a los jefes, estos cuando toman decisiones, realizan conjeturas, consciente o inconscientemente acerca del comportamiento de sus subordinados y sobre la manera de lograr objetivos organizacionales.

El Cuadro Administrativo, diseñado en la figura 1, muestra las distintas posibilidades de interacción entre los factores "preocupación por la producción" y "preocupación por la gente". El eje horizontal se refiere a la producción y el vertical a la gente. Ambos factores están expresados en una escala de 1 a 9, en donde 1 representa la preocupación mínima y 9 la preocupación máxima.

En el ángulo inferior izquierdo del cuadro se encuentra el estilo 1.1 que representa interés mínimo, tanto por la producción como por las personas. El ángulo superior izquierdo está ocupado por el estilo 1.9 que implica mínimo interés por la producción y máximo interés por la gente. El estilo 9.1 ocupa la posición opuesta, el ángulo inferior derecho, y significa lo contrario: Máxima preocupación por la producción y mínima por la gente.

---

* "The Managerial Grid", R.R. Blake, Gulf Publishing Company, Texas, 1964. Traducido y adaptado por J. Miguel Bernal.

EL CUADRO ADMINISTRATIVO

Preocupación por la gente			
Alto	1.9. Cuidadosa atención a las necesidades de la gente. La producción es secundaria. Gran camaradería y armonía.		9.9. Trabajadores y empleados involucrados en la empresa. Integración de objetivos de la empresa y necesidades del individuo.
		5.5. Balance entre necesidades de la gente y objetivos. Sistema transaccional.	
Bajo	1.1. Mínimo esfuerzo para producir sólo lo indispensable y proseguir en la organización.		9.1. Las personas son instrumento de la producción. Se organiza el trabajo mas que las personas.
	Bajo	Preocupación por la Producción	Alto

En la parte superior derecha se encuentra la orientación 9.9, en donde tanto la preocupación por la gente como por la producción llegan a su máximo. Por último en el centro está el estilo 5.5. el cual representa una situación intermedia.

De acuerdo con Blake, cada una de las cinco posiciones descritas representa una teoría, con diferentes hipótesis o presupuestos, acerca de cómo los individuos se comportan en la dirección de problemas de producción que involucran gente. Como tales cada posición puede verse como una serie de conjeturas acerca de cómo usar la jerarquía para relacionar la gente con la producción.

El propósito del análisis de Blake, del cual presentamos a continuación un resumen, es ayudar a los individuos a conocer más profundamente sus hipótesis o conjeturas acerca de cómo gerenciar, dirigir o supervisar.

Es necesario considerar que muchas veces no es suficiente analizar cuál es el estilo dominante de un individuo, para comprender las implicaciones de su comportamiento. Además de ese estilo dominante es conveniente conocer su segunda orientación. Esta última está representada por la que el individuo usa cuando su teoría dominante falla en obtener los resultados deseados. Cualquier estilo puede ser un segundo estilo de una orientación dominante.

A continuación presentamos un resumen de las características de los estilos descritos por Blake.

EL ESTILO 9.1

En este estilo se parte de la base de que existe una contradicción inevitable entre los objetivos de producción de la organización y las necesidades de los empleados. Si uno se cumple el otro resulta sacrificado. Antes que nada es necesario cumplir con la producción, piensa el ejecutivo 9.1.

Se da mucha más importancia a cómo organizar el trabajo que a cómo organizar a la gente y a cómo crear un clima que les permita trabajar con máxima productividad.

La Gerencia

Bajo esta teoría el gerente tiene una posición de autoridad y jerarquía. Se siente responsable de planear, dirigir y controlar las actividades de sus subordinados, en el grado que se requiera para que se alcancen los objetivos de producción de la empresa. El jefe planea y el subordinado ejecuta. Se espera que la gente haga lo que se le ordena. Ni más ni menos.

Dirección y control

Se considera que a la gente basicamente le disgusta trabajar y por lo tanto, se da por sentado que dirección y control externos son necesarios para obtener resultados. Se ve a los subordinados como individuos inmaduros y es sólo natural entonces que deban ser vigilados cuidadosamente.

Errores y faltas

Bajo el estilo 9.1 se considera que todos los errores se pueden atribuír a las personas. Cuando se descubre un error, el superior posiblemente dice: "Mi primera reacción es encontrar quién es la persona responsable y aplicar la respectiva sanción disciplinaria de una manera drástica. Cuando la gente sabe que los errores no se toleran no los comete con frecuencia". Las políticas sobre sanciones son uniformes y previamente definidas y existe gran formalidad en su aplicación.

Comunicaciones

En este sistema las comunicaciones tienen un carácter formal. Se supone que ocurren a través de los canales establecidos y de acuerdo con los organigramas. Existe énfasis en que sean por escrito para evitar desórdenes. El mayor flujo de comunicaciones tiene lugar de arriba hacia abajo y las comunicaciones hacia arriba son bastante limitadas, generalmente reducidas a desviaciones de hechos esperados.

Resolución de conflictos

Existe en este sistema una situación de competencia entre individuos y grupos y en este sentido las tensiones son comunes. Debido a que se considera que la producción está primero que todo, cualquier circunstancia que la demore se tiene como una barrera. Por tal razón se busca resolver cualquier conflicto interpersonal en forma rápida. Sin embargo, desde el punto de vista del jefe los conflictos se resuelven haciendo uso de la autoridad y lo mejor que puede suceder es que los conflictos no surjan para no perder tiempo en su discusión y perjudicar la producción.

Resumen

Bajo el estilo 9.1 la gente es mirada como instrumento de la producción. Los supervisores ponen énfasis en los requerimientos de la tarea y del trabajo y se basan en una filosofía de "producir ó morir". Se persigue que los empleados se ajusten y amolden a las características de los puestos y no son tenidos en cuenta a menos que se demuestren como buenas herramientas de producción. La base del control es el poder jerárquico basado en un sistema en el cual unos ejercitan autoridad y otros obedecen. Las relaciones entre la gente están limitadas a aquellas instancias en las cuales se imponen debido a asuntos del trabajo. Cuando surge algún conflicto entre los subordinados, el estilo 9.1 indica que se debe suprimir por los efectos que puede traer en las metas inmediatas de producción. Cuando surge conflicto entre los compañeros o con el jefe, la meta es ganar.

EL ESTILO 1.9

En la parte superior izquierda del cuadro administrativo se encuentra el estilo 1.9. Aquí el 1 representa el interés por la producción y el 9 el interés por la gente. Como en el estilo 9.1, esta orientación supone que el interés por la producción está en contra de las necesidades de la gente. Un ejecutivo con este estilo considera que antes que nada es necesario mirar las necesidades de los miembros de la organización, aun sacrificando la producción.

La Gerencia

Si bien es cierto que el gerente bajo esta orientación define también su función como el planear, dirigir y controlar las actividades de sus subordinados, lo hará de tal manera que evite presionar la producción a un ritmo mayor del que acepten los miembros de la organización. En realidad dirige siguiendo lo que la gente quiere. Al no darse tanto énfasis a la producción se evitan algunos de los conflictos que usualmente se generan.

Dirección y control

Cuando se trata de dirigir, el gerente con una orientación 1.9 adopta una actitud de ayuda a sus subordinados. Suple sus deficiencias técnicas o de cualquier otro estilo dirigiéndolos y mostrándoles el camino y no les permite que busquen y encuentren la solución a un problema por si mismos.

Errores y faltas

Bajo 1.9, un Supervisor seguramente reacciona ante errores de la siguiente manera... "No lo tome tan duro. Todos cometemos errores. Es posible que tenga más suerte la próxima vez". Se evita buscar y señalar al responsable y se trata de olvidar y tapar los errores. Existe mucha flexibilidad en cuanto a sanciones, hora de llegada y salida, café, visitas durante el trabajo, ausencias ocasionales, etc. El ejecutivo o supervisor bajo 1.9 trata de ser buena persona con la gente. Si debe tomar una decisión o dar una orden que no le gusta a la gente, tratará de evitarlo o tratará de persuadir buscando simpatía hablando del dilema en que se halla.

Relaciones

El estilo 1.9 es completamente distinto del 9.1, en este aspecto. El énfasis en el 9.1 es aislamiento de los subordinados, mientras en el 1.9 existe sentido de asociación y grupo. Las relaciones Jefe-subordinados dejan de ser uno a uno, para ser uno a todos.

El jefe 1.9 ve a sus subordinados como su producto mas importante y trata de satisfacerlos en todo lo posible.

Comunicaciones

Bajo este sistema las comunicaciones informales son muy importantes y las comunicaciones a través de los canales formales pierden importancia. Los periódicos de la empresa, cuando existen, ponen un gran énfasis en aspectos sociales. Las carteleras contienen chistes y notas de humor, noticias sobre premios y sobre vacaciones. En síntesis, el sistema de comunicaciones proporciona un magnífico vehículo para los aspectos sociales y emocionales de las relaciones laborales.

Resolución de conflictos

Se busca evitar desacuerdo, emociones negativas, rechazos y frustraciones. Se lucha por lograr relaciones armoniosas y se está dispuesto a pagar cualquier precio por obtenerlas.

Resumen

Bajo la orientación 1.9 el ritmo de trabajo es bastante confortable. A la gente se la anima antes que forzarla. Se espera que los subordinados rindan algún trabajo para evitar problemas y por lealtad y aceptación. El jefe representa un hermano mayor más que un padre fuerte como en 9.1. El grupo, más que el individuo, es la clave de la organización, con gran amistad y armonía entre sus miembros.

EL ESTILO 1.1

En este caso se unen tanto un bajo interés por la producción, como un bajo interés por las personas. Como en los estilo 9.1 y 1.9, se parte de la base de la incompatibilidad entre el interés de la empresa y las metas de los individuos miembros. Sin embargo, y puesto que el interés por ambos es tan bajo, el dilema en que se encuentra el ejecutivo en este caso entre la producción y la gente es muy pequeño o ninguno. Sencillamente no le importan las cosas o mejor ha aprendido a que no le importen y a hacer solamente lo necesario para sobrevivir. Poco a poco se ha ido situando en una posición en la cual poco se espera de él y poco o nada está dispuesto a dar.

El estilo 1.1 no representa una situación natural y es adoptada por una persona que ha aceptado su derrota y resuelta a no seguir luchando.

La Gerencia

En este estilo el individuo asume responsabilidades sólo de manera superficial. Asigna trabajo a sus subordinados pero no se preocupa por darles ayuda o controlarlos. Sólo presenta los informes que se le solicitan y lo hace de una manera completamente mecánica y formal sin preocuparse por la veracidad de los datos. Nunca contribuye con nuevas ideas ni lucha por clarificar los objetivos de la compañía.

Dirección y control

La orientación del supervisor 1.1 es asumir el mínimo de responsabilidad y busca el permanecer escondido. Sigue las reglas y políticas de la compañía estrictamente pues ésto se le hace más sencillo que tener flexibilidad de acuerdo con la situación y buscar posibles problemas. Cuando dirige y controla lo hace apoyándose en sus superiores y de esta manera en muchas oportunidades se encuentra asumiendo el papel de mensajero.

Errores y faltas

En el enfoque 1.1 por lo general se ignoran los errores y faltas a menos que sea imposible por su magnitud. El supervisor 1.1 busca culpar a sus subordinados para descargar su responsabilidad y es típico de su estilo decir . . . "Yo les comuniqué oportunamente pero ellos no hacen caso. Yo no tengo la culpa".

Concepto de objetivos

En realidad no existe un claro concepto de objetivos de la compañía bajo la forma 1.1. Si algo existe, existe en función personal, no en función de la empresa. Lo que le interesa al individuo es obtener su salario, prestaciones sociales, casa, una pensión de retiro y obtenerlo con el menor esfuerzo posible y sin asumir responsabilidades. No tiene ningún sentido de contribución a la empresa ni está interesado en aprender más.

Comunicaciones

Las comunicaciones son mínimas. Existe una situación de aislamiento. En el estilo 9.1 la preocupación por la producción une a los jefes; en el 1.9 existe gran interés por el aspecto social, pero en el enfoque 1.1 no existe ningún punto común.

Resolución de conflictos

La solución para el gerente 1.1 es evitar cualquier tipo de conflicto. No por que el conflicto pueda perjudicar a la producción o porque pueda molestar a la gente sino porque el evitarlo representa la línea de menos resistencia. Esto se logra de varias maneras. Bien retirándose física o sicológicamente de situaciones conflictivas, o bien retardando acción, no contestando menos, no diciendo nada por temor a despertar reacciones, o por última, evitando dar opiniones por temor a comprometerse.

Resumen

Un gerente o supervisor con una orientación 1.1 ejerce una influencia mínima en sus contactos con otras personas. Por lo general se limita a transmitir órdenes y mensajes de sus superiores. Muchos supervisores con este estilo son expertos en transferir la culpa a otros aunque pocas veces inician la crítica ellos mismo para evitar conflictos. Es clásico de este estilo el estar presente para obtener beneficios pero ausente cuando se trata de contribuír o asumir responsabilidades.

EL ESTILO 5.5

La posición media del Cuadro Administrativo está identificada por el 5.5. Existe en ella una moderada preocupación por la gente acompañada de una moderada preocupación por la producción, pero también se asume una situación de conflicto entre estos dos propósitos. En vez de resolver este conflicto, bien dando mayor prelación a la producción (9.1) o a las personas (1.9) o asumiendo una actitud de apatía (1.1), se pretende solucionar el conflicto asumiendo una situación transaccional o de equilibrio. En este estilo no se está buscando la mejor solución, ya sea desde el punto de vista de la producción o del interés de las personas, sino una solución intermedia que parcialmente satisfaga esos dos requerimientos.

La Gerencia

El gerente con estilo 5.5 se preocupa algo por la producción. En razón de que se reconoce que la gente no puede ser completamente descuidada se concede algo de importancia al factor humano dentro de la organización. El gerente constantemente está buscando una situación de equilibrio y compensando cuando uno de los dos factores mencionados sufre.

Dirección y control

Bajo una gerencia 5.5, así como en el sistema 9.1, la gente es vista como instrumento de la producción. Sin embargo, se quiere considerar también a la gente como "importante". Lo que este enfoque significa es algo por este estilo: "A la larga se tienen más problemas con la gente si a esta se la forza y obliga y no se la tiene en cuenta y se pretende sacarle el máximo provecho. Es mejor no "exprimirlos" tanto y considerar en algo sus necesidades personales".

El gerente en este caso evita ejercitar su autoridad formal en el sentido 9.1, para lograr obediencia. En vez su estilo implica el que trate de persuadir y "vender ideas". La siguiente frase es común: "No se debe dar órdenes sin explicar por qué y antes de saber si la gente las aceptará".

Errores y faltas

Se busca que el subordinado conozca su tarea y lo que se espera de él. Se concede el beneficio de la duda cuando alguien comete un error pero se deja saber que la próxima vez se castigará. Cuando las acciones disciplinarias se hacen necesarias se gradúan de acuerdo con la magnitud de la falta.

El estilo 5.5 pone énfasis en tradiciones, procedentes y normas previamente establecidas, en las relaciones diarias dentro de la empresa. La autoridad no se ejerce directamente (como en 9.1) sino más bien se hace constante referencia a esas normas y procedimientos. Las siguientes frases son usuales: "Esta es la manera como lo hemos venido haciendo y hemos tenido éxito. Sigamos así". "La compañía quiere que ésto se haga así".

Comunicaciones

Bajo esta orientación se da tanto peso a la organización formal como a la informal. Se considera que toda organización debe tener sus normas, procedimientos y políticas y se cree en la existencia de líneas de comando, especialización de tareas, unidad de mando, etc., pero se reconoce la existencia de la organización informal. Sin embargo, el tratamiento que se da a esta última es el de pretender usarla para evitar que la gente se frustre.

Resolución de conflictos

La actitud del gerente 5.5 bien puede estar resumida en la siguiente frase: "En razón de la naturaleza humana es imposible pretender la obtención total de las metas de producción o la satisfacción de las necesidades de la gente. En uno u otro caso se crearían problemas. Es necesario ceder en ambos sentidos. El progreso depende de lograr un equilibrio y es necesario renunciar a algo para obtener algo".

Cuando se presentan conflictos lo mejor es no dejarlos progresar ni hacerles frente directamente. Lo oportuno y sabio es lograr que cada una de las partes ceda en algo y así todo el mundo queda contento.

Una frase típica del estilo 5.5 es "De una parte es cierto que. . . . pero es necesario tener en cuenta que . . . ."

Resumen

El factor humano en la organización es tan importante como el factor producción. Es necesario guardar un balance entre los dos y ésto se logra en la orientación 5.5. Se presume que la gente colaborará si se les explica algo sobre el objetivo de su tarea. Sin embargo, estacomunicación sólo se hace para que la gente sepa algo de lo que está haciendo y con el objeto de aminorar resistencias, no porque se considere ciertamente que los trabajadores tienen verdaderamente algo importante para aportar. El énfasis está en dar a la gente sentido de participación, no en dejarla participar realmente en decisiones.

EL ESTILO 9.9

En el ángulo superior derecho se encuentra el estilo 9.9. Allí una alta preocupación por la producción es acompañada de un alto interés por la gente. A diferencia de otros estilos gerenciales se parte de la base de que no existe necesariamente conflicto entre las metas de producción de la empresa y las necesidades de la empresa. Bajo el enfoque 9.9 se logra una integración efectiva de los trabajadores con la producción, lo cual es posible involucrándolos en la determinación de las estrategias de trabajo. Las necesidades básicas de la gente de pensar, de aplicar esfuerzo mental, de establecer buenas relaciones con sus compañeros, de realizar una tarea bien hecha, son aprovechadas para lograr objetivos organizacionales.

A diferencia del enfoque 5.5, el enfoque 9.9 está orientado a descubrir la mejor solución para una situación dada, no simplemente la solución que indique la tradición o la costumbre.

Utilizando tanto las facultades mentales de la gente como sus habilidades de realización y ejecución se busca lograr el más alto nivel posible de producción. Este nivel sólo se alcanza a través de situaciones de trabajo que satisfacen las necesidades de superación y desarrollo de los empleados. Sociabilidad sólo por motivos de amistad o poder como un fin en sí mismo no representan necesidades sanas. Las motivaciones básicas del individuo y al mismo tiempo los aspectos críticos de la organización están representados por el sentido de cumplimiento de una tarea y el sentido de contribución. Cuando el individuo contribuye y realiza una labor importante se satisfacen tanto sus necesidades individuales como los requerimientos de la organización.

La Gerencia

El Gerente en este caso aun retiene la responsabilidad de planear y dirigir, pero al hacerlo utiliza los recursos y conocimientos de sus subordinados. Existe participación real de los subalternos, no para darles sentido de la importancia, sino porque se considera que sus conocimientos son buenos y pueden contribuír a mejores decisiones. La idea general en el estilo 9.9 es crear condiciones de trabajo que faciliten el que la gente entienda los problemas, se vea involucrada en los resultados y en donde sus ideas impliquen verdaderas contribuciones. Cuando la gente puede pensar y puede influír en el resultado, no se resiste, se muestra complaciente. La creencia de que la gente es capaz de dar lo mejor de sí en vez de buscar lo mejor para sí, es central en esta orientación.

Dirección y control

Bajo la orientación 9.9 dirección y control se logran permitiendo que los subordinados participen en el señalamiento de los objetivos de la organización y, por consiguiente, los entienda y acepten. Posteriormente será solamente natural que traten de hacerlos cumplir. El presupuesto básico es que si los individuos están interesados en el resultado, no hay necesidad de dirección y control externos al individuo, ejercidos de la manera tradicional por un jefe que manda y espera que sus subalternos obedezcan. Una buena gerencia permitirá un alto grado de auto-dirección y auto-control.

Errores y faltas

Bajo el 9.9, cuando ocurre un error, tal circunstancia se convertirá en una oportunidad para aprender algo. El jefe dirá.... "Mala suerte, Pero lo que debemos hacer es estudiar el problema y aprender cómo hacer las cosas mejor. Cuándo nos reunimos para discutir el caso?"

El primer presupuesto es que los errores se cometen por malos entendidos, no por malas intenciones. Se desprende, entonces, que hay que aclararlos buscando las verdaderas causas y no sólo los síntomas o la persona culpable, como ocurre en 9.1.

Relaciones

Bajo esta orientación el jefe no es visto como el individuo que controla. El subalterno se ve como un miembro que contribuye dentro de un sistema en el cual todos se preocupan por cumplir con los objetivos de la empresa. El jefe es la clave en cuanto al flujo de información que viene de arriba. El subordinado la clave en cuanto a la información que debe ser transmitida arriba y el punto de unión con niveles más bajos. El jefe es visto como un consultor, consejero y ayudante en cuanto a los asuntos de importancia y desde este punto de vista es más que un individuo con autoridad en el sentido 9.1 o un animador en el sentido 1.9 o un mensajero en el sentido 1.1 o por último, un conciliador en el sentido 5.5. Se convierte en un verdadero recurso para todos los niveles, desempeña labores de instructor y a todo momento está preocupado por el desarrollo de sus subalternos y por el desarrollo de su organización.

Resolución de conflictos

Bajo 9.9 se considera que en algunos casos surgen conflictos debido a desacuerdos lógicos en relación a la mejor manera de hacer las cosas. En este sentido parece práctico el considerar que los conflictos son inevitables. Sin embargo, el punto importante es pensar que éstos pueden ser resueltos favorablemente.

Es cierto que algunos conflictos pueden representar barreras para la obtención de resultados, pero no es menos cierto que en otros representan oportunidades para promover innovaciones, creatividad y desarrollo de nuevas ideas. La clave está en cómo "manejar" los conflictos y aprovechar sus aspectos positivos.

La orientación 9.9 indica que los conflictos no se deben esconder sino se deben enfrentar con valor y decisión. Deben sacarse a la luz, ponerse encima de la mesa y hacer esfuerzos por resolverlos analizando sus causas más que sus síntomas.

Resumen

Una necesidad básica de la gente es satisfecha en la teoría 9.9. La necesidad de estar involucrado y comprometido en la realización de un trabajo productivo e importante. De esta manera las capacidades de pensar y desarrollar nuevas ideas son utilizadas.

La orientación 9.9 integra las necesidades de los individuos con los requerimientos de la organización y hace posible obtener una organización verdaderamente efectiva en condiciones de servir de mejor manera las necesidades de accionistas, trabajadores, proveedores, clientes y de la sociedad en general.

CUADRO DE COMPORTAMIENTO SEGUN DIFERENTES ESTILOS DE GERENCIA [2]

	TRATAMIENTO DEL CONFLICTO	NIVEL DE LEALTAD	NIVEL DE CREATIVIDAD
9 1 GERENCIA CIENTIFICA CONEXION MECANICA ENTRE EL HOMBRE Y SU TRABAJO. El personal es usado como herramienta. Enfasis en los niveles de autoridad.	SUPRIMIRLO total y rápidamente. Reglamentos Castigos Informes periódicos	CORRIENTEMENTE NEGATIVO El personal se une para combatir a la organización.	ALTO pero NEGATIVO en contra de la organización Los individuos tratan de derrotar a la máquina que es la organización
1 9 GERENCIA COUNTRY CLUB BUENAS CONDICIONES DE TRABAJO DEBEN MEJORAR LA PRODUCCION. ENFASIS EN ARMONIA CONFORT	AHOGARLO con ventajas, con pensamientos "positivos", con bienestar.	ALTO basado en las relaciones sociales, no en la producción.	BAJO. Principal actividad es social. No hay discusiones ni argumentos.
1 1 GERENCIA EMPOBRECIDA SUPERVIVENCIA SIN CONTRIBUCION NEUTRALIDAD POCA ACTIVIDAD.	ELUDIRLO. dejarlo pasar, permanecer al margen. Evitar reacciones. Evitar espontaneidad.	MUY BAJO Los individuos piensan en sí mismos, no en la organización.	MUY BAJO No hay interés. La interacción es [illegible] da. Las discusiones [illegible] ducen a compromisos
5 5 GERENCIA CAMINO DEL MEDIO MANTENER EL TERMINO MEDIO. EVITAR RIESGOS DECIDIR CON BASE EN LA PRACTICA PASADA, LA TRADICION	DIVIDIRLO. Controlarlo por compromisos, por regateos. Pasar problemas a otro. Al dividirlo, mantenerlo bajo.	ALTO. Posibilidad de permanencia para individuos tranquilos laboriosos, seguros Tiene más valor la rutina que la capacidad.	BAJO porque el conflicto es dividido.
9 9 GERENCIA POR EQUIPO Enfasis en la comprensión de las metas y medios de la organización a travez de la libre interacción Completo entendimiento y aceptación de las decisiones.	ENFRENTARLO. Se acepta como natural. Preparar ambiente para descubrir causas y discutirlo. Hay desacuerdo pero es posible llegar a soluciones de grupo.	MUY ALTO. Los individuos tienen voz en las decisiones e interés en el éxito de la organización.	MUY ALTO Se promueve discusión El intercambio de ideas y argumentos genera nuevas ideas.

2. Preparado por Dr. Stephen L. Brower.

RETO No. IV

¿ CUAL DE LAS ACTUACIONES DE UN EJECUTIVO CREA DIFERENTES CLIMAS DE TRABAJO Y CUALES SON SUS PROBABLES CONSECUENCIAS ?

De nuevo en forma resumida, se bosquejan dos tipos de climas de trabajo y de sus probables resultados:

CLIMA A			CLIMA B		
CONDUCTA DEL EJECUTIVO		RESULTADOS	CONDUCTA DEL EJECUTIVO		RESULTADOS
Da órdenes →	Clima Defensivo	Resentimiento →	Sabe conducir, simpatiza →	Clima de Aceptación	Comprensión →
Crítica →		Conformismo Sumisión →	Confianza →		Aumenta la : Percepción iniciativa →
Exceso de control →		Dependencia →	Abierto a ideas →		Se experimenta →
Se inhibe no se mezcla ni se comunica →		Baja percepción →	Diagnóstico →		Espontaneidad →
Dogmático Arbitrario →		Baja iniciativa →	Envuelve en la solución de problemas →		Crecimiento, desarrollo. →
Enjuicia →		Se inhibe la expresión →			

(Cuadro 5)

ELEMENTOS DE EFICIENCIA ECONOMICA

Guillermo Guerra

En cualquier proyecto agropecuario, forestal, pesquero o de comercialización se persigue aumentar la producción de bienes y servicios, lo cual se traduce en un objetivo último: maximizar los ingresos del beneficiario llámese éste productor, intermediario o consumidor. En esta línea, estas notas tratan sobre algunos principios básicos que ayuden a lograr la maximización del ingreso utilizando la teoría económica. Tales principios son: proporciones variables o de relaciones factor-producto; análisis marginal y costo de oportunidad; sustitución o de relaciones factor-factor; de producción y relación entre las empresas, y ventajas comparativas.

El análisis de estos principios asume condiciones de competencia perfecta o sea que se deben cumplir las siguientes condiciones:*

-Cada unidad económica (empresa o familia) debe ser tan pequeña comparada con el mercado, que no ejerza una influencia perceptible sobre los precios de los artículos (productos homogéneos) que se compran y venden.

-Todos los mercados se deben ver libres de interferencias institucionales o, más exactamente, no deben exictir restricciones sobre los precios y la movilidad.

-Todas las unidades económicas deben poseer una información adecuada.

Para la discusión de los problemas de la economía de producción, se acostumbra agrupar los bajo tres grupos que responden a tres preguntas:

-Si, por ejemplo, se desea producir una cantidad dada de un producto, cuál es la cantidad más económica de recurso que se debe usar? Puesto en otros términos, teniendo cierta cantidad de un recurso para usar, cuál es el nivel más económico al cual debe producirse un producto dado?.

-Si se desea producir una cierta cantidad de un producto dado, cuál es la combinación de recurso más económica que se debe usar. Puesto en otros términos, dada cierta combinación de factores, qué cantidad de producto se puede producir para que sea rentable (eficiente económicamente)?

* Véase: Stigler, J., La Teoría de los Precios, Madrid: Derecho Privado, 1953.

-Se desea producir una combinación de productos, cuál es la combinación más eficiente económicamente?

La primera pregunta se acostumbra denominarla como relación recurso-producto o factor-producto. A la segunda se le denomina relación factor-factor. A la tercera se le denomina relación producto-producto.

La relación factor-producto es importante para determinar, dado el precio del producto y el del factor, cuánto es el máximo nivel del factor que se puede usar en la producción para que sea rentable. Por ejemplo, cuánto fertilizante de un costo de $2.000,oo tonelada, debe usarse para producir trigo que se vendería a $1.000 tonelada?. Este tipo de análisis lo haremos más adelante. La relación factor-factor es importante para determinar el nivel más económico de maquinaria y mano de obra que se deben usar en la producción de maíz, trigo u otro cultivo.

La tercera relación es importante para determinar la mejor combinación (más eficiente económicamente) de recursos que se debe usar, dado un stock de recursos. En esta sección se analizará la relación factor-producto. En las secciones C y D se analizarán las otras dos relaciones.

A. Principio de las Proporciones Variables o Rendimientos Decrecientes (factor-producto)

1. Función de producción

Definición. La función de producción puede definirse como la relación que existe entre la cantidad de insumos (recursos) que se utilizan por unidad de tiempo y la producción que se obtiene de la misma.

La producción de una firma depende de las cantidades de insumos utilizados en la producción. Esta relación entre el insumo y el producto se puede representar por medio de una función de producción. Una función de producción es una relación matemática en que la cantidad de un producto Y depende de las cantidades de insumos (X_1 X_2....) utilizados, esto es: $Y = f(X_1)$.

Y = producto (trigo)

X = insumo (fertilizantes, tierra, etc.)

f = función

Podemos decir que $Y = f(X_1\ X_2\ X_3 \ldots\ldots X_n)$, esto puede leerse así: el producto Y es función o depende de las cantidades de tierra, fertilizantes y otros insumos utilizados en la producción.

Cuando un agricultor está pensando qué cantidad de fertilizante va a utilizar en la producción de trigo, considera los otros insumos fijos en cantidades y calidades específicas. Esta relación puede escribirse así: $Y = f(X_1/X_2\ X_3 \ldots X_n)$, o sea, que la cantidad de trigo depende de las cantidades variables de fertilizante, permaneciendo fijas las cantidades de otros insumos (X_2, $X_3 \ldots\ldots X_n$) los cuales pueden ser de nitrógeno, potasio, semilla, etc. La línea vertical en la ecuación significa que el insumo X_1, es variable y los demás insumos permanecen fijos. También podemos tener varios insumos variables pero, para fines de la explicación, se va a trabajar sólo con un insumo variable.

a. Tipos de funciones de producción. Cuando un insumo es variable y las cantidades de otros insumos permanecen fijos, es posible encontrar tres tipos generales de relaciones. Primero, es posible que las cantidades de producto se incrementen en una misma cantidad por cada unidad adicional de insumo. Este es el caso de la figura 1. En este caso, se dice que hay rendimientos constantes del insumo variable en la producción de un bien determinado.

La función de producción de la figura 1 es una línea recta, es decir, tiene la misma pendiente en todo su trazo. La pendiente es un concepto sencillo que se define como la relación entre ordenada y la abscisa, o sea Y/X. Cuando se trabaja con pendiente se usa la letra griega Δ que significa aumento. Por ejemplo, pasar de A hacia B en la figura 1, significa incremento en Y=5 o incremento en $X_2 = 10$, o sea que $\frac{\Delta Y}{\Delta X} = \frac{1}{2}$. Esto es válido para cualquier punto de la recta.

El segundo tipo de relación es aquel en que una unidad adicional de insumo origina un aumento mayor en el producto que la unidad anterior. Este caso se denomina rendimientos crecientes. Si usamos el concepto de pendiente utilizado anteriormente, la curva de la figura 2 ilustra un caso de rendimientos crecientes. A medida que se añaden insumos, ΔX_1, la producción ΔY_1, aumenta a partir de cualquier punto ΔX_1. Como consecuencia, la pendiente de la curva se vuelve más pronunciada a medida que se añaden más insumos. En la agricultura son poco comunes estos casos de rendimientos crecientes, ocurren generalmente a niveles bajos de insumo.

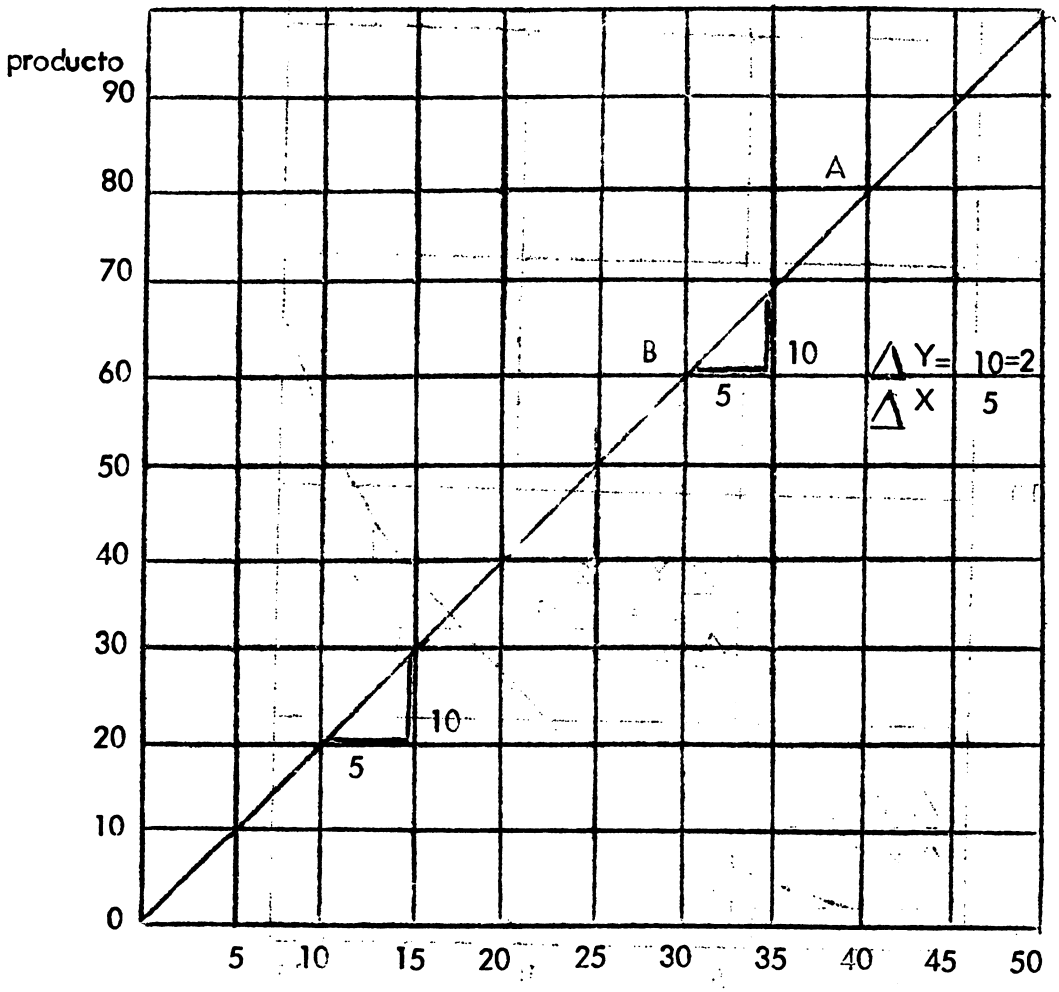


Fig. 1. Función de producción lineal con insumo variable.

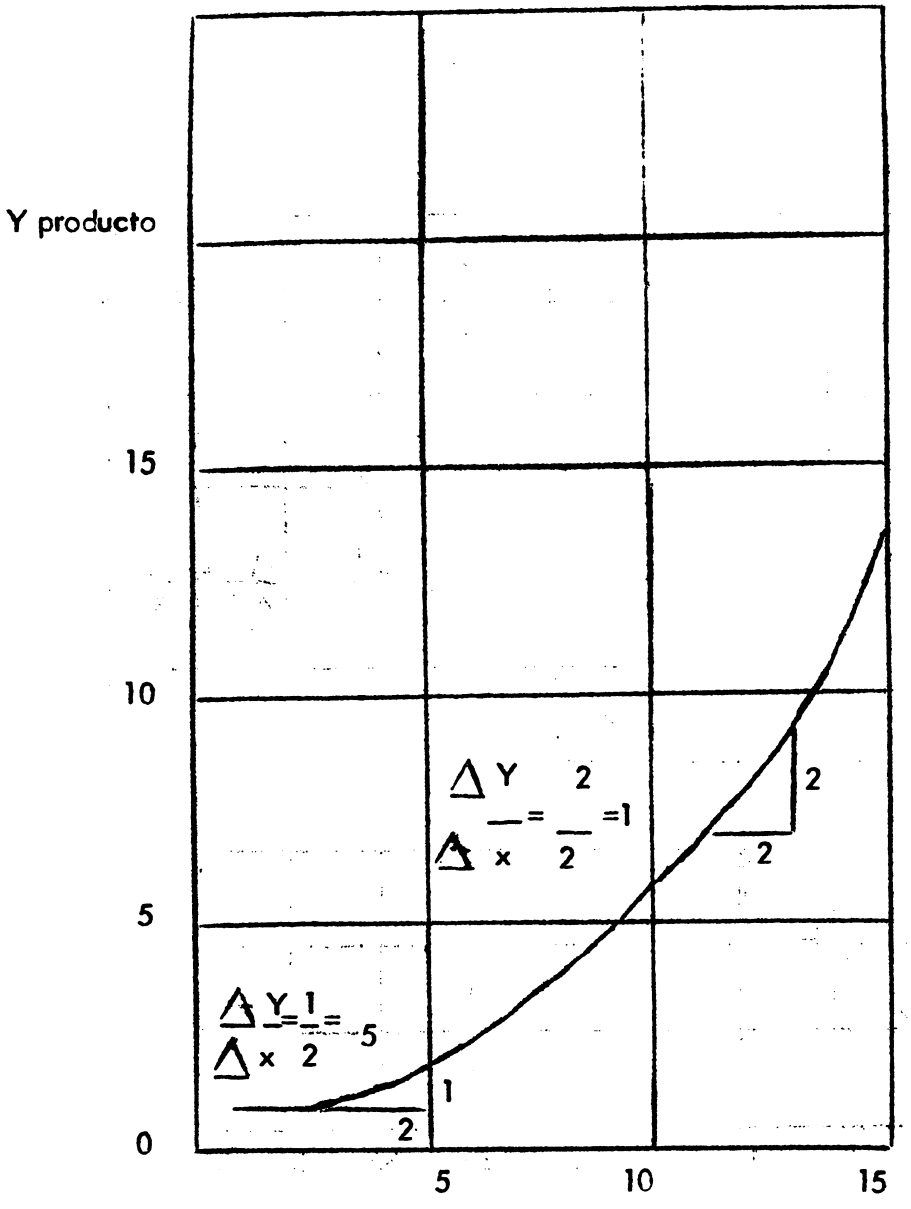


Fig. 2. Función física de producción indicando una relación de rendimientos crecientes con un solo insumo variable.

El tercer tipo de relación que se presenta es aquel en el cual cada unidad adicional de insumos tiene un rendimiento menor. La pendiente de la curva disminuye a medida que se añaden más insumos. Esta curva se denomina de rendimiento decreciente. En la producción agrícola este es el caso más normal.

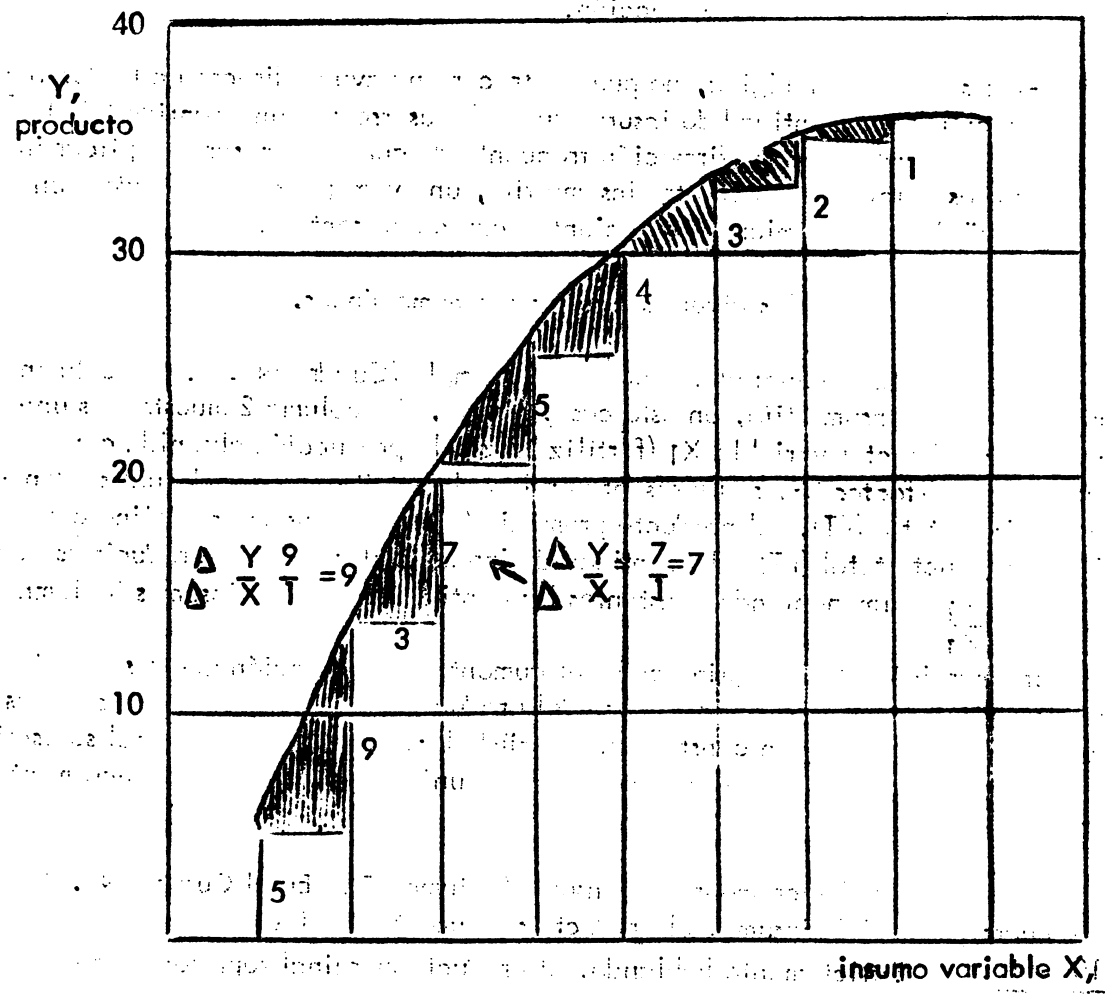


Fig. 3. Función física de producción indicando relación de rendimiento decreciente con un solo insumo variable.

b. Ley de las proporciones variables. Esta ley denominada también de rendimientos decrecientes es una ley tecnológica que describe una relación física entre insumos y producto. Se refiere a situaciones en las cuales varían las proporciones de los insumos. Se enuncia así: si se añaden unidades sucesivas de un insumo a cantidades constantes de otros insumos, la producción aumenta en forma creciente, luego, en forma decreciente y, finalmente, se alcanza un punto en el que declina el aumento del producto por unidad adicional de insumo.

Algunos supuestos complementarios a esta ley son:*

-La ley se refiere a cantidades por unidad de tiempo.

-Es una ley tecnológica que solo muestra la relación que existe entre los insumos empleados y la producción.

-Por ser ley tecnológica, no puede ofrecer una ayuda directa en la determinación de la cantidad de insumo que debe usarse con una cantidad de la de otro insumo. La afirmación frecuente de que debe cesar de aplicar insumos adicionales a un otro insumo fijo, una vez que se ha llegado a un período de rendimiento decreciente, carece de sentido.

-Las unidades de los diversos insumos son homogéneos.

Para entender más este enunciado, tenemos un ejemplo (Cuadro No. 1). La columna 1 representa el factor o insumo fijo, en este caso, tierra. La columa 2 muestra las unidades homogéneas del factor variable X_1 (fertilizantes), la producción obtenida con aumentos sucesivos del factor X_1, se representa en la columna 3 como Y, el cual se denomina producto físico total (PT). El producto promedio (PP) de un insumo se define como la relación del producto total (PT) a la cantidad de insumo utilizado para producir esa cantidad; luego $PP = \frac{Y_1}{X_1}$, permaneciendo constantes las cantidades de otros insumos (columna 5). El producto marginal PM, se define como el aumento de producción que resulta al añadir una unidad de insumo, como en el caso del producto medio, las cantidades de los otros insumos también permanecen constantes. En símbolos, el producto marginal se escribe $PM = \frac{\Delta Y_1}{\Delta X_1}$, o sea que el producto marginal de una unidad de insumo es el incremento del producto dividido por el incremento del insumo (columna 5). En el Cuadro No. 1, al añadir la cuarta unidad de insumo, el producto se aumenta en 10 unidades. Luego, $\frac{\Delta Y_1}{\Delta X_1} = \frac{10}{1} = 10$.** Estrictamente hablando, el producto marginal representa la tasa de

* Según Stigler, G. J. 1953. La teoría de los precios. Edit. Rev. de Derecho, Madrid 142 p.p.

** Matemáticamente el producto marginal es la primera derivada de la función del producto total.

cambio del producto, a ciertos niveles de insumo. Así, cuando el producto marginal se calcula sobre cierto tramo de insumos $\frac{\Delta Y_1}{\Delta X_1}$, el resultado representa la tasa media de cambio para este tramo en particular. Este es el caso del Cuadro No. 1 para hacer el gráfico que representa el producto marginal, los valores de éste se interpolan entre los insumos para los cuales se ha computado el cambio del producto marginal. En el Cuadro No.1 se han colocado entre renglones con el fin de subrayar que el concepto marginal representa una tasa media de cambios entre insumos.

CUADRO No. 1

UNIDADES DE INSUMO, PRODUCTO TOTAL PROMEDIO Y MARGINAL
(DATOS HIPOTETICOS)

Insumo fijo X_o	Insumo variable. X_1	Producto Total Y_1	Producto promedio. (PP) $\frac{Y_1}{X_1}$	Producto marginal. $\frac{\Delta Y_1}{\Delta X_1}$
1	2	3	4	5
	0	0	-	7
1	1	7	7	10
1	2	17	8.50	
				14
1	3	31	10.33	16
1	4	47	11.75	10
1	5	57	11.40	6
1	6	63	10.50	2
1	7	65	9.28	0
1	8	65	8.1	
				0
1	9	61	7.62	
				-4
1	10	52	5.77	-9

1) Relaciones entre el producto total, promedio y marginal. Como las curvas de producto promedio y producto marginal se obtienen del producto total, dichas curvas están relacionadas con la forma de la curva del producto total. La relación entre estas curvas define, entonces, ciertas características de la función de producción. (Véase Fig. 4).

En términos matemáticos, el producto marginal define el cambio en el producto total Y, por cada unidad adicional de insumo X. Por tanto, a medida que aumenta la producción marginal, en forma creciente, el PM del producto total Y aumenta también en forma creciente. Cuando el producto total aumenta en forma decreciente, el PM decrece. Cuando la curva del producto total llega a un punto denominado de inflexión, el PM llega al máximo. De ahí en adelante, el producto total aumenta en forma decreciente y el PM aumenta en forma decreciente.

Cuando el producto total llega al máximo y permanece constante al añadir una unidad de insumo variable, el PM es igual a cero. Si el producto total disminuye, el PM es negativo.

El producto promedio es la cantidad de producto que se obtiene por unidad de insumo a un determinado nivel de producción, o un determinado nivel de insumo. Para que el producto promedio aumente a medida que se adicionan insumos, el aumento del producto total por cada unidad adicional de insumo deberá ser mayor que el producto promedio de los insumos precedentes. En consecuencia, cuando el producto promedio está creciendo, el producto marginal deberá ser mayor que el producto promedio. Además, cuando el producto promedio es decreciente, el producto marginal es menor que el producto promedio. Hay casos en que el producto promedio no cambia al añadir unidades adicionales de insumo. Cuando ésto sucede, el producto promedio es igual al producto marginal, o sea que la cantidad de producto añadido por las unidades adicionales de insumo es igual al producto promedio. Debido a estas relaciones, el producto marginal y el producto promedio sólo pueden ser iguales cuando el producto promedio está en su punto máximo. En este punto las dos curvas se cortan (Ver Fig. 4) y ambas curvas empiezan a decrecer, pero la curva del producto promedio (PP) está encima de la curva del producto marginal (PM), o sea que el producto promedio es mayor que el producto marginal.

Estas relaciones se pueden simplificar por medio de ecuaciones, así:

Cuando PM $>$ (mayor que) PP, la PP es creciente

Cuando PM $<$ (menor que) PP, la PP es decreciente

Cuando PM = (es igual a) PM, PP está en su máximo.

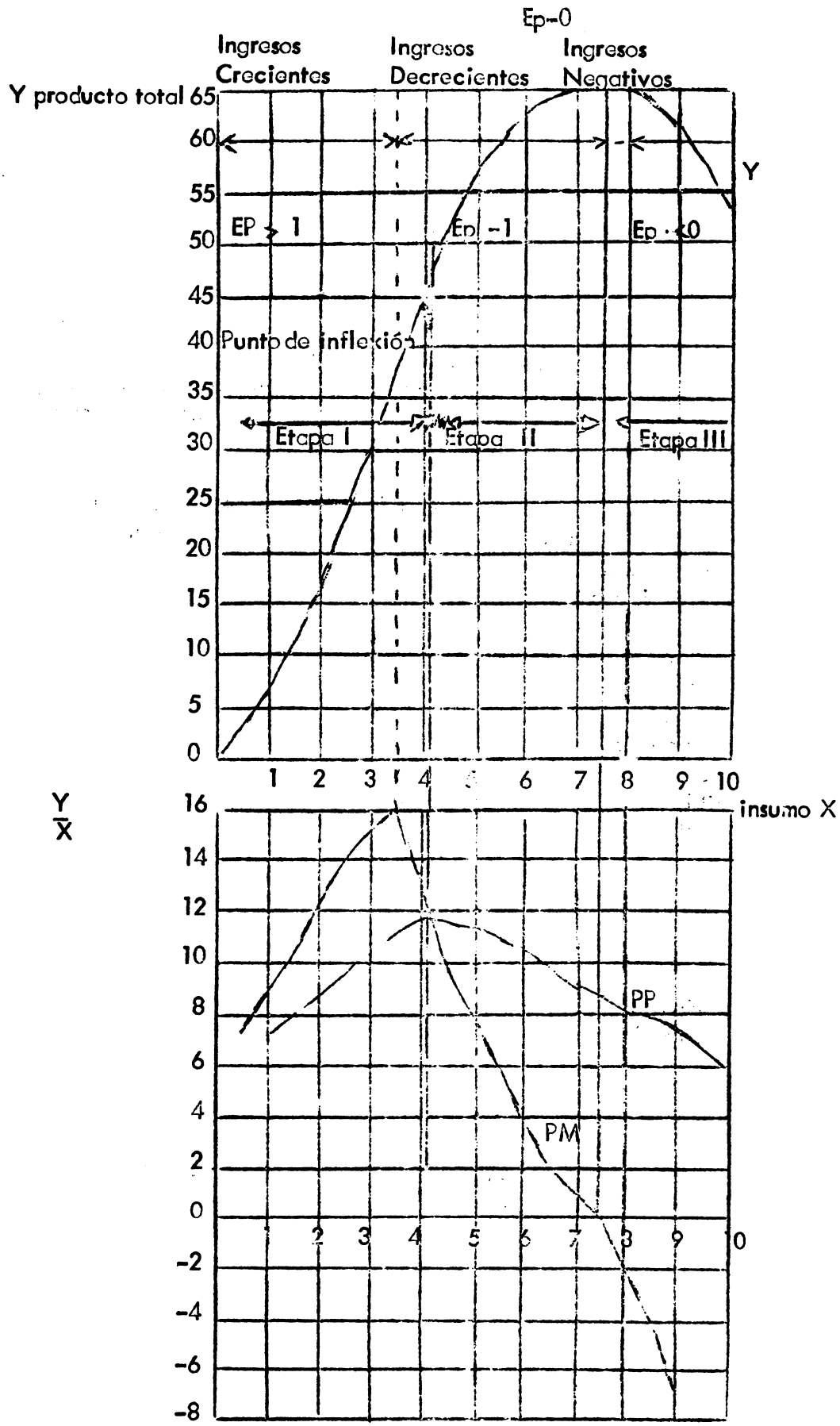


Fig. 4. Relaciones de producto total promedio y marginal. Etapas de la producción.

2) Las tres etapas de una función de producción. Las relaciones insumo-producto que muestran productividades total, promedio y marginal, pueden dividirse en tres segmentos. Referidas a la curva de producto total, estos segmentos se denominan etapas de la producción y están ilustradas en la figura 4. La primera etapa de una función de producción llega hasta el nivel de insumo, en el cual se obtiene el máximo producto promedio. Tal como se anotó antes en esta fase, el PM debe ser mayor que el PP. La etapa 2 va, desde el punto donde PP es máxima hasta aquel en donde se obtiene el máximo producto total (Y), o sea el punto donde la PM es igual a cero. La tercera etapa de la función incluye toda adición de insumo que produce un producto marginal (PM) negativo y abarca la porción de la curva en que el producto total es decreciente.

-Producción irracional. Cualquier nivel de insumo que se use en la etapa primera, no es económica. Los beneficios (ingresos) al agricultor individual o al producto social, pueden aumentarse al aplicar mayores cantidades de insumo variable a un conjunto de factores que se consideran fijos. Esto quiere decir que la PP aumenta a medida que se adicionan más insumos variables. En lugar de terminar la aplicación de insumos variables a varios insumos fijos antes del límite de esta etapa, el agricultor o administrador de los insumos puede siempre obtener un mayor producto de los mismos recursos, haciendo una redistribución de los insumos fijos y variables dentro de la etapa primera. En otras palabras, dado un insumo fijo, es posible obtener un producto mayor dejando ocioso o descartando parte de un factor que de otra manera se consideraría fijo. Por ejemplo, supongamos que el agua de riego fuese abundante en una región y que los agricultores pudiesen utilizar toda el agua que quisieran sin ningún costo adicional. Ante esta situación, los agricultores no inundarían sus tierras, sino que utilizarían tan sólo la cantidad de agua necesaria para obtener el máximo rendimiento de otros insumos, como tierra, trabajo, capital y administración. En consecuencia, si un productor está interesado en maximizar su ganancia (ingreso neto), y si la producción sigue rindiendo ganancias, encontrará conveniente al aplicar insumos variables, llegar cuando menos al punto de mayor producto promedio.

La etapa tercera es también área de producción irracional. En ésta, el producto total es decreciente, o sea que el PM (la cantidad de producto añadido por las unidades adicionales de insumo) es negativo.

En esta etapa no es conveniente operar con ninguna combinación de recursos debido a que las cantidades de insumo adicionales reducen el producto total. El punto en que el producto marginal es igual a cero representa la máxima cantidad de insumo variable, que es beneficioso aplicar en combinación con otros insumos fijos.

Con frecuencia los productores combinan sus recursos o insumos en proporciones tales que operan en las etapas 1 ó 3 de las funciones de producción. Ello se debe a que ellos no tienen un conocimiento perfecto de las relaciones de producción. Por esta razón, es muy común encontrar que en la producción de muchos cultivos se emplean cantidad insuficiente de cal para alcanzar la segunda etapa de la producción. Si se utilizara más cal, sería factible aumentar el producto promedio. También es frecuente encontrar productores operando en la etapa tercera, como por ejemplo el caso de avicultores que mantienen excesiva acumulación de ponedoras en los gallineros.

-Producción racional y la distribución de recursos. Aun sin considerar los precios de los insumos y los precios de los productos, es evidente que solamente la etapa segunda es el área de producción económica. En esta etapa, el producto total es creciente, el producto marginal es decreciente, positivo y menor que el producto promedio; los productos promedio y total también son decrecientes. Esta es la etapa racional de la producción. Es la etapa en que deben operar los productores que desean maximizar sus ingresos. Sin embargo, el nivel particular de producción o cantidad óptima de insumos que debemos utilizar en esta etapa no pueden determinarse teniendo únicamente los datos de la función de producción. Es necesario conocer los precios del insumo y del producto.

3) Elasticidad de la producción o coeficiente de producción. Otro concepto que se aplica a la función de producción de insumo-producto es el de elasticidad de la producción. Este concepto se refiere a la relación entre porciento de cambio en el producto Y_1, y el porciento de cambio en el insumo. Se representa así:

$$Ep = \frac{\%\ \text{cambio en } Y_1}{\%\ \text{cambio en } X_1}$$

Su expresión matemáticamente sería:

$$Ep = \frac{\frac{\Delta Y}{Y}}{\frac{\Delta X}{X}} = \frac{\Delta Y}{\Delta X} \times \frac{X}{Y}$$

Pero:

$$\frac{\Delta Y}{\Delta X} = PM \text{ y } \frac{Y_1}{X_1} = PP$$

Luego:

$$Ep = \frac{\Delta Y}{\Delta X} \times \frac{X}{Y} = \frac{PM}{PP} \qquad Ep = \frac{PM}{PP}$$

La elasticidad de producción es mayor que 1 hasta el punto en donde el producto promedio (PP) es máximo (primera etapa). En este punto, el producto promedio es igual al producto marginal, o sea PM = PP y la elasticidad de producción es igual a 1. A partir de este punto, el PM es menor que el PP, luego la elasticidad de producción es menor que 1 entre este punto de máximo PP y el punto de máximo producto total Y. Finalmente, es menor que cero, a medida que el producto total disminuye, o sea cuando el PM es menor que cero (negativo).

-Diferencias en tecnología. Las relaciones insumo-producto son significativas solamente cuando se refieren a productos y factores (insumos) que son homogéneos. También se asume que los insumos se combinan en una forma particular. Sin embargo, las funciones de producción pueden ser muy diferentes a pesar de utilizar los mismos insumos para producir el mismo producto. Las diferencias entre las funciones de producción se deben a diferencias en la tecnología empleada. (Ver figura 5).

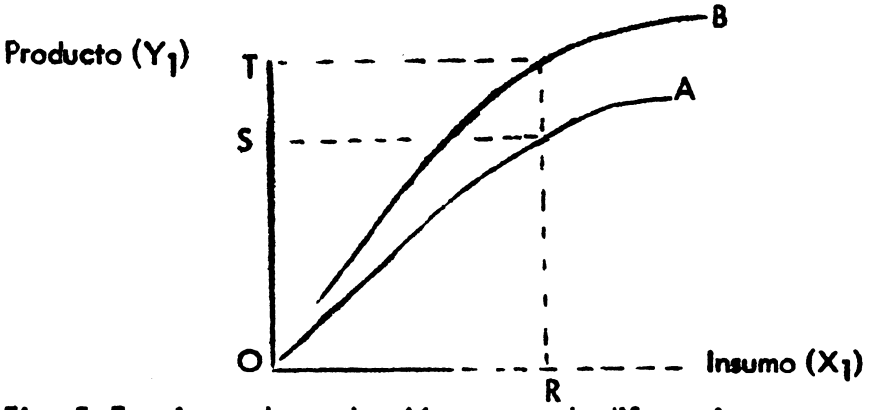


Fig. 5 Funciones de producción mostrando diferencias en tecnología.

4) El nivel óptimo de insumo que se debe usar. Hasta el presente se han mencionado funciones físicas de producción. Es posible convertir la función de producción física en función de ingreso multiplicando la cantidad de producto por su precio. Bajo condiciones de competencia, la curvatura de esta función de ingreso es igual a la función de producción física.

En la figura 6 se puede observar la función de ingreso resultante de multiplicar el producto total Y_1 por el precio. Así, por ejemplo, en el Cuadro 2, se asume que el precio de Y_1, es de 2 soles; el ingreso total aparece en la columna 3. El aumento del ingreso total cuando se añade una unidad adicional de insumo se conoce como valor del producto marginal y se calcula multiplicando el producto marginal por el valor de Y_1. De la misma manera, si se multiplica el producto promedio por el precio de Y_1, se tiene el valor del producto promedio. Esto es: VPP es el valor del producto promedio, por unidad de insumo, en un nivel dado de insumo.

Si el productor conoce el precio del insumo y los valores del producto marginal, puede determinar el nivel del insumo que deja mayores utilidades. Si asuminos que el precio del insumo es de 2 soles, podemos obtener el costo total al multiplicar los datos de la columna por 2. Se puede usar insumos a un precio PX_1 hasta el punto en que el valor del producto marginal se iguala al producto del insumo. Esta relación se puede escribir así: $VPM = PX_1$*. En este punto, el costo adicional de un insumo es igual al ingreso adicional que produce. Siguiendo el ejemplo del Cuadro 2, se puede aplicar niveles de insumo hasta el nivel de 6 unidades de insumo, cuando el $PX_1 = 4$. (Figura 6, parte de abajo).

Al observar el Cuadro No. 2, columna 7, vemos que a nivel de 6 unidades de insumo, se obtiene un ingreso neto de 102 soles (el máximo). Si agregamos una unidad de insumo, el ingreso no aumenta. Sin embargo, se obtiene un costo adicional de 4 soles. Si se agrega más unidades de insumo, el ingreso neto disminuye. Si, por otra parte, se usan cantidades menores de insumo variable el VPM del insumo excede el precio del mismo. Esto indica que el ingreso que el productor obtiene por la unidad adicional de insumo, es mayor que su costo. Esto es lo que ocurre al agregar 3 ó 4 unidades de insumo. (Véase el Cuadro 2).

De lo expuesto anteriormente, se puede deducir que la condición para la maximización del ingreso neto se obtiene cuando el ingreso añadido por el último insumo debe ser igual al costo de agregar ese insumo. Esto puede escribirse así:

$$Py_1 \Delta Y_1 = Px_1 \Delta X_1$$

(Ingreso marginal o adicional - Costo marginal o adicional)

Esta ecuación también puede escribirse en la siguiente forma:

$$\frac{Px_1}{Py_1} = \frac{\Delta Y_1}{\Delta X_1}$$

Podemos llegar a esta misma ecuación, a través de algunos cambios aritméticos, como sigue:

Dada la ecuación:

$VPM = Px_1$ (1) (valor del producto marginal igual al precio del insumo)

* Para simplificar además de las condiciones de perfecta competencia, se supone que el costo de aplicar el insumo se incluye en el predio de éste y que el precio del insumo no cambia cuando se usan unidades adicionales.

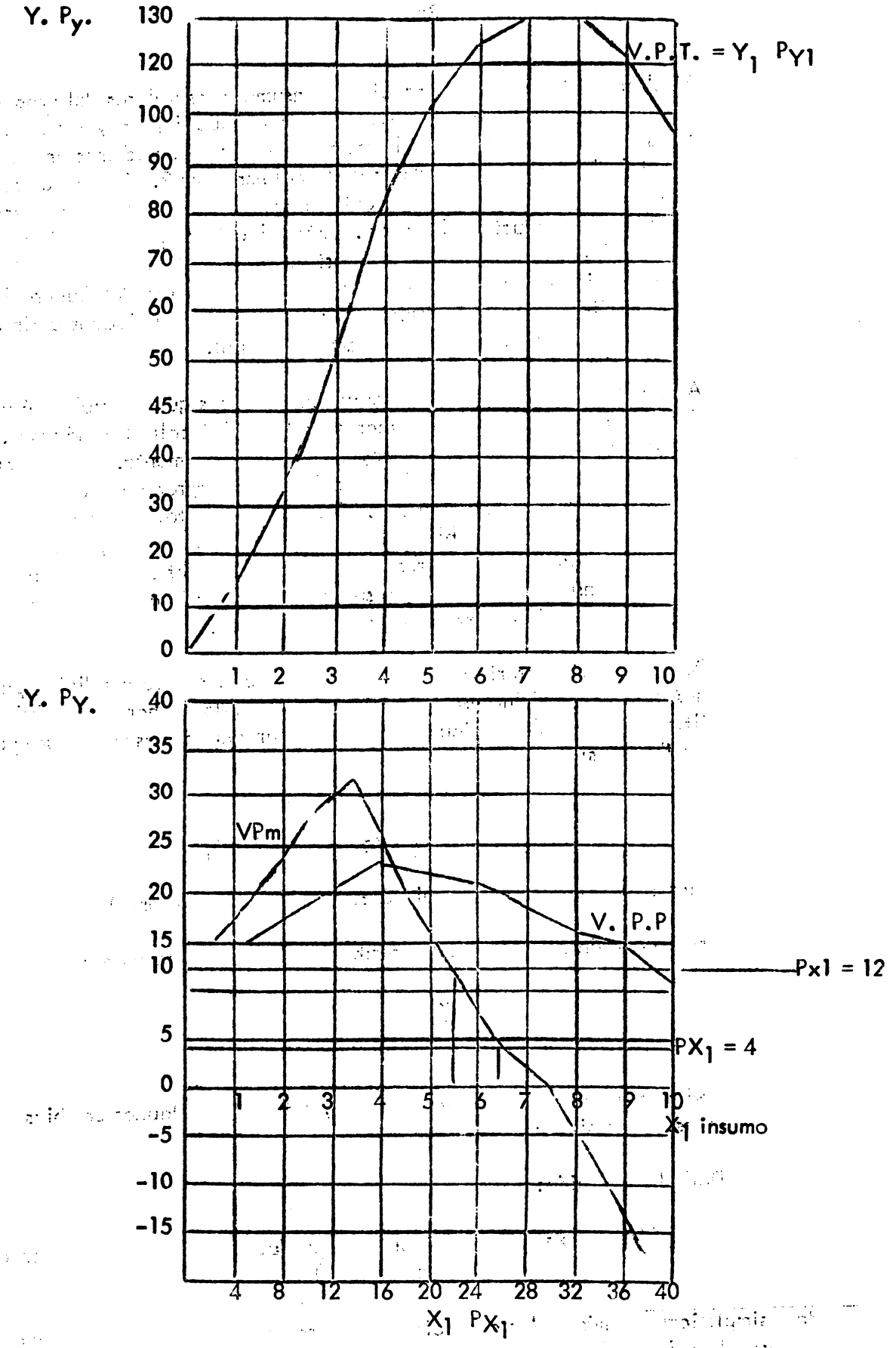


Fig. 6. Funciones de ingreso y líneas de precio.

CUADRO No. 2 FUNCIONES DE INGRESO, COSTOS E INGRESO NETO

INSUMOS X_1	PRODUCTO TOTAL Y_1	PY_1 = 2 Soles			PX_1 = 4 Soles		PX_1 = 12 Soles	
		INGRESO TOTAL IT $Py_1 \times Y_1$	VALOR DEL PRODUCTO MEDIO VPP $Py_1 \times PP$	VALOR DEL PRODUCTO MARGINAL VPM $Py \times PM$	COSTO TOTAL CT Columna 1x4 Soles	INGRESO NETO Columna 3-6	COSTO TOTAL CT Columna 1x12 Soles	INGRESO NETO Columna 3-6
1	2	3	4	5	6	7	8	9
0	0	0	-					
				14				
1	7	14	14		4	10	12	2
				20				
2	17	34	17		8	26	24	10
				28				
3	31	62	20.6		12	50	36	26
				32				
4	47	94	23.4		16	78	48	46
				20				
5	57	114	22.8		20	94	60	54
				12				
6	63	126	4.0		24	102	72	54
				4				
7	65	130	18.4		28	102	84	46
				0				
8	65	130	16.2		32	98	96	34
				-8				
9	61	122	15.2		36	86	108	14
				-18				
10	52	104	11.4		40	64	120	-16

Dividiendo ambos lados de la ecuación por Px_1, tenemos:

$$\frac{VPM = Px_1}{Px_1 = P_{x1}} = 1 \qquad (2)$$

Pero como el valor del producto marginal es igual al producto marginal por el precio del producto, tenemos:

$$VPM = PM \times Py_1 \qquad (3)$$

Luego, la ecuación (1) también puede escribirse así:

$$PM \times Py_1 = Px_1 \qquad (4)$$

Como el producto marginal se define como el cambio en el producto Y_1, por cada unidad adicional de insumo X_1, o sea:

$$PM = \frac{\Delta\ Y_1}{\Delta\ X_1}$$

Podemos escribir la ecuación (4), así:

$$\frac{PY_1 \Delta\ Y_1}{\Delta\ X_1} = Px_1 \qquad (5)$$

Lo cual equivale a escribir:

$$\frac{Px_1}{Py_1} = \frac{\Delta\ Y_1}{\Delta\ X_1}$$

O sea, que la condición de máximo ingreso se obtiene cuando el ingreso marginal o adicional es igual al costo adicionado o marginal:

$$Py_1 \Delta\ Y_1 = Px_1 \Delta\ X_1$$

De la condición de maximización del ingreso, podemos concluir que existen tres factores principales que afectan el nivel de aplicación más económico. Estos son: al precio del producto (Py_1) y la relación de producción física al afectar el producto marginal $\frac{Y_1}{X_1}$.

5) Efectos de los cambios de precio. Los precios de los insumos y los productos cambian con mucha frecuencia, debido a las fuerzas inherentes que, particularmente en conjunto, los afectan, como es obvio, estos cambios afectan el nivel óptimo de insumo que se puede utilizar.

El grado en el cual los cambios de precios van a afectar el nivel óptimo de insumo dependerá de la forma de la función de producción.

B. Análisis Marginal y Costos de Oportunidad

1. Funciones de costo. La relación entre los costos y el volumen de negocio es de esencial importancia para la firma. Los agricultores, procesadores, distribuidores, necesitan conocer cuál es el tamaño de la finca, planta o almacén de de distribución en que pueden operar con el más bajo costo. En otras palabras, necesita saber cuál es el tamaño óptimo de la planta. La respuesta a este interrogante se obtendrá en los párrafos siguientes:

Con frecuencia los textos se refieren a los costos de producción de un bien o servicio en relación con sus precios. Al hablar de costos de producción, los agricultores se refieren a los gastos realizados por unidad de producto. Es decir, se refieren al costo medio de producir una cantidad dada de producto. Los gastos se definen entonces como los desembolsos en efectivo y/o en productos efectuados durante el año agrícola. Los gastos de conservación se consideran en la parte que corresponde a un determinado año. Así, cuando se habla del costo de elaborar un producto, se refiere a los gastos en que se incurre al producir una cantidad particular de producto en un período de tiempo determinado. El costo es entonces la reunión de los gastos y de los intereses de los capitales propios y la depreciación. Cualquier referencia a los costos que no especifique la cantidad y el período al cual se refiere, carece de sentido. Al comprar gasolina, fertilizantes, etc., es fácil saber el precio de estos bienes, el cual es el costo para el productor. Hay, sin embargo, ciertos insumos, como tierra, trabajo familiar, en los que no es fácil conocer el precio. Se acostumbra, por tanto, asignar a estos insumos un precio a fin de poder contabilizar el costo total y así ayudar al agricultor a tomar decisiones racionales entre varias alternativas. La asignación del precio a estos insumos es difícil. Existen varios criterios o medios, los cuales tienen ventajas y desventajas. Uno de ellos consiste en asignar el precio que le costaría al agricultor la tierra o el trabajo que él hace en el fundo.

Costo de Oportunidad

Este es un concepto importante que sirve de guía general para la toma de decisiones entre varias alternativas.

Según Bishop* "el precio que se debe determinar para cualquier insumo es el ingreso que se deberá ceder debido al hecho de que el insumo se utiliza para el mejor uso alternativo. Este es el concepto de oportunidad de ingreso o, como es más conveniente llamarlo, costo de oportunidad". Así, por ejemplo el costo de un recurso o servicio X que contribuye a la producción de un artículo A, es igual al producto máximo que X rendiría en la producción de otros bienes. Si una hectárea de tierra puede producir 6.000 pesos al año al cultivar trigo, éste es el costo de la producción de avena.

Costos Fijos y Costos Variables

La distinción entre costo fijo y costo variable está referida a un período de tiempo, ya que en la planeación se habla de corto y largo plazo. Por corto plazo se entiende un período que es lo suficientemente largo como para permitir los cambios deseados en la producción sin alterar el tamaño de la firma. Por largo plazo se considera generalmente, un período que es lo suficientemente largo como para cambiar la producción, bien sea alterando el tamaño de la planta o llevando a cabo una utilización más o menos intensiva de la planta existente. De acuerdo a estos dos períodos, los costos se dividen en dos grandes categorías: costos fijos y costos variables. Costos fijos son aquellos en que se incurre independientemente del volumen de producción en un período determinado. En otras palabras, son aquellos que se deben efectuar aunque no se produzca nada. Estos costos no tienen peso sobre las decisiones que se refieren a un aumento o disminución de la producción. En el corto plazo, algunos costos son fijos y otros pueden ser variables. En cambio en el largo plazo, todos los costos son variables. Los costos fijos son aquellos en que se incurre independientemente del volumen de producción en un período determinado. Por tanto, costos variables son los que se hacen al añadir insumos variables. Al tomar decisiones respecto a las cantidades de insumos variables que se deben usar para maximizar el ingreso neto, son los costos variables los que se aplican. El costo total es la suma de los costos fijos y los costos variables. El costo unitario es el costo por unidad de producción.

Naturaleza de las Funciones de Costo

La exacta naturaleza (curvatura) de la función de los costos totales depende de la naturaleza de la función de la producción a que se refiere. El factor precio, bajo condiciones de competencia, afecta el nivel y la inclinación pero no la curvatura de la curva de costo total. Examinemos ahora la naturaleza de la curva de los costos totales o función para los mismos casos analizados antes, o sea, para una productividad constante, decreciente y creciente.

* Bishop, C.E. y Toussaint, W.T. Introducción al análisis de economía agrícola. Centro Regional de Ayuda Técnica, México, 1967. 80 pp.

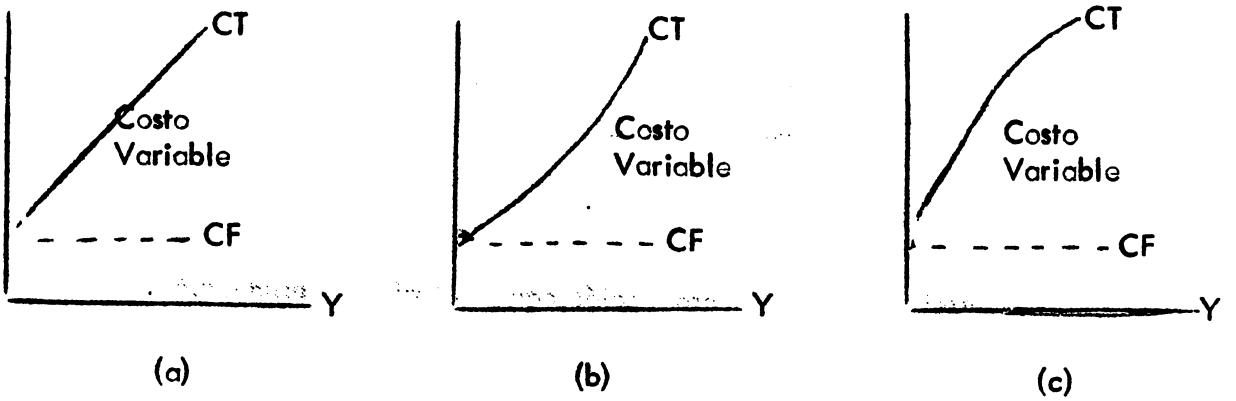


Fig. 7. Función del costo total para productividad constante (a), decreciente (b) y creciente (c).

La función del costo total

La curva PT de la figura 7 muestra las relaciones entre el producto y el costo del mismo. La pendiente de la curva de costo total es determinada por la función de producción, asumiendo que el precio que el productor paga por los insumos no varía con la cantidad de insumos comprados. Puesto que cada unidad de insumo cuesta la misma cantidad, esta curva es similar a la función de producción. Como se anotó antes, existen costos fijos en la función de producción. Estos pueden representarse, moviendo la curva de la función de producción hacia la derecha en una distancia igual a la cantidad de costos fijos, por ejemplo (0A). Son costos fijos, por tanto, no cambian la forma de curva, sino que afectan su posición.

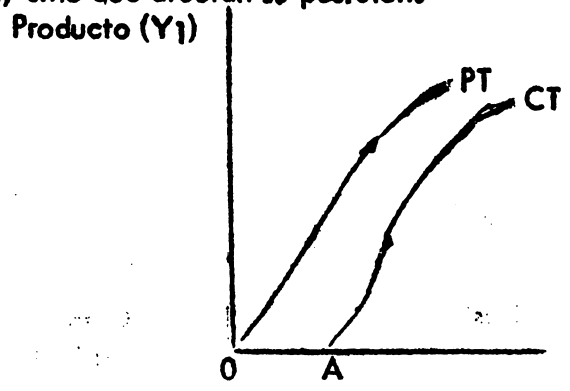


Fig. 8 Relación del costo de producción con la función de producción.

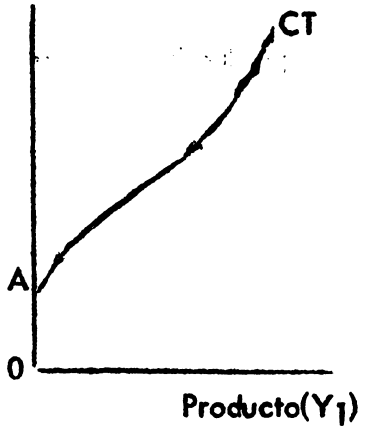


Fig. 9 Relación del costo de producción con el nivel de producto.

Para propósitos de análisis de tamaño o nivel óptimos de la firma, se considera que los costos están más relacionados con el producto que con los insumos. Por ello, las curvas de costo se colocan en el eje de las abscisas y la de producto en el eje de las ordenadas (figura 9). La curva de costo total de esta figura es la misma $P^1 T^1$ de la figura 8.

Costos promedios y costos marginales

La misma relación que existe para las curvas de producto existe para las curvas de costo. Sin embargo, aquí tenemos curvas de costos fijos, costos variables y costo total. Luego, al decir costo promedio debemos indicar a cuál de las tres curvas se refiere. Existe sólo una curva de costo marginal, ya que el efecto marginal es causado únicamente por el insumo variable. El costo promedio fijo (CPF) se define como el costo por unidad de producto. En el Cuadro No. 3 se puede observar una característica importante de este costo y es que a medida que hay mayor producto, el CPF disminuye continuamente a una tasa decreciente. Esto se debe a que una cantidad fija se divide por cantidades cada vez mayores, a medida que el producto aumenta.

Costo promedio variable

La curva de costo promedio variable está directamente relacionada con la curva de producto promedio (PP) para el insumo variable. Esta relación se puede apreciar fácilmente con un poco de aritmética. Asumiendo que $Y = f(X_1)$, tenemos que:

$$CPV = \frac{CV}{Y_1}$$

Pero como:

$$CV_1 = Px_1 \quad X_1$$

Luego:

$$CPV = Px \frac{(X_1)}{Y_1} = \frac{Px_1}{1} \cdot \frac{X_1}{Y_1}$$

También puede expresarse así:

$$CPV = \frac{Px_1}{\frac{Y_1}{X_1}}$$

Pero:

$$\frac{Y_1}{X_1} = PP$$

Finalmente:

$$CPV = \frac{Px_1}{PP}$$

CUADRO No. 3 RELACIONES DE COSTO

Producto (Y_1)	Costo Fijo (CF)	Costo Variable (CV)	Costo Total (CF CV)	Costo Promedio Variable - CPV	Costo Promedio Fijo CPF	Costo Promedio Total CPT	Cambio en Producto $\Delta / \Delta x$	Cambio en Costo	Costo Marginal
							-	ΔC	$C/= Y_1$
0	20	0	20	-	-	-	7	5	0.71
7	20	5	25	0.71	2.85	3.57	10	5	0.50
17	20	10	30	0.58	1.17	1.76	14	5	0.35
31	20	15	35	0.49	0.64	1.12	16	5	0.31
47	20	20	40	0.42	0.42	0.85	10	5	0.50
57	20	25	45	0.44	0.35	0.79	6	5	0.83
63	20	30	50	0.47	0.32	0.79	2	5	2.5
65	20	35	55	0.53	0.31	0.84	0	5	2.5
65	20	40	60	0.62	0.31	0.92	4	5	-
61	20	45	65	0.73	0.33	1.06	9	5	1.25

Hay, por tanto, una relación inversa entre PP y CPV; cuando PP está creciendo, el CPV está decreciendo, cuando PP está decreciendo, CPV está creciendo. Finalmente, cuando el PP está en su punto máximo, el CPV está en su punto más bajo. Este punto es 0.42 soles por unidad de producto que está al nivel de 47 unidades de producto. Nótese que en el Cuadro No. 1 a este mismo nivel de 47 el PP es de 11.75 y es la máxima.

Costo promedio total

El costo promedio total se refiere al promedio de todos los costos por unidad de producto, o sea, que como el CT = CV + CF, luego el costo total promedio total es la suma de los costos promedios variables y el costo promedio fijo. Esta curva también alcanza un punto mínimo pero a un nivel de productividad mayor que el punto mínimo de la curva CVP. Por ejemplo, el mínimo CPT en el Cuadro 3 es 0.79 y está a un nivel de producción de 57 unidades. Debido a la influencia del costo fijo promedio, el costo promedio total cae en un margen mayor de producto que el costo promedio variable. La curva de CPT empieza a elevarse en algún punto después del punto de mínimo CPV cuando la tasa decreciente de CPF es menos que la tasa creciente de CPV.

Costo marginal

El costo marginal se define como el aumento en el costo total dividido por el aumento correspondiente de la producción $CM = \frac{\Delta C}{\Delta Y_1}$.

El costo marginal está relacionado con el producto marginal en la misma forma que el CPV está relacionado con el PP.

$$CM = \frac{\Delta C}{\Delta Y_1}$$

Pero : $C = Px_1 \frac{(\Delta X_1)}{\Delta Y_1}$

Invirtiendo:

$$CM = \frac{Px_1}{\frac{\Delta Y_1}{\Delta X_1}}$$

Pero como:

$$\frac{\Delta Y_1}{\Delta X_1} = PM$$

Luego:

$$CM = \frac{Px_1}{PM}$$

Cuando PM se encuentra en un máximo, el CM se encuentra en un mínimo. En el Cuadro 3, el punto mínimo de costo marginal es 0.31 que corresponde al nivel entre 31 y 47 unidades de producto. En la misma forma el PM en el Cuadro 1 llega a un máximo de 16 al nivel de 31 y 47 de producto total. El CM también tiene una relación definida con las dos curvas promedidas CPT y CPV. Usando el mismo razonamiento, que cuando se comparan las curvas PM y PP, se puede observar que la curva de CPT y CPV caen cuando la curva de CM está por debajo de ellas e, inversamente, aumentan cuando la curva de CM está por encima de ellas. La continuidad de las curvas de costo supone una divisibilidad infinita del insumo variable y del producto. Este supuesto y la divisibilidad del insumo fijo alteran ligeramente las curvas de costo marginal y promedio. Las curvas de que nos ocupamos reciben el nombre de curvas de corto plazo porque en períodos breves, el producto no puede alterar factores tales como los impuestos, intereses de la inversión y otros gastos semejantes que representan los costos de los insumos fijos. La figura 10 muestra las tres curvas de CM, CPT y CPF.

2. Funciones del ingreso. Se está asumiendo que el objetivo fundamental de la firma es maximizar los ingresos o minimizar sus pérdidas, si es que no se puede obtener ganancias. No obstante, éstos no son los únicos objetivos de la firma, en realidad este concepto proporciona un punto de partida para el análisis. Aquí se define el ingreso neto como la diferencia entre los ingresos totales y los costos totales.

En condiciones de competencia perfecta, una tabla de ingreso neto relacionada con el producto, es una línea recta cuya pendiente es igual al precio del producto.

a. Maximización del ingreso: curva de costo total e ingreso total. La maximización del ingreso abarca una comparación entre ingresos y costos totales a varios posibles niveles de producto. El productor que desea maximizar su ingreso debe producir al nivel de producto en que la diferencia entre el IT y el CT sea mayor. En el corto plazo esta situación está ilustrada en la figura 11. Con un $P_{y1} = 5$ soles, el $P_{y1} = 2$ soles, el punto N corresponde a un nivel de producción de 63 unidades de producto, lo cual proporciona máximo ingreso neto de 76 soles (Cuadro No. 4). En este punto la pendiente de las dos curvas es igual.

En un punto menor que 63 unidades, la pendiente de IT es mayor que la del CT; de aquí que las curvas se apartan a medida que el producto aumenta hacia 63. Si el producto es mayor que 63 unidades, la pendiente de CT es mayor que la del IT, luego las curvas tienden a acercarse a medida que el producto se aleja de 63, que es el nivel de producción óptimo.

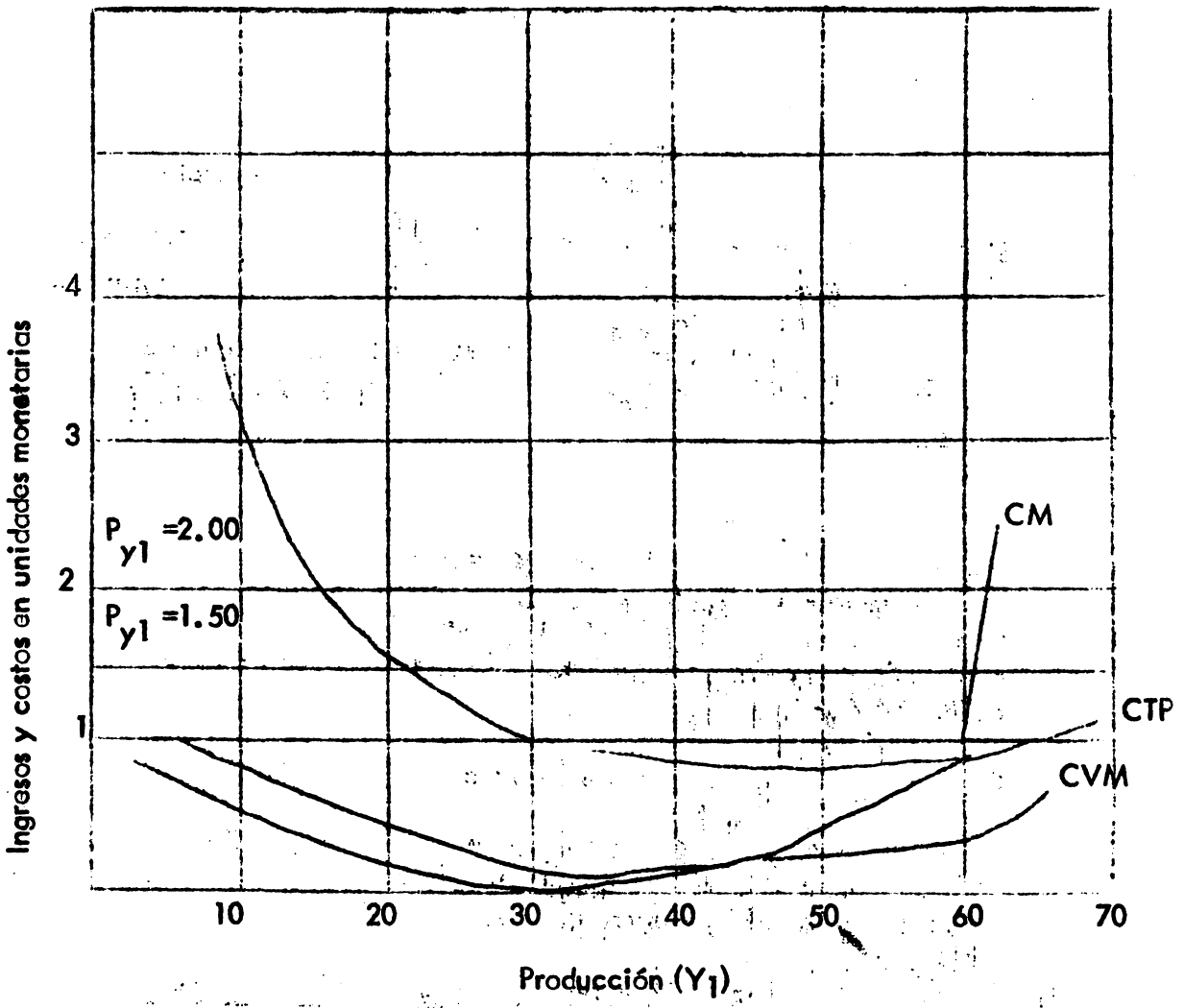


Fig. 10. Relación de costos promedio marginales e ingresos con el producto.

Las condiciones necesarias para la maximización del ingreso se pueden establecer en términos de ingreso marginal y costo marginal.

Si definimos el ingreso total como el resultado de multiplicar el producto total por su precio, tenemos:

$$IT = Y_1 P_y$$

Luego:

$$IP = \frac{IT}{Y} = \frac{Y.P_y}{Y} = P_y \text{ (IP = ingreso promedio)}$$

O sea que:

$$IP = P_y$$

Ingreso promedio = precio del producto

Si definimos el ingreso marginal como el aumento de ingreso dividido por el aumento del producto tenemos:

$IM = \frac{\Delta I}{\Delta Y}$ = Pendiente = Precio del producto = 2. En cualquier parte de la recta. Fig. 11.

Luego: $IM = P_y = IP$

Ingreso marginal = Precio del producto = Ingreso promedio

Como el costo marginal es igual a la pendiente de la curva de CT y, además, el IM es igual a la pendiente de la curva IT, el ingreso se maximiza cuando el $CM = IM = P_y$.

Costo marginal = Ingreso marginal = Precio del producto

Cualquier punto más allá de 63 unidades de producto, el CM es mayor que el IM, por consiguiente, hay pérdidas. El inverso también es válido (obsérvese gráfico 11 y Cuadro No. 4).

b. Maximización del ingreso: curvas de costos por unidad de producción. El análisis de la maximización del ingreso de la firma es generalmente presentado en términos de curvas de costos por unidad de producto y de ingreso marginal. El análisis es básicamente el mismo que se menciona anteriormente. Las curvas de costo de la firma en el corto plazo son los de la figura 12. Como hemos demostrado que el $IM = P_y$, la curva de ingreso marginal IM coincide con la curva de demanda de la firma, o sea línea P_y de

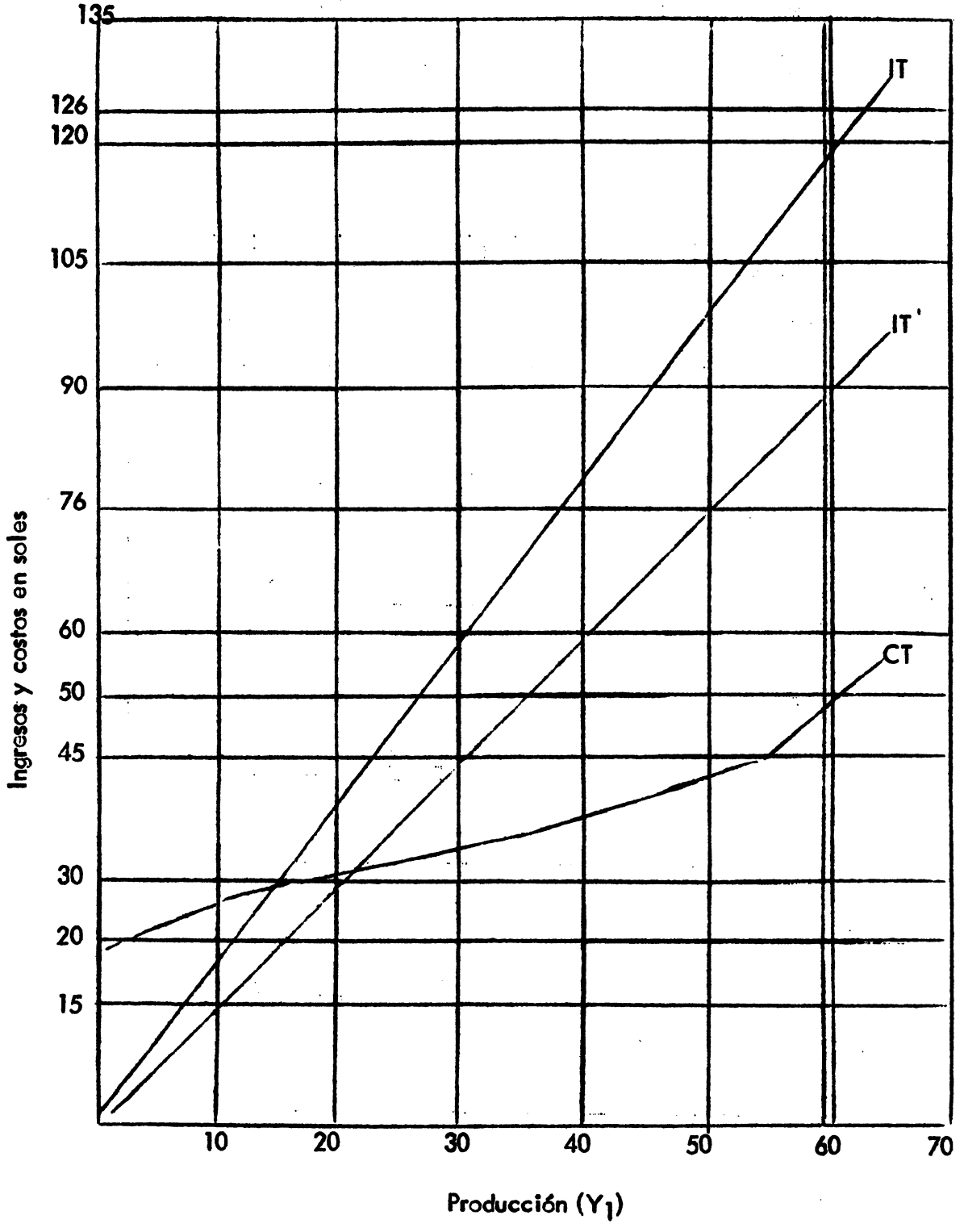


Fig. 11. Relaciones del costo total y del ingreso total con el producto.

CUADRO No. 4 INGRESO NETO PARA DOS PRECIOS DE DIFERENTES PRODUCTOS. EL PRECIO DE LOS INSUMOS ES CONSTANTE

PRODUCTO Y_1	PX_1 = 5 Soles	PY_1 = 2 Soles		PY_1 = 1.50 Soles	
	Costo Total (CT) Soles	Ingreso Total (IT) Soles	Ingreso Neto (IT - CT) Soles	Ingreso Total (IT) Soles	Ingreso Neto (IT - CT) Soles
0	20	0	-20	0	-20.0
7	25	14	-11	10.5	-14.5
17	30	34	4	25.5	- 4.5
31	35	62	27	46.5	11.5
47	40	94	54	70.5	30.5
57	45	114	69	85.5	40.5
63	50	126	76	94.5	44.5
65	55	130	75	97.5	42.5
65	60	130	70	97.5	37.5
61	65	122	57	91.5	26.5
52	70	104	34	78.0	8.0

la figura. Esta línea tiene el mismo precio para cualquier cantidad de producto. La maximización del ingreso se obtiene al nivel de ingreso en donde el costo marginal CM, es igual al ingreso marginal, es decir en donde las dos curvas se cortan.

Como conclusión de este análisis, tenemos que se requieren tres condiciones para maximizar el ingreso neto: (1) el CM debe ser igual al precio del producto; (2) el CM debe ser creciente; si ésto no ocurre, el productor está operando bajo condiciones de pérdida máxima. Llenar estas dos condiciones asegura al productor obtener el ingreso máximo o una pérdida mínima; ésto último no significa que el ingreso neto es o debe ser positivo; (3) el ingreso total debe ser mayor que los costos variables totales, ésto quiere decir que P_{y1} debe ser mayor que el costo medio variable si se desea que el ingreso neto sea positivo. La curva de CM que está por encima del CPV representa para la firma la cantidad de producto que puede ofrecer en el mercado a diferentes precios. Esto es, su curva de oferta.

Este anterior análisis puede entenderse más fácilmente con ayuda de la figura 12, en la cual aparecen las curvas de costos promedios totales, variables y fijos, así como la curva de costo marginal.

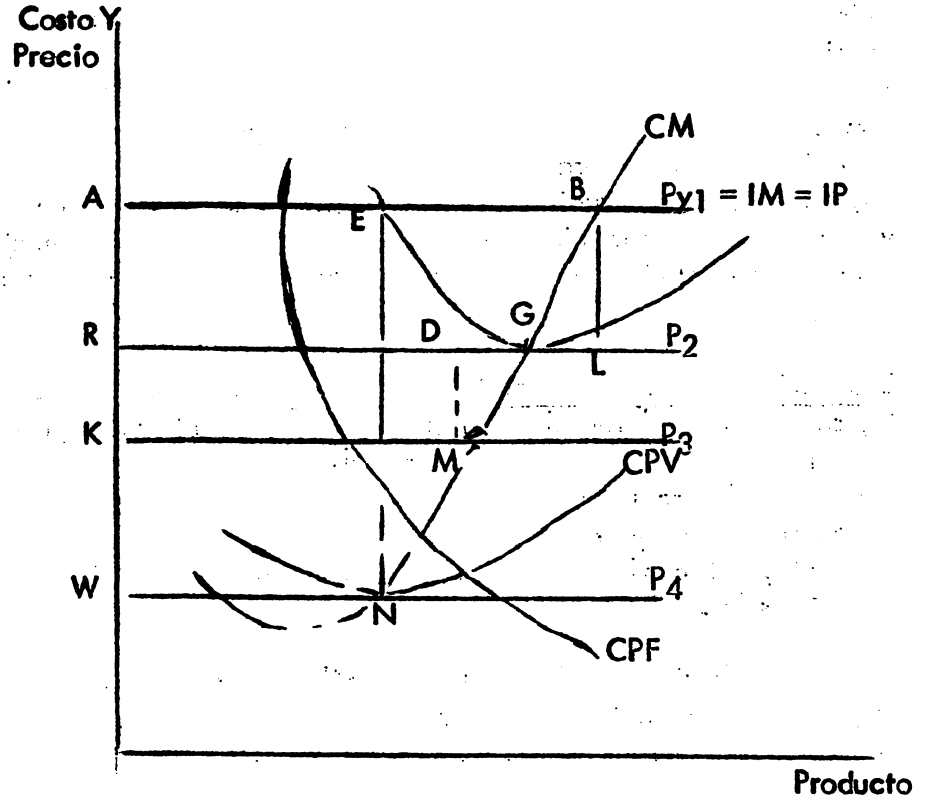


Fig. 12. Maximización del ingreso con curvas de costos por unidad de producto.

A un precio P_1 la firma producirá AB y tendrá una ganancia BL por unidad. A un precio P_2 la firma producirá RG, sin obtener beneficios. A un precio P_3 la empresa produce KM y las pérdidas son iguales a MD. Para un precio como P_4 pueden ocurrir dos cosas, si la empresa produce WN, sus pérdidas son iguales a GE, pero si la firma decide dejar de producir, las pérdidas serían iguales a los costos fijos.

En conclusión, la empresa competitiva no producirá a un precio inferior a sus costos promedios variables, ya que es más económico dejar de producir.

c. Efectos del cambio de precios. Si cambia el precio del producto o el precio del insumo, es lógico esperar cambios en el nivel óptimo de producción. Una disminución en el precio del producto significa un descenso en la línea de precios. En consecuencia, el ingreso marginal disminuye. En el Cuadro No. 4 puede observarse que los ingresos netos son menores cuando se asume un $P_{y1} = 1.50$. (Ver figura 11).

Los cambios en los precios de los insumos producen cambios en la producción en una forma opuesta a aquellos que provocaron los cambios en los precios del producto. Así, por ejemplo, un aumento en el precio del insumo variable hace que las curvas de costo se muevan hacia arriba. La intersección del CM y el P_{y1}, será un nivel de producto más bajo y la producción se reducirá para maximizar al IN. Si el precio del insumo disminuye el costo de producir cualquier nivel de producto disminuye, y el nivel óptimo de producción aumenta. Debe enfatizarse nuevamente que el hecho de que el $CM = P_y$, no significa que el productor reciba ingreso positivo.

d. Economía de escala y el tamaño de la firma. Como señalamos anteriormente, se toma como largo plazo un período lo suficientemente prolongado como para permitirle a cada productor realizar aquellos cambios tecnológicos posibles en la escala de su planta en la forma que él desea, y así variar su producción total, ya sea por: (1) menor utilización intensiva de la planta existente, (2) cambios en la escala de la planta, (3) alguna combinación de (1) más (2).

Para el equilibrio en el largo plazo no sólo el costo marginal debe igualar al precio del producto de cada productor individual, sino que también debe ser igual al costo promedio total. Luego, $CM = P_y = CPL$.

Curvas de costos promedio en el largo plazo. Una curva de costo promedio de largo plazo CPL puede ser construída para cualquier grupo de curvas de costo de corto plazo CP_1C, como las que se indican en la figura 12. La curva del costo del largo plazo es la "envolvente" de las curvas del costo

del corto plazo, esto quiere decir que es la única curva tangente a todas las curvas de costos de corto plazo. Este punto de tangencia (a) está señalando el punto del costo mínimo en curvas de costo de corto plazo, o indican que las firmas con costos a la izquierda de (a) son de un tamaño menor que el óptimo. Las curvas como (b), que están a la derecha del costo mínimo del largo plazo, indican plantas mayores que el tamaño óptimo. El punto de tangencia de la curva de costo de largo plazo CPL y la curva de corto plazo CPC indican que el más bajo costo posible (CPC_3) está en el punto (a).

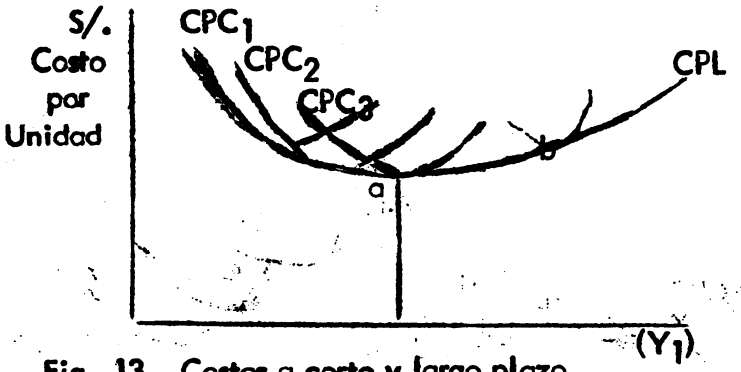


Fig. 13. Costos a corto y largo plazo

Una curva de costo de largo plazo define una situación de volumen de producción en la cual están presentes tanto las economías como deseconomías de escala. Además hay muchas otras posibilidades que las mostradas en la figura 1. Por ejemplo, la curva de costos de largo plazo de la figura 13 es constante.

En resumen, la curva de costos a largo plazo para una firma se encuentra formada por los costos más bajos de producción de todos los productos posibles en el corto plazo. La curva de costo promedio de largo plazo se considera que generalmente es una inclinada. La parte de la curva que es descendente se denomina de rendimientos crecientes a escala ó economías de escala. Los rendimientos decrecientes o deseconomías de escala son aquella parte de la curva en que los costos medios están creciendo.

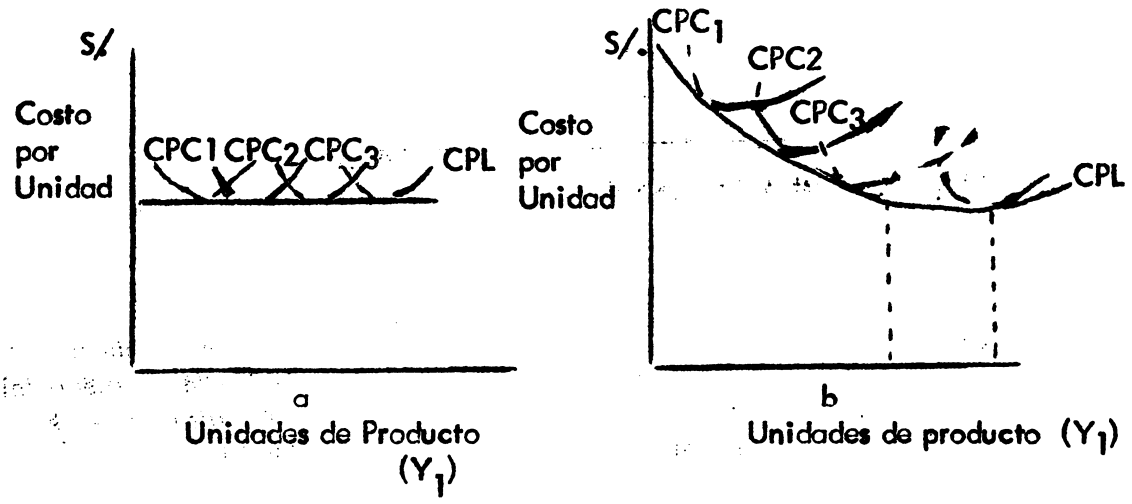


Fig. 13. Situaciones alternativas de curvas de costos promedios a largo plazo.

C. Principio de Sustitución y las Relaciones de Factor-Factor

En las secciones anteriores se analizaron las relaciones factor-producto y la obtención de la producción óptima por unidad de recurso y de producto, o sea la maximización del ingreso. El punto de partida fue de una función simple con un solo factor variable. En el caso que se ilustró la función continua era $Y = f(X_1/ X_2\ X_3 \ldots X_n)$, donde X_1 se consideró el único factor variable. En esta sección se trata de dar respuesta a la pregunta cuál es la combinación de recurso más económica que se debe usar para producir una cierta cantidad de producto. La función de producción ahora se trastorna en la siguiente: $Y = f(X_1\ X_2/\ X_3\ X_4 \ldots X_n)$ en donde X_1, X_2 son los factores variables y X_3, $X_4 \ldots X_n$ son considerados constantes. Se asume también que los cambios en X_1 y X_2 no son proporcionales. Además se examinarán los cambios en el producto. Y a medida que uno o ambos factores X_1 y X_2 se varían. Se examinan también las posibilidades de sustitución de X_1 por X_2 cuando Y se mantiene constante a un nivel particular.

La relación factor-factor o relación de sustitución de recursos puede analizarse para unidades productivas de cualquier magnitud; los factores fijos pueden variar tanto en cantidad como en número.

Si se toma como unidad técnica un animal, los edificios y servicios pueden considerarse recursos fijos y se consideran variables sólo los alimentos proteínicos y carbohidratos; o forraje y grano. También se puede considerar como unidad técnica una hectárea de tierra lo cual constituye el factor fijo en tanto que el riego y el fertilizante pueden ser los factores que se sustituyen uno a otro. La sustitución de mano de obra por maquinaria puede ser este tipo de relación a estudiar considerando como unidad técnica la finca. Este análisis de sustitución se aplica también a la agricultura de una región con un todo, y aun a la industria agrícola.

Hay dos objetivos básicos que se persiguen al analizar la sustitución de X_1 por X_2 y son (a) obtener el máximo producto para un costo dado de insumos, (b) obtener un cierto nivel de producción con un mínimo de costos de los récursos empleados. La maximización de las ganancias se obtiene con la combinación de recursos variables de costo mínimo.

1. Combinación optima de factores o recursos. Se había establecido en la sección anterior que si se conocen el precio del insumo y los valores del producto marginal la determinación del nivel óptimo de insumo se obtiene cuando $VPM = P_{x1}$, o sea que el valor de la producción marginal es igual al precio del factor. Si se trata de dos recursos o factores podríamos escribir:

$$VPM\,x_1 = P_{x1} \quad y \quad VPM_{x2} = P_{x2} \qquad (1)$$

Al dividir estas ecuaciones por sus precios tenemos:

$$\frac{VPMx_1}{P_{x1}} = 1 \quad y \quad \frac{VPM_x2}{P_{x2}} = 1 \qquad (2)$$

Como ambas ecuaciones son iguales se pueden escribir así:

$$\frac{VPM_{x1}}{P_{x1}} = \frac{VPM_{x2}}{P_{x2}} = 1 \qquad (3)$$

Para que las ecuaciones indiquen el mejor nivel de producción y la manera de combinar los recursos. Entonces para cualquier nivel de producción se requiere:

$$\frac{VPMx_1}{Px_1} = \frac{VPMx_2}{Px_2} \qquad (4)$$

Esta ecuación puede escribirse en otra forma ya que el valor de la producción marginal es igual a la producción marginal por su precio o sea $PMx_1 = PM \times P_y$, entonces se puede escribir:

$$\frac{PMx_1 Py}{Px_1} = \frac{PMx_2, \ Py}{Fx_2} \qquad (5)$$

Dividiendo ambos lados de la ecuación por P_y tenemos:

$$\frac{PMx_1}{Px_1} = \frac{PMx_2}{Px_2} \qquad (6)$$

Como la producción marginal es igual al cambio en el producto obtenido por un cambio en el factor o sea $\frac{\Delta Y}{\Delta X}$ la ecuación se puede escribir así:

$$\frac{1 \Delta Y}{Px_1 \Delta X} = \frac{1 \Delta Y}{Px_2 \Delta X_2} \qquad (7)$$

Se puede asumir para este análisis que los dos ΔY son iguales y dividir ambos miembros de la ecuación por ΔX, luego:

$$\frac{1}{Px_1 \Delta X_1} = \frac{1}{Px_1 \Delta X_2} \qquad 6 \ {}^{f} X_1 \Delta X_1 = P_{x2} \Delta X_2 \qquad (8)$$

Dividiendo ambos lados de la ecuación (8) por $Px_1 \Delta X_2$ obtenemos

$$\frac{Px_1 \Delta X_1}{Px_1 \Delta X_2} = \frac{Px_2 \Delta X_2}{P_{x1} \Delta X_2} \qquad (9)$$

simplificando tenemos:

$$\frac{\Delta X_1}{\Delta X_2} = \frac{P_{x2}}{P_{x1}} \qquad (10)$$

Luego la condición necesaria para la óptima combinación de dos recursos en un determinado nivel de producción se encuentra cuando la tasa marginal de sustitución $\frac{\Delta X_1}{\Delta X_2}$ es igual a la razón inversa de sus precios. Este principio se ilustra en la figura 14 en donde X_1 y X_2 son los factores variables y están sobre los ejes vertical y horizontal respectivamente. Y_1 es constante y se denomina línea de iso-producto que significa igual producto en toda su trayectoria. Es una línea que representa todas aquellas combinaciones de los dos factores X_1 y X_2 con los cuales una firma puede producir igual cantidad de producto. Puede haber tantas líneas de iso-producto cuantos niveles de producción existan.

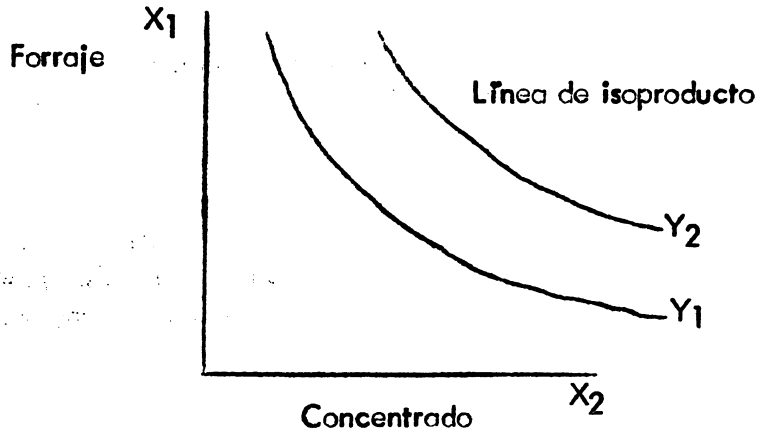


Fig. 14. Función hipotética de producción con dos recursos variables forraje (X_1) y concentrado (X_2) para producción de leche (Y_1)

La línea de isocosto muestra la diferente combinación de recursos, la firma puede comprar dado su presupuesto y el precio por unidad de cada recurso o factor. La pendiente de esta línea está representada por el precio factor X_1 sobre el precio de factor X_2.

La combinación óptima de recursos, dado su precio unitario, se presenta gráficamente por el punto en donde la línea de iso-costo (de iguales costos) es tangente a la línea de iso-producto.

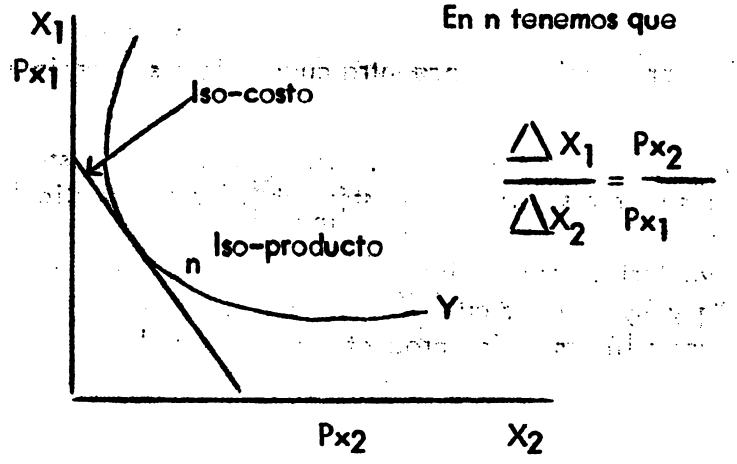


Fig. 15. Localización de la combinación de costo mínimo de dos recursos X_1 y X_2, para un determinado nivel de producción dados Py_1 y Px_2.

2. Nivel óptimo de producción de un producto. Empleando el modelo factor-factor explicado atrás se puede determinar el punto óptimo de producción utilizando dos recursos. Este punto se encuentra en la línea de expansión o sea aquella que conecta los puntos de tangencia entre las líneas de isocuantas e isoproducto.

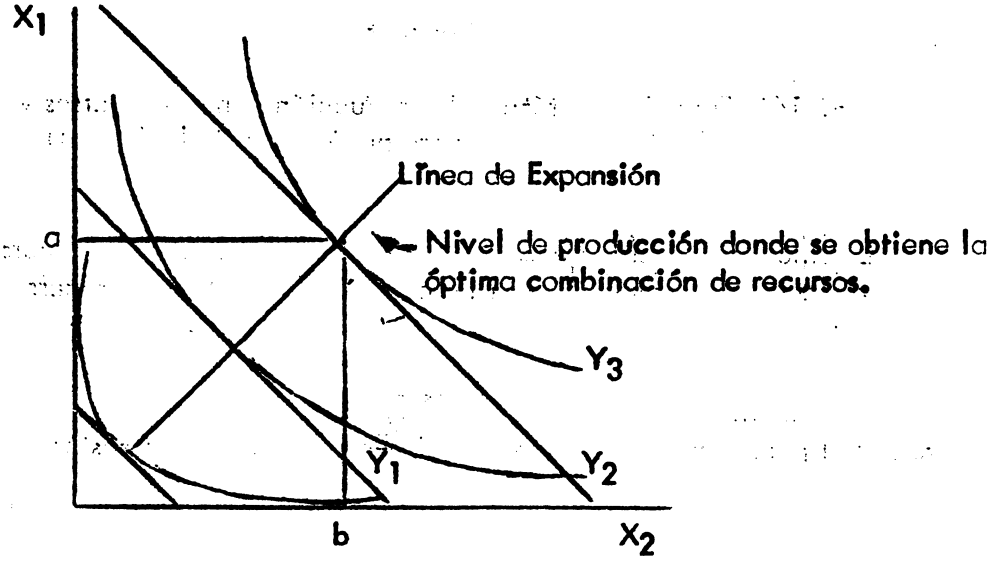


Fig. 16. Función hipotética de producción con dos recursos variables X_1 y X_2 mostrando la línea de combinaciones de costo mínimo para estos recursos.

D. Selección de la Combinación Optima de Productos (Producto-Producto)

Suponiendo que tenemos 30 unidades del insumo Z, y que lo empleamos en dosis diferentes en un producto A, o en un producto B, los resultados pueden ser los siguientes:

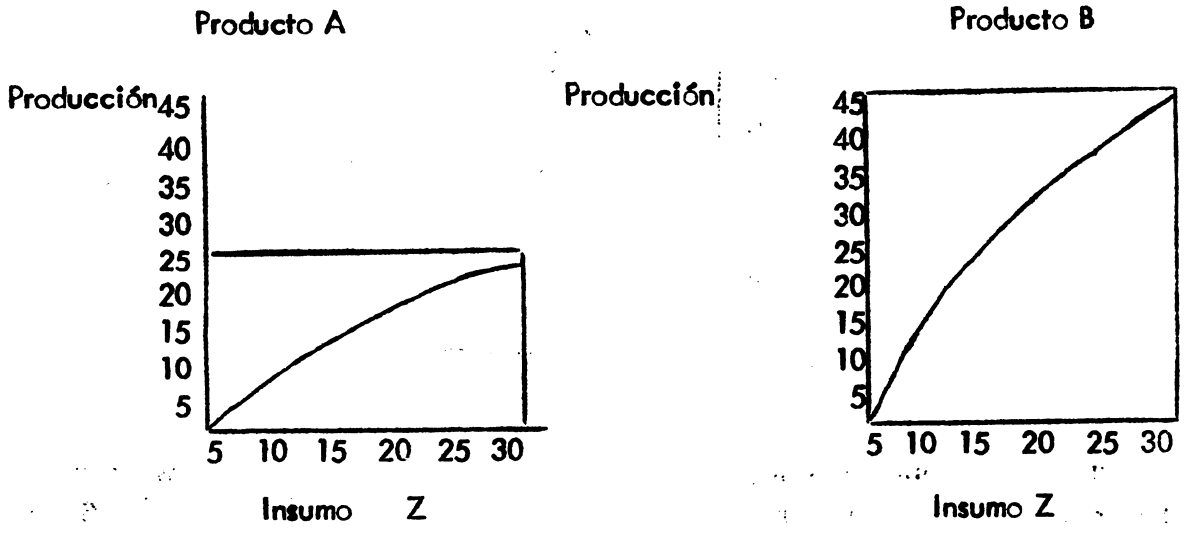
$$A = f(Z_1 / Z_2 \quad Z_3 \quad Z_4)$$
$$B = f(Z_1 / Z_2 \quad Z_3 \quad Z_4)$$
$$Z = f(A, B,)$$

CUADRO No. 5

Insumo Z	Producto A	Producto B
0	0	0
5	7	11
10	13	20
15	18	28
20	22	35
25	25	41
30	27	46

Si representamos gráficamente las funciones de la producción, las curvas para cada producto serían las siguientes:

Figura 17



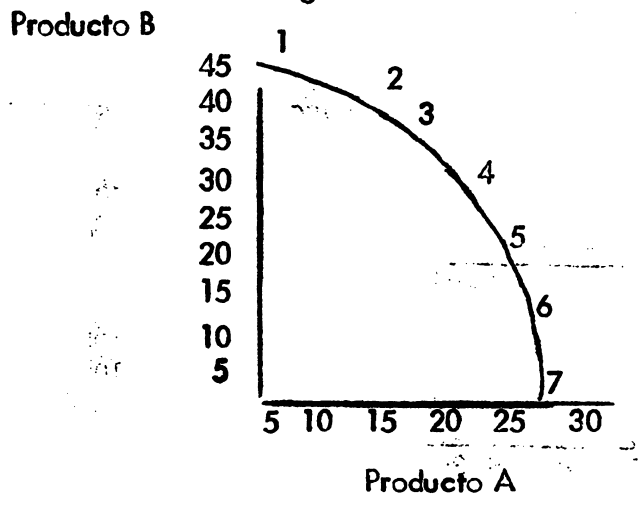
Debido a la diferente respuesta obtenida en la producción de los productos A y B, al variar las dosis del insumo Z, es necesario determinar cuál es la relación que hay entre los dos productos cuando se utilizan las 30 unidades del insumo Z, en la producción A y B, considerando todas las posibles combinaciones:

CUADRO No. 6

Número de unidades del insumo Z empleadas en producir:		Producción		Tasa de sustitución		
A	B	A	B	△	B/A	△
0	30	0	46	5/7	ó	- 0.71
5	25	7	41	6/6	ó	- 1.00
10	20	13	35	7/5	ó	- 1.40
15	15	18	28	8/4	ó	- 2.00
20	10	22	20	9/3	ó	- 3.00
25	5	25	11	11/2	ó	- 5.50
30	0	27	0			

Es posible presentar gráficamente con una curva, todas las posibles combinaciones de producción de los productos A y B, tal como en la figura 18.

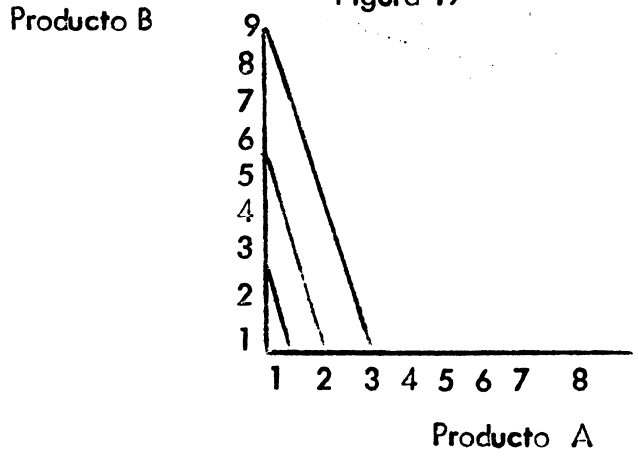
Figura 18



El punto 1 indica el primer caso del cuadro, cuando se emplean todas las unidades del insumo Z en la producción de 46 unidades del producto B. El punto indica que se está produciendo 35 unidades del producto B y 13 unidades del producto A, y así sucesivamente.

Las diferentes tasas de sustitución indican la cantidad del producto B que hay que dejar de producir (numerador), para producir una cantidad del producto A (denominador). Así, por ejemplo, si en vez de producir sólo 46 unidades del producto B, queremos producir 7 del producto A, forzosamente deberemos dejar de producir 5 unidades del producto B, o lo que es lo mismo, por cada unidad de producto A que queremos producir debemos dejar de producir 1 unidad del producto B. Sin embargo, debido a las funciones de la producción de los productos A y B, esta relación varía al aumentar o disminuir la cantidad de insumos dedicados a la producción de A y B. Si queremos producir 13 unidades del producto A, tendremos que disminuir la producción de B en 6 unidades, es decir, una unidad de B por cada unidad de A que queremos aumentar, y así sucesivamente. Si la cantidad de unidades del producto B que hay que dejar de producir para poder producir el producto A, fuera constante, las posibles combinaciones de producción de los dos productos podrían representarse por una línea recta, cuya inclinación estaría dada por la Tasa de Sustitución. Así, por ejemplo, si suponemos que para producir 3 unidades del producto B, la representación gráfica podría ser cualquiera de las líneas de la figura 19.

Figura 19



En cualquier punto de estas líneas, que son paralelas, se mantiene la relación $\frac{A}{B} = \frac{3}{1}$.

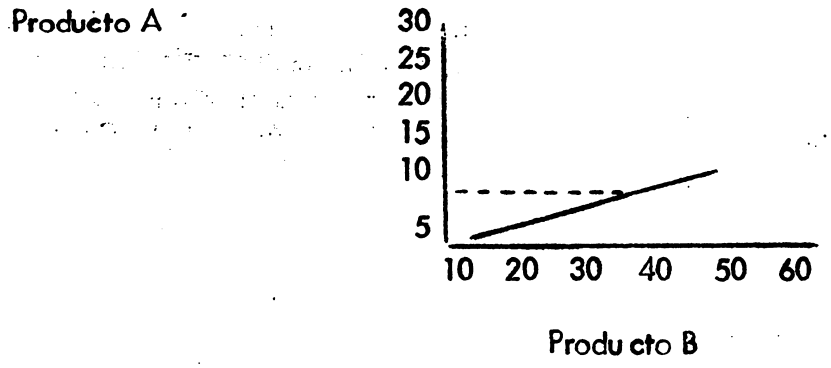
Cuando la Tasa de Sustitución no es constante, cada cambio en la relación de producción entre los productos A y B, nos está indicando un cambio en la pendiente de la línea, por lo cual en vez de ser recta, ésta resulta curva.

1. Relación entre dos productos. Con relación a las variaciones obtenidas en la producción de dos productos, al trasferir un insumo de un producto para emplearlo en otro, los productos se pueden clasificar en: co-productos, competidores, complementarios, suplementarios.

Co-Productos. Son aquellos que se producen conjuntamente y que por tanto, al variar la cantidad producida de uno, conjuntamente varía la del otro, y siempre en la misma proporción.

Gráficamente, las variaciones en la producción de ambos, pueden ser representadas por una línea recta, tal como en la Figura 20.

Figura 20



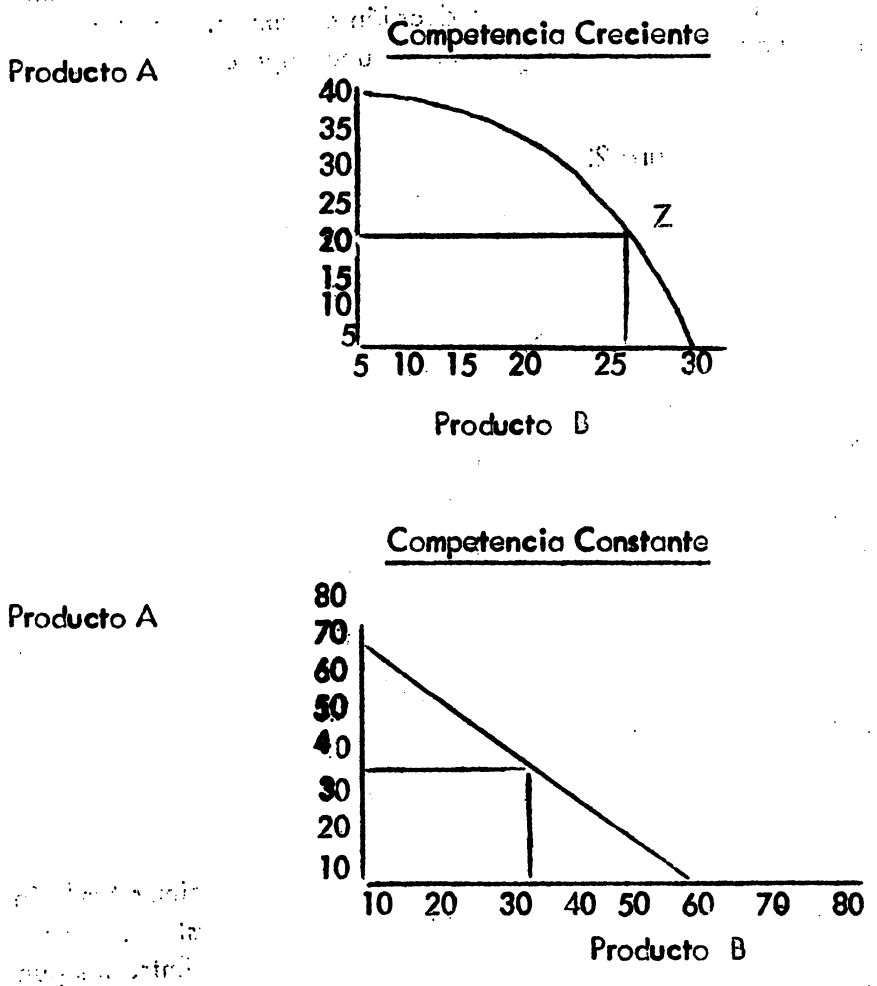
Al producir 10 unidades del producto B, queda fijada la producción del producto A, en 25 unidades. Si aumentamos la producción de B a 20 unidades, en la misma proporción queda fijada la producción de A. Finalmente, si producimos 40 unidades del producto B, la producción de A aumenta en la misma proporción a 10 unidades. Esta proporción siempre será igual a 1 unidad del producto A por cada 4 unidades del producto B. Este caso está representado por productos tales como la fibra de algodón y la semilla, la carne de pollo y los huevos, la carne de ovino y la lana, etc. El agricultor que se decide a producir algodón lo hará teniendo en cuenta que tendrá un ingreso adicional por la venta de semilla. Igualmente, procederán los productores de lana, y los productores de huevos. La relación entre la producción de estos dos productos solo variará en el caso de que al mejorar el precio de uno de los co-productos, resulte ventajoso obtener razas o variedades más especializadas. Por ejemplo, el avicultor dedicado a la cría de gallinas Leghorn, con el objeto de producir huevos, y teniendo como co-producto la carne de pollo, al mejorar los precios de la carne con respecto a los huevos, deberá cambiar paulatinamente de la raza Leghorn a la Rhode Island, o aun más, a una raza más especializada en la producción de carne.

Productos Competidores. Son aquellos productos que al necesitar del uso de un mismo insumo: maquinaria, mano de obra, nitrógeno, etc., es necesario disminuir la producción de uno de ellos para poder aumentar la producción del otro. Se pueden presentar dos casos principales: el de competencia creciente y el de competencia constante. Ambos casos se presentan en la figura 21.

En el caso de competencia creciente si disponemos de una cantidad limitada de un insumo podemos dedicarle todo a la producción de producto A, y obtener 40 unidades

de éste. Si queremos producir 25 unidades del producto B, tendremos que disminuir la producción del producto A a 20 unidades; y, si queremos producir 30 unidades del producto B, tendremos que dejar de producir el producto A. En el primer caso, para producir 25 unidades de A, es decir, 4 unidades de A por cada 5 de B, o, lo que es lo mismo: 0.80 unidades de A por cada unidad de B (Tasa de Sustitución = $\frac{4}{5}$ ó 0.80)

Figura 21



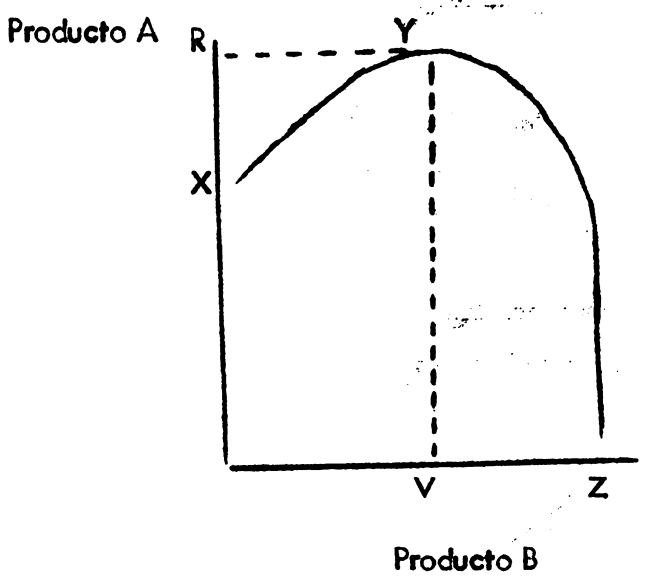
En el segundo caso, para aumentar la producción de B en 5 unidades hemos tenido que sacrificar la producción de 20 unidades del producto A, es decir, que la Tasa de Sustitución ha aumentado, y tenemos que disminuir la producción de 4 unidades de A por cada unidad de B que queremos aumentar. En este caso la Tasa de Sustitución ha aumentado a 4.

En el caso de competencia constante, la Tasa de Sustitución no varía. Así, por ejemplo, en la Figura 21, si estamos produciendo 80 unidades del producto A y queremos producir 30 del producto B, deberemos sacrificar la producción de 40 unidades de A (Tasa de Sustitución = $\frac{4}{3}$ ó 1.33). Si queremos aumentar la producción de B a las 60 unidades deberemos disminuir la producción de A en 40 unidades, sin que varíe la Tasa de Sustitución.

En este caso, convendrá la producción de sólo uno de los dos productos. En la práctica, ésto se presenta cuando se puede sembrar 2 variedades de un mismo cultivo. Si no existe alguna razón técnica especial, convendrá sembrar aquella cuyo rendimiento multiplicado por su precio sea mayor que la otra.

Productos Complementarios. Son aquellos productos que dentro de ciertos límites, al trasferir un insumo de uno al otro, aumenta la producción de ambos. Es el caso típico de las rotaciones con leguminosas. En la figura 22 se puede apreciar la relación de este tipo.

Figura 22



Si en vez de producir sólo el producto A hasta la cantidad X, producimos también el producto B hasta el punto V, la producción del producto A aumenta hasta R. En la curva esta combinación de producción está representada por el punto Y. Entre los puntos X y Y, las dos empresas son complementarias. Este caso se puede presentar por ejemplo al rotar una leguminosa con maíz. Después del punto Y las empresas se tornan competidoras, y son los precios de ambos, y las tasas de sustitución, las que servirán para decidir cuál es la mejor combinación de producción de los dos productos, que lógicamente estarán entre los puntoz Y y Z.

En el Cuadro No. 7 se puede apreciar que las rotaciones 2 y 3 son superiores al monocultivo de maíz, puesto que además de lograrse mayor producción de maíz, se consigue producir heno. Al pasar del monocultivo a la rotación 2, se puede notar que los cultivos son complementarios, pero al pasar a la rotación 3, se convierten en competidores.

Productos Suplementarios. Son aquellos que al hacer uso de un mismo insumo puede aumentarse la producción de uno -empleando mayor número de unidades del insumo- sin

CUADRO No. 7

PRODUCCION TOTAL DE GRANO Y HENO, POR ACRE, EN DIFERENTES ROTACIONES CLARIEN-WEBSTER SILT LOAM, AMES, IOWA, 1915-48

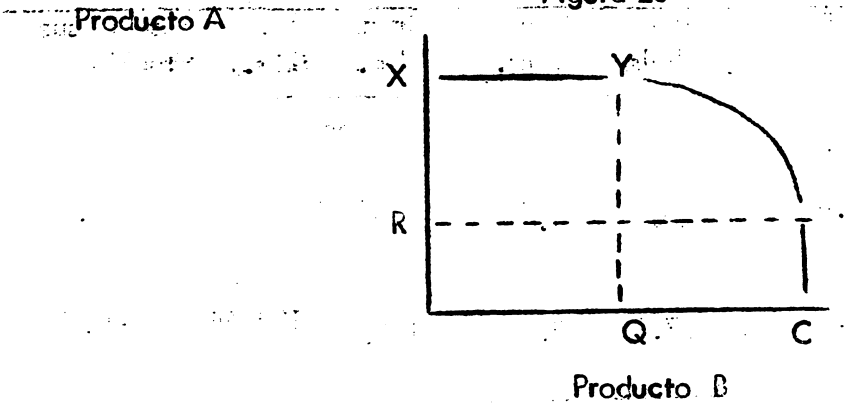
Rotación	Rendimiento por acre			Producción Total		
	Maíz (Bushels)	Avena (Bushels)	Heno (Tons.)	Grano (Lbs).	Heno (Lbs.)	Tasa de sustitución.
1. Maíz	32.2	--	--	180.320	--	--
2. Maíz, Avena, Trébol.	60.6	59.6	1.70	217.360	85.000	+ 0.43
3. Maíz, Avena, Trébol.	63.7	57.8	2.01	182.333	132.660	-0.74

1. Heady, Earl O. y Jensen, Harold R. "The Economics of Crop Rotation and Land Use". Iowa Agricultural Experiment Station, Research Bulletin 383, Ames, Iowa, August 1951, p. 428. Tomado de Bishop C.E. y Toussaint W.D. "Introduction to Agriculture Economic Analysis". John Wiley & Sons, Inc. 1958, p. 119.

2. Suponiendo 100 acres de tierra en rotación.

que la producción del otro sea afectada. En la práctica este caso presenta generalmente entre dos cultivos, cuando tiene que emplearse la misma maquinaria o mano de obra en épocas diferentes. Con estas empresas se logra un mejor uso de los insumos, pero, sin embargo, los cultivos son suplementarios sólo dentro de ciertos límites, después de los cuales se toman competidores, tal como se aprecia en la figura 23.

Figura 23



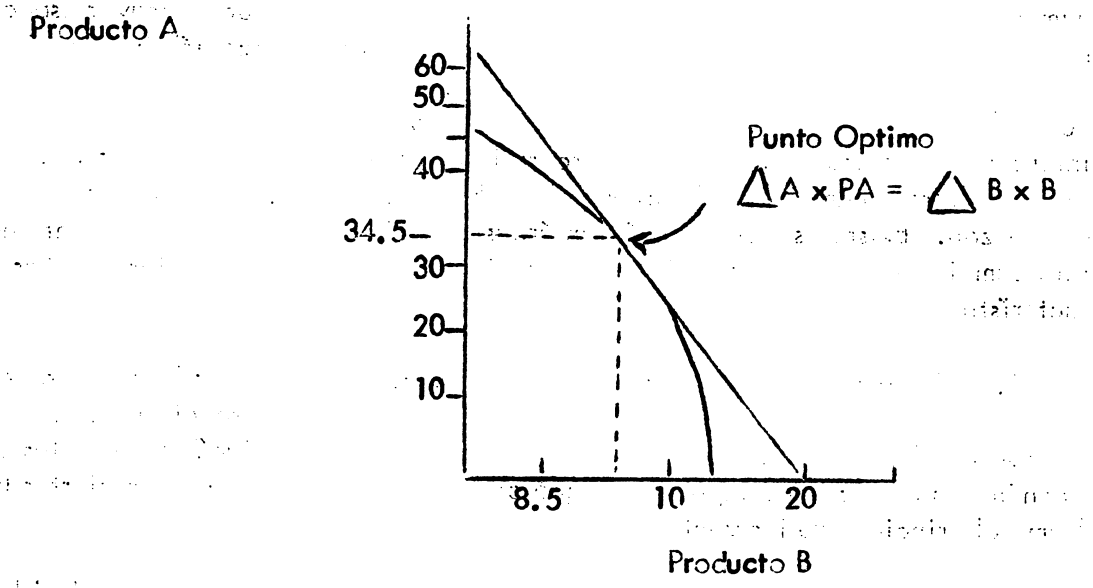
Si se está produciendo X unidad del producto A, se puede utilizar el mismo insumo en producir hasta Q unidades del producto B, y la producción se mantendrá constante. Igualmente, se puede estar produciendo C unidades del producto B, y producir hasta R unidades del producto A, sin que varíe la producción de B. Entre las combinaciones Y y Z los productos compiten por el uso de dicho insumo, y es necesario sacrificar unidades, de uno de los dos productos para poder aumentar la producción del otro.

Combinación óptima de productos

Conociendo las funciones de la producción de los productos respecto al empleo de un insumo determinado, y las relaciones que tienen los productos entre sí, podremos determinar la mejor rotación o combinación de cultivos teniendo en cuenta los costos de producción -que por tratarse de un solo insumo puede representarse por las mismas curvas indicadas, ya que ellas representan una cantidad constante del insumo-, y la relación de precios entre los dos productos.

Recordando que la óptima combinación se obtiene cuando $\Delta A \times PA = \Delta B \times PB$, o sea, cuando el incremento en la producción de un producto por su precio, es igual al incremento en la producción del otro por su respectivo precio, podemos representar gráficamente el óptimo de combinación en la producción de los dos productos.

Figura 24



Si suponemos que los precios de los productos A y B son 1 y 3 pesos por unidad respectivamente, la óptima producción de los dos productos será cuando A x 1 = B x 3, o lo que es lo mismo, cuando

$$\frac{/\ A = 3.}{/\ B = 1.}$$

Gráficamente, podemos determinar este punto trazando una línea que representa la pendiente $\frac{1}{3}$ y en el punto que esta línea sea tangente a la curva de las posibles combinaciones de producción de los dos productos, será el punto de óptima combinación. Esta recta es la que une las 60 unidades del eje vertical con las 20 unidades del eje horizontal, y es tangente a la curva en el punto que indica que se debe producir 34.5 unidades del producto A y 8.5 del producto B. Obteniendo estas producciones se obtendrá 60 pesos de ingresos, que es el máximo posible al hacer uso de una cantidad limitada del insumo distribuida entre los dos productos. Si todo el insumo se dedicara a producir el producto A, sólo se obtendría 48 unidades.

E. Ventajas Comparativas

Dentro de los supuestos básicos de la competencia perfecta, se asume que todos los compradores y vendedores tienen una movilidad perfecta, que ya están situados en el mercado o que pueden trasladarse y sin costo a ese lugar. Este supuesto tiene valor teórico pero no es válido en condiciones reales. Los recursos de tierra se encuentran a distancias variables de los centros de actividad económica e implica costos de trasportar los productos de la finca al mercado y llevar capital, servicios e insumos a la misma. Esta situación convierte en un problema económico importante la localización de las empresas.

Con la introducción de la tecnología aumenta nuestra habilidad para producir bienes y servicios dada una cantidad de recursos productivos. Esto significa en otras palabras, aumento de la eficiencia. Un aumento en la eficiencia conduce a mayor especialización. Por otra parte los frecuentes cambios en el grado de especialización hace posible la adopción de nuevas tecnologías, lo cual da como resultado mayor eficiencia. Al existir un aumento en la especialización se origina una mayor producción y debe por tanto existir intercambio o comercio. Con el intercambio una persona obtiene bienes y servicios producidos por otra a cambio de aquellos que produce ella misma. No sólo los individuos se especializan. Existe especialización en áreas geográficas. Se puede por tanto hablar de intercambio regional. Este término de región, indica áreas de varios tamaños con las características y definiciones que se han dado antes.

1. **El principio de las ventajas comparativas.** Pero, qué es lo que hace que un área se especialice? Por qué en un área se localiza la producción de algodón, y en otra la de trigo? Uno de los principios económicos usados para explicar por qué ciertos bienes se producen en ciertos lugares, se llama el principio de las ventajas comparativas.

Este principio puede establecerse así: un producto tenderá a ser producido en donde la "razón o proporción" de sus ventajas o desventajas sea mayor comparada con otros productos. Para ilustrar esta ley, tomemos un ejemplo basado en las siguientes suposiciones:

-Hay dos fincas con recursos iguales, dedicados a producir los bienes Y_1 y Y_2.

-No se consideran costos de trasporte.

-Las curvas de producción posible muestran una tasa de sustitución constante. (Véase figura 25).

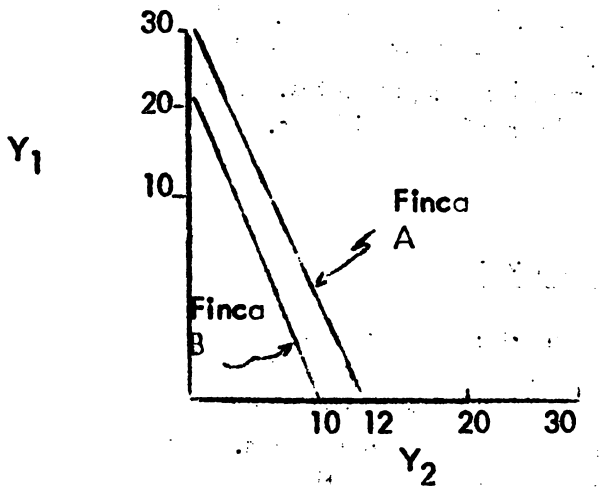


Fig. 25. Curvas de producción posibles para dos productos con tasa constante de sustitución, en dos fincas con recursos iguales.

La figura corresponde a un caso especial de combinación de empresas del cual se pueden obtener las siguientes relaciones:

a. Para la producción de Y_1:

-en la finca A, 2 unidades de Y_2 equivalen a 5 unidades de Y_1:

$$2 \text{ unidades de } Y_2 = 5Y_1$$

$$1Y_2 = 2.5Y_1$$

-en la finca B, 1 unidad de Y_2 equivale a 2 unidades de Y_1:

$$1Y_2 = 2Y_1$$

o sea que la finca A tiene ventaja sobre la finca B en producir Y_1, porque por cada unidad de Y_2 produce 2.5 de Y_1 (en vez de 2 de Y_1 en la finca B).

b. Para la producción de Y_2:

-en la finca A, $1Y_2 = 2.5\ Y_1$ ó sea

$$1Y_1 = 0.4\ Y_2$$

-en la finca B, $1Y_2 = 2Y_1$, ó sea

$$1Y_1 = 0.5\ Y_2$$

o sea que la finca B tiene ventaja sobre la finca A en producir Y_2. Por cada unidad de Y_1 la finca B produce 0.5 de Y_2 contra 0.4 de Y_2 que produce la finca A. Lo anterior puede constatarse con el siguiente análisis:

Para simplificar, partamos de la base que las dos fincas producen 72 unidades de producto Y_1 y Y_2. Supongamos que dedican la mitad de sus recursos a la producción de Y_1 y la otra mitad a la producción de Y_2. Entonces el producto total sería 25 unidades de Y_1 (10 de B y 5 de A) y de 11 unidades de Y_2 (o sea 5 de B y 6 de A).

Si a la finca A se le hiciese producir una unidad menos de Y_2, podría producir 2.5 unidades más de Y_1 y 5 de Y_2. Si B produjese una unidad más de Y_2, tendría que reducir su producción de Y_1 en dos unidades, quedando con una producción de 8 unidades de Y_1 y 6 unidades de Y_2. La producción total de ambos será ahora de 25.5 unidades de Y_1 y de 11 unidades de Y_2, mayor en 0.5 unidades de Y_1 que la anterior. Prosiguiendo, si A sólamente produjese una unidad de Y_2 podría producir 27.5 unidades de Y_1, B podría producir entonces 10 unidades de Y_2 y ninguna de Y_1. La producción total se aumentaría en otras 2.5 unidades de Y_1. El cuadro No. 8 muestra las diferentes combinaciones de producción de Y_1 y Y_2 entre las fincas A y B siguiendo el anterior análisis.

CUADRO No. 8

DIFERENTES COMBINACIONES DE PRODUCCION DE Y_1 y Y_2 EN CADA UNA DE LAS FINCAS A y B

Producto	Fincas B		Fincas A		Producción total	Producto	Fincas B		Fincas A		Producción Total
Y_2	5	+	6	=	11	Y_1	10	+	15	=	25.0
Y_2	6	+	5	=	11	Y_1	8	+	17.5	=	25.5
Y_2	7	+	4	=	11	Y_1	6	+	20	=	26.0
Y_2	8	+	3	=	11	Y_1	4	+	22.5	=	26.5
Y_2	9	+	2	=	11	Y_1	2	+	25.0	=	27.0
Y_2	10	+	1	=	11	Y_1	0	+	27.5	=	27.5

2. Causas de la ventaja comparativa. Qué es lo que produce la ventaja comparativa? Un factor importante que determina las ventajas comparativas es el tipo, calidad y cantidad de los recursos naturales. Las tierras, el clima y la topografía son ejemplo de recursos que varían de un área a otra. Hay muchos productos para los cuales su "razón" de efectividad en la producción varía entre regiones como consecuencia de los recursos naturales. La relativa aceptación y uso de nueva tecnología es otro determinante de la ventaja comparativa. Diferencias en calidad y cantidad de los recursos humanos pueden determinar ventajas comparativas. Si en la elaboración de un producto en cierta área, los trabajadores poseen algunas habilidades especiales, éstas pueden dar lugar a la ventaja comparativa en lo que se refiere a dicho producto dentro de una determinada área. De igual forma, la posibilidad para reclutar gran número de trabajadores en los momentos cruciales del período de recolección de la cosecha, puede ser la causa de la ventaja comparativa para un producto de una determinada área.

Las economías de escala, tanto internas como externas, pueden ser otra de las causas de ventaja comparativa. Supongamos que en un área hay pocas pero grandes plantas eficientes que elaboran un producto determinado y que en otra área hay muchas plantas pequeñas e ineficientes. Con una cantidad dada de recursos las primeras pueden superar a las últimas y con ello ganar una ventaja comparativa respecto al producto; éste vendría a ser un ejemplo de economía interna. En los aspectos externos, se pueden citar los siguientes: (a) las facilidades de intercambio pueden reducir los costos de trasferencia; (b) los proveedores pueden establecerse cerca, deduciendo así los costos de suministro; (c) pueden establecerse cerca otras industrias que utilicen sus subproductos, que de no ser así serían desperdiciados o aprovechados en una mínima parte; y (d) pueden desarrollarse otras economías como consecuencia de las anteriores.

3. El modelo de Von Thunen y sus implicaciones. Uno de los primeros estudios de la relación entre las diferencias en la localización espacial y los problemas de utilización de tierras, se debe a Von H. Thunen economista alemán*.

En resumen, este principio establece que, los productos que tienen mayores costos de trasporte en relación con su valor, serán producidos más cerca de los lugares de consumo que los que tienen bajo costo de trasporte en relación con su valor. Así la leche se producirá más cerca del centro de consumo que los cerdos y éstos a su vez, más cerca que los granos.

Para ilustrar el principio de Von Thunen, supongamos que 100 litros de leche producen 10 kilogramos de crema ó 4 kilogramos de mantequilla. El precio de los 100 litros de leche en el centro de consumo es de $500,oo; el de los 10 kilogramos de crema es de $450,oo y el de los 4 kilogramos de mantequilla es de $250,oo. Las tarifas de trasporte

* Von Thunen ilustró este concepto con el caso de un Estado aislado con una sola aldea o pueblo europeo, situado en el centro de una llanura productiva rodeada a su vez por una región inculta que la separaba de otros mercados.

son $0,20 por 100 litros de leche por Km., $0.020 por Km, por los 10 kilogramos de crema y de $0.004 por kilómetro por los 4 kilogramos de mantequilla. Cada producto baja de valor a medida que nos alejamos del centro de consumo, la leche con mayor rapidez que la crema, y ésta más que la mantequilla. En determinado punto, la leche y la crema tendrán el mismo valor. Dónde está ese punto? Para determinarlo usamos la siguiente fórmula:

$$P_1 - R_1 \; D = P_2 - R_2 \; D$$

P_1 = precio de la leche en el centro de consumo

P_2 = precio de la crema en el centro de consumo

R_1 = tarifa de trasporte de la leche

R_2 = tarifa de trasporte de la crema

D = es la distancia buscada

Reemplazando valores.

$$500 - 0.20 \; D = 450 - 0.02 \; D$$

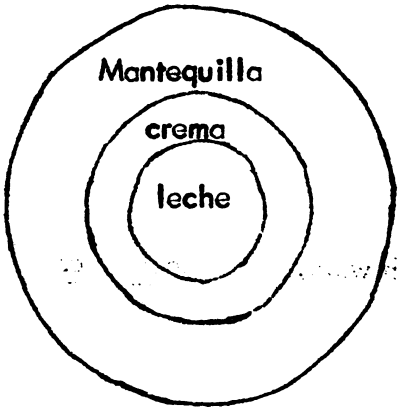
$$500 - 450 = 0.2 \; D - 0.02 \; D$$

$$50 = 0.18 \; D$$

$$D = \frac{50}{0.18} = 278 \text{ kms.}$$

A una distancia de 178 kilómetros del centro de consumo, los 100 litros de leche y los 10 kilogramos de crema tienen el mismo valor.

Gráficamente este principio podría ser ilustrado por una serie de anillos concéntricos en que el centro de consumo es un punto en el espacio.



El principio ilustra el efecto de las facilidades de trasporte y la localización con respecto al mercado sobre las prácticas de utilización de las tierras.

Este principio es importante en la localización de la producción, procesamiento y comercio de todos los productos agrícolas muchos de los problemas de la época de Von Thu Thunen se han simplificado con la aparición de los ferrocarriles, automóviles, camiones y otras facilidades de trasporte. Sin embargo, las conclusiones del principio válidas hoy día, según Ely y Wehrwein*.

"Por mucho que se perfeccione el trasporte nunca podrá ser instantánea, sin esfuerzo o sin costo. Siempre existirá el costo de superar la fricción, la gravitación y la pérdida de tiempo al mover bienes y personas. Los agricultores próximos a una ciudad disfrutarán en todo tiempo de ciertas ventajas sobre los que se encuentran más lejos del mercado. Están dedicados a los mismos cultivos y tienen las mismas facilidades de trasporte....La distncia desde la cual la gente puede trasladarse con comodidad es todavía cuestión de tiempo, conveniencia y costos, complicados muchas veces por la congestión debida al trasporte moderno".

Los efectos de los recursos naturales se reflejan en la localización de la producción; pero éstos explican únicamente en parte las áreas de producción de un artículo en particular. Se podría afirmar que si las grandes ciudades se trasladaran a lugares hoy despoblados, ocurrirían grandes cambios en los tipos de áreas agrícolas del país.

GG/cjr IX-11-1972

* Ely, Richard y S., Wehrwein, Land Economics, New York: The MacMillan Co., 1940.

Anexo 1

ECONOMIA DE LA PRODUCCION

-CASO PRACTICO-

Profesor: Dr. Alfredo Carrasco

Con base en datos sobre pruebas regionales adelantadas por el Programa de Suelos del ICA, el Departamento de Economía Agrícola del Instituto logró establecer que, (datos preliminares) la respuesta del trigo a la aplicación de fósforo en determinado tipo de suelo responde a la ecuación:

$$Y = 2.300 + 6.97\ X - 0.0196\ X^2$$

Con base en dicha ecuación:

1. Haga una tabla que muestre la producción esperada a distintos niveles de aplicación de fósforo (usar niveles de 20 en 10 kilos de fósforo).

2. Dibuje las curvas de producción total, producción marginal y producción promedio.

3. Si la tonelada de trigo vale $2.000,oo y la tonelada de superfosfato triple del 46% de P_2O_5 cuesta $1.600,oo, determine gráficamente la cantidad de fertilizante a aplicar por hectárea para determinar el máximo de ganancia.

4. Si el costo de los factores fijos es de $2.500, cuál será la ganancia por hectárea?.

5. Cuál sería la dosis óptima si el precio de la tonelada de trigo fuera $1.700,oo y la tonelada de superfosfato costara $1.800,oo?.

Anexo 2

RELACIONES FACTOR - FACTOR - PRACTICA

1. Si se tiene una función de producción $Y = X_1^{\frac{1}{2}} X_2^{\frac{1}{2}}$

   y se sabe que $Px_1 = \$ 2$; $Px_2 = \$ 1$; $P_y = \$10$, obtenga:

   a. La ecuación de la línea de combinación de mínimos costos (L C m C)

   b. La ecuación de la línea de igual producción (L I P)

   c. La mejor combinación de X_1 y X_2 para producir 4 unidades

   d. La óptima combinación de X_1 y X_2 (la combinación que determina las máximas ganancias).

   e. La óptima producción.

   f. Las distintas combinaciones de X_1 y X_2 que se pueden usar para obtener la producción que produce las máximas ganancias.

   g. Dibuje la L I P de acuerdo con los resultados obtenidos en f.

2. Calcule cuánto se debe producir para obtener las máximas ganancias si se sabe que:

   $y = 60 + 0,7 X_1 - 0,01 X_1^2 + X_2 - 0,01 X_2^2$

   $Py = \$ 1 =$

   $Px_1 = \$ 0,10$

   $Px_2 = \$ 0,15$

Cambio Estructural y Conflicto de Roles en la Administración Pública del Sector Agrario*

Por

A. Eugene Havens**

El supuesto básico del presente trabajo es que para llegar a un entendimiento profundo de conflicto de roles en la administración pública en latinoamérica tenemos que dejar de estudiar conflictos interpersonales y basar la raíz de los conflictos en la estructura de cada país. No pretendo presentar un análisis profundo de conflicto de roles sino un análisis estructural de la realidad actual en América Latina e insinuar las implicaciones de este análisis para la administración pública.

Para llevar a cabo tal objetivo, debemos estar conscientes de ciertos hechos reales como neo-colonialismo, lucha de clases, y mecanismos de control empleados por la clase dominante para evitar un cambio estructural. Así también, es necesario conocer las implicaciones de las contradicciones en la ideología que guía a la clase dominante para modernizar su economía sin introducir cambios fundamentales en la estructura de poder.

Hay dos puntos básicos del presente trabajo: la raíz del conflicto de roles en la administración pública para el sector agrícola de la economía se basa en la lucha de clases, y el proceso histórico del desarrollo de capitalismo en el hemisferio explica por qué no ha sido mucho el cambio en la administración del sector agrario. Para la elaboración de esos temas necesitamos principiar con lo que implica un cambio estructural.

---

* El presente estudio ha sido en parte patrocinado por una asignación de la Fundación Ford a la Universidad de Wisconsin para estudiar el desarrollo agrario en Latinoamérica.

** Profesor de Sociología de Cambio Económico de la Universidad de Wisconsin. Agradezco mucho los comentarios de Humberto Rojas y Carlos Castillo, los cuales han mejorado el trabajo. Naturalmente, ellos no son responsables de mis fallas teóricas.

Curso de Doctorado y Facultad de Letras en la Administración

Edición del Señor Director

por

A. Bure [illegible]**

[illegible]

[illegible]

[illegible]

I. Cambio Estructural

Para el siguiente análisis es importante aclarar lo que es cambio estructural. Básicamente, cambio estructural es una transformación radical y total de las estructuras institucionales o lo que Muesel llama un nuevo molde del orden social.[1] Por eso, un cambio cualitativo, una descontinuidad o un "salto" en los patrones normales generales de la sociedad se manifiestan con fines nuevos en todas las instituciones.

El motor principal del cambio de estructura se basa en la inter-acción entre el hombre y la naturaleza, en la lucha del hombre por obtener un modo de vida desarrollando constantemente nuevos procesos para controlar la naturaleza y así conseguir un excedente. El conocimiento total ganado por el hombre en su lucha -- herramientas, organización productiva, relaciones de mano de obra y conocimiento científico -- puede llamarse tecnología. La tecnología en este sentido, es el proceso de creación de sí mismo, de que los hombres traten de controlar la naturaleza para sus propios fines y, mientras tanto, crear no tanto uténsilios, pero sí el hombre mismo. La inter-acción con la naturaleza no es solo un proceso económico sino también un proceso social en el que crece el conocimiento común, las costumbres, el lenguaje, las ideas, y la ideología.

La tecnología, así, no tiene impacto solo a nivel económico de la estructura, sino también a nivel político e ideológico. Cada forma de organización tecnológica lleva consigo un juego de instituciones e ideologías complementarias. Además, presente la oportunidad de que nuevos grupos ganen control de las nuevas organizaciones tecnológicas, históricamente, surge el grupo que controla la parte dinámica de la infra-estructura y que consigue excedentes

para su propio beneficio. Como resultado de este control en los medios de producción, la sociedad se divide en diferentes clases sociales según su vinculación con el control. Cuando surge una nueva forma de organización tecnológica, también se presenta la oportunidad para que los nuevos grupos ganen el control de los medios de producción. No necesariamente se gana el control, pero sí existe siempre la lucha por el control.

El obvio que existe en Latinoamerica una lucha de clases, pero, también es obvio que la clase dominante ha sido muy eficaz para no perder el control de los medios de producción. Tenemos que buscar las razones históricas para que ésto haya sido así en el proceso de desarrollo capitalista en el mundo actual.

No hay duda, contando con tiempo suficiente, que los cambios en la organización tecnológica y su clase de lucha correspondiente conducirán a un cambio cualitativo en la estructura. Sin embargo, entre más efectiva y penetrante sea la clase dominante dentro de la sociedad, será más larga la demora para el cambio estructural. Pero, siempre existen contradicciones en la infraestructura y en la ideología de la clase dominante. Estas contradicciones se manifiestan en la política porque la clase dominante ejerce su dominación y la defensa de sus intereses a través del Estado. Es un mito de que el Estado se coloca por encima de las diferencias entre individuos y grupos si el aparato jurídico-político está en manos de una pequeña minoría más o menos unificada.

Por otra parte, la clase dominante no tiene intereses homogéneos.[2] Cada clase se compone de varios sectores que representan intereses diferentes y contradictorios. Por ejemplo, en la clase dominante los intereses de los

terratenientes, los agro-industriales, los comerciantes y los bancarios y financieros no son completamente congruentes. Sin embargo, los varios sectores de la clase dominante son más conscientes de sus intereses de clase que los sectores de la clase explotada. La clase explotada, en la mayoría de los países latinoamericanos, no ha logrado ser una clase para sí. Pero, en la realidad actual hay varios sectores de la clase explotada que están tomando conciencia de su situación de clase, a veces a través de programas y decisiones tomados por la clase dirigente. Tales programas contradictorios y modernizantes puestos en marcha por la clase dominante son la base de los conflictos de roles experimentados por los administradores públicos que deben su posición social y económica a la clase dominante, pero están llevando a cabo programas para dar más poder a los grupos populares. Analizaremos estos conflictos después de describir la estructura económica de la mayoría de los países latinoamericanos.

II. Economías Latinoamericanas y Neo-Colonialismo: Un Modelo de Subdesarrollo

La hipótesis básica es que en la mayoría de los países latinos una clase nacional dominante, estrechamente vinculada con los intereses de capital extranjero, da forma a la economía básica y manipula la superestructura para así mantener su dominio. Con el siguiente modelo se intenta explicar la forma cómo se ha manifestado este dominio en la economía básica y la manipulación de la ideología.

Dos conjuntos claves de atributos son críticos: (1) los patrones de distribución de recursos, y (2) los órdenes institucionales que forman y mantienen estos patrones. El modelo asume que los patrones existentes de distribución de recursos e instituciones asociadas son esencialmente aquellos de una economía neo-colonial. Las dos clases básicas de la economía neo-colonial son: (1) aquellos que controlan los medios de producción y (2) aquellos que están luchando por ese control. Por supuesto que hay sectores de cada clase, tales como aquellos marginales a esta lucha en un momento histórico dado, pero acá solamente trataremos las dos clases sin enumerar los sectores porque varían mucho entre los países latinoamericanos.

Nuestra conceptualización de la economía reconoce la existencia de un modo moderno de producción capitalista conectado a los mercados mundiales de exportación y basado en los bienes de consumo importados y capital para proveer la industria interna. Este sector económico se ha desarrollado como resultado de la inclusión de toda la sociedad en las instituciones y modos de producción capitalistas. Mientras el renglón moderno permanezca formado esencialmente por decisiones exclusivamente designadas para obtener un máximo de utilidad privada, es menos probable que contribuya a la creación de una economía nacional balanceada e integrada dirigida a satisfacer las necesidades de las vastas masas de población.[3]

La razón por la cual tal desarrollo es improbable tiene su explicación en el proceso histórico del crecimiento del sistema capitalista. Básicamente, los países latinoamericanos han experimentado una historia de colonialismo, semi-colonialismo y, ahora, neo-colonialismo. Después de sus "independencias" políticas de España y Portugal, los países latinoamericanos se encontraron con un sistema semi-colonial que no permitió su propio crecimiento

económico. La mayoría de sus riquezas habían sido llevadas a España o Portugal. El sistema de latifundio se caracterizó, más que todo, por el control de las tierras y mano de obra sin mucha acumulación de capital. Las luchas políticas despues de la independencia tienen su razón de ser en cómo desarrollar su propio sistema económico; la lucha más notable fue entre los intereses de los comerciantes defensores del libre cambio y los intereses de los pequeños industriales y artesanos a quienes el proteccionismo les era más conveniente. Mientras tanto, entraron ciertas empresas extranjeras para explotar ciertos recursos naturales o agrícolas en una forma llamada por algunos de enclave. Fue enclave en el sentido de que explotaron recursos humanos y naturales sin tener mucho que ver con la economía nacional en lo que dice relación a mercados o instituciones porque estuvieron orientados siempre hacia mercados internacionales y no nacionales. Por su estrecha vinculación con esta economía de enclave, se fortalece la burguesía nacional dedicada a la exportación de productos agrícolas y compuesta básicamente de terratenientes, comerciantes importadores y exportadores, banqueros y grupos financieros. La burguesía nacional, pues, reformó la estructura interna para adaptarla aún más a las instituciones capitalistas avanzadas.

Alrededor de la crisis económica capitalista de 1930, la mayoría de los países latinoamericanos pasó al neo-colonialismo.[4] Los efectos de la crisis, en términos generales, fueron la baja de ingresos y la imposibilidad de seguir importando bienes de consumo. Surgió la producción de tales bienes internamente, pero al mismo tiempo, bajó la demanda de las materias primas en los mercados internacionales, más que todo en los Estados Unidos. La burguesía

nacional no tenía la capacidad de producir internamente bienes de producción s n cambiar fundamentalmente la organización de los medios de producción. Teniendo en cuenta que cualquier cambio llevaba la posibilidad de perder el control sobre los nuevos medios de producción, la burguesía nacional optó por empatar sus capitales con el capital extranjero, y cayó dentro de un sistema de sumisión y dependencia.[5] Furtado lo explica en la forma siguiente:

> La industrialización latinoamericana tendió a asumir, por consiguiente, la forma de internacionalización de actividades productivas ligadas al mercado interno, lo cual vendría a marcar el desarrollo de la región en su fase actual. Esa industrialización tendría consecuencias de diversa índole: a) debilitaría el proceso formativo de los centros nacionales de decisión; b) limitaría las posibilidades de integrar el sector industrial en expansión con las actividades exportadoras; c) pondría en marcha el proceso de integración multinacional esencialmente fundado en la articulación de decisiones al nivel de las grandes empresas extranjeras que se instalaran en la región.[6]

Cabe preguntar por qué la burguesía nacional se puso en una posición dependiente. Bien sabemos que la dependencia esencialmente es explotación del grupo dominante sobre el grupo dependiente. Pero la realidad no es tan simple. Hay grupos dependientes que son al mismo tiempo grupos dominantes. En esta situación, la burguesía nacional puede traspasar parte de la explotación por parte de los capitalistas internacionales al sector obrero industrial y crear un ejército de reserva en el sector agrícola. Es decir, en los países latinoamericanos existe dependencia externa e interna a la vez.[7] En otras palabras, el sistema existente interno hoy día se caracteriza por su vinculación al monopolio de los bienes de producción por las compañías multinacionales. Tales condiciones económicas están reforzadas y sustentadas por una cultura e ideología controladas por un pequeño grupo hegemónico interno y los sectores que lo apoyan. Analizaremos primero la distribución de recursos e instituciones

bajo el control de la clase dominante nacional y sus vinculaciones con el monopolio internacional. Después, presentaremos la forma cómo funciona en la clase explotada.

1. La Clase Dominante

Usualmente, la clase dominante se compone de terratenientes, banqueros, empresarios industriales, comerciantes, grupos financieros, y altos burócratas del Estado. Estos sectores de los grupos dominantes mutuamente realzan sus intereses. Aprovechan su posición en la expansiva economía monetaria asociada con el desarrollo industrial para acumular la mayoría de la plus valía invertible dejada en el país; el resultado es una concentración de la riqueza en manos de unos pocos y una distribución de ingreso altamente desequilibrada.[8] Estos grupos han sido históricamente una fuerza mayor en los gobiernos nacionales[9], proporcionando ayuda política para la penetración de la corporación multinacional en la que han participado desde el principio. Como resultado, la estructura completa institucional del gobierno -- desde los departamentos administrativos hasta los sistemas financieros y monetarios -- han tendido históricamente a formarse ante todo para facilitar la operación de grandes firmas extranjeras y los intereses locales asociados. Este proceso ha dado cierta forma a la distribución de recursos.

a) Patrones de distribución de recursos: Los renglones económicos bajo el control de la clase dominante se caracterizan por: (1) producción frecuentemente eficiente y de intensa utilización de capital y explotación de unas pocas materias primas o semi-procesadas para el procesamiento en las fábricas de los países industrialmente desarrollados; y (2) importación de equipo de capital manufacturado, bienes de consumo y aún productos alimenticios, todo esto adquirido con una significativa porción de las divisas adquiridas.[10]

Una porción mayor de los recursos más productivos de la economía -- particularmente capital físico y humano -- son empleados para extraer los principales recursos naturales conocidos en la nación -- mineral y/o agrícola -- para transportar al extranjero, principalmente en crudo. La expansión de este sector de exportación se determina primeramente por: (1) el crecimiento de una demanda efectiva en el extranjero de este rango limitado de exportaciones; y (2) las decisiones sobre producción y mercado de las corporaciones internacionales.

En algunos países el sector industrial ha crecido mucho (Brasil, Argentina y Chile) mientras que en otros es relativamente pequeño, limitado al procesamiento inicial de las exportaciones y/o al ensamble de las importaciones, predominantemente para el pequeño grupo de altos ingresos asociado con la actividad exportadora. Unos pocos artículos de consumo tales como textiles pueden producirse localmente, pero en casi todos los casos los materiales y repuestos para estas industrias usualmente son importados, como es casi todo el capital y equipo de todo el sector industrial. Esta fé industrial en la importación de artículos y maquinaria deja la balanza del sector monetario de la economía esencialmente dependiente de la venta de unas pocas exportaciones con el fin de ganar las divisas necesarias, y además aumenta la dependencia, ya que la tecnología importada no está conectada con las necesidades nacionales sino más bien con los requisitos internacionales.

b) Instituciones: Algunas pocas poderosas firmas privadas orientadas hacia el exterior y esencialmente monopolistas en asociación con los intereses financieros de seguros y transportes, dominan el sector moderno. Algunas veces estas firmas por medio de mercados extranjeros asociados y firmas de procesamiento afiliadas producen directamente materias primas para

exportación (es el caso típico de la exportación de minerales, y frecuentemente el caso de exportaciones agrícolas); en estos casos, la economía nacional depende directamente de sus decisiones en cuanto a la utilidad en ventas de la limitada línea de exportaciones que ellos controlan.[11] Algunas veces las firmas extranjeras compran la materia prima o semi-procesada de productores locales, como es también el caso de un vasto número de cosechas agrícolas. Usualmente, los intereses extranjeros controlan las mayores firmas exportadoras y con frecuencia están vinculados a fabricantes extranjeros y así sus decisiones determinadas por sus propios beneficios resultan de la compra y venta de exportaciones de la nación y lo cual determina el estado de la economía nacional.[12]

Sea que produzcan o compren materias primas para exportación, los intereses extranjeros tienden a maximizar las ganancias de la corporación como un todo, manteniendo, cuando es posible, los costos y los impuestos locales relativamente bajos, mientras que establecen altos precios para sus artículos procesados.[13] Estas firmas y sus asociados en finanzas, comunicación y comercio trasladan fuera del país para sus accionistas a su propio país una porción mayor de utilidades, ya sea directamente como ganancias, intereses, patentes, regalías, o indirectamente con la manipulación de precios de exportación e importación.

El sector de exportación incluye parte de la empresa agrícola. Tradicionalmente, los grandes terrenos de tierra fueron mantenidos en la clásica hacienda en la que los propietarios gozaban de lujos que adquirían con el trabajo de gran número de trabajadores atados. Las disposiciones de hacienda típica hoy día se encuentran menos frecuentemente en latinoamerica. Más bien, grandes unidades de tierra altamente capitalizadas y mecanizadas están en

proceso de reemplazar los modos extensivos de producción empleados en la hacienda. Los obreros que anteriormente servían al hacendado son ahora campesinos sin tierra, propietarios de empresas relativamente pequeñas o frecuentemente de subsistencia, sin empleo o habitantes urbanos desempleados o subempleados.[14]

La estructura agrícola latifundista se especializa frecuentemente en la producción de productos para exportación. Los limitados intereses locales manufactureros y comerciales, vinculados a la agricultura, frecuentemente ligados a los oligopolios extranjeros mediante la financiación, si no por lazos directos, persiguen políticas esencialmente dominadas por los consorcios internacionales de intereses.

2. La Clase Explotada

Usualmente la clase explotada se compone de pequeños agricultores, artesanos, tenderos, campesinos sin tierra, arrendatarios, y trabajadores industriales y de servicio. Esta clase está más caracterizada por intereses de sectores en vez de intereses de clase; hay muy poca conciencia de clase. En la mayoría de los países, una gran parte de la clase explotada se encuentra en la zona rural. Empecemos con la distribución de recursos en este sector y después en la urbana.

1. El patrón de distribución de recursos: Como se dijo antes, una gran parte de esta población restante vive y trabaja en una economía predominantemente agraria caracterizada por una relativa baja productividad basada en sencillas técnicas productivas de subsistencia. Existe un comercio local de la producción, el cual puede aún extenderse más allá de las fronteras nacionales, pero la mayoría de la población está aislada de muchos beneficios gozados por el sector interno dominante y sus afiliados internacionales, a la vez que satisface una buena parte de sus necesidades como también produce una

plus valía limitada, extraída por los latifundistas y comerciantes. Una importante contribución del "hinterland" es en la mano de obra migrante no calificada, de trabajadores que desean laborar por jornales que escasamente les alcanza para su subsistencia. La corriente constante de migrantes a la ciudad en busca de empleo en el sector servicios o en fábricas, refleja, en parte, el deseo de tener algunas pocas comodidades de la vida moderna, pero en un creciente número de casos puede reflejar la incapacidad de los procesos de producción agrícola, aún para mantener los niveles tradicionales de vida en vista de la creciente presión demográfica.[15] Los migrantes acrecientan el número de desempleados que se amontonan en escuálidos tugurios que rodean a todas las grandes ciudade latinoamericanas. En una proporción mínima el "hinterland" también provee un mercado para bienes de consumo baratos, como textiles, pero tal mercado está limitado por el bajo ingreso de las masas de la población rural. Finalmente, este sector proporciona bienes alimenticios para las áreas urbanas, y a través de los grupos de terratenientes y comerciantes, un poco de capital para su inversión en el sector modernizante, especialmente en las inversiones de bajo riesgo, en contra de la inflación, como es la propiedad raíz y la especulación con el arriendo de casas.

Tomando en cuenta la distribución de recursos que controla la clase dominante, anotamos que el sector de trabajadores industriales es relativamente reducido debido a la alta tasa de mecanización en la industria. Las industrias con un crecimiento más rápido y dinámico son aquellas con un nivel técnico más avanzado y una mayor concentración de capital. Naturalmente, tal concentración de la producción hizo perder peso a la producción artesanal, la cual aunque numéricamente retiene el mayor número de trabajadores del sector secundario sin embargo, representa cada vez una proporción menor del producto de dicho sector.[16] También los artesanos van convirtiéndose en trabajadores asalariados usualmente en el sector de servicios.

b) Instituciones: Las principales instituciones en las áreas agrícolas han cambiado su carácter de hacienda, con el patrón dirigiendo sus peones al complejo latifundio -- minifundio donde el latifundista emplea un semi-proletariado rural que tiene pequeñas parcelas. Mientras que las relaciones del patrón y del minifundista se pueden haber incrementado para incluir la compra y la venta de mano de obra, permanece el histórico contraste de los ricos que controlan el proceso productivo.

Un resultado de esas estructuras es una sociedad en la cual las reglas de trabajo refuerzan la repetición de antiguas formas de producción, a pesar de los requerimientos de las presiones del crecimiento de la población y de los crecientes deseos de los campesinos de usufructuar algunos de los beneficios potenciales de la vida del siglo XX; en este sentido el sector agrícola de la economía es cada vez menos capaz de proveer aún una subsistencia mínima. Al mismo tiempo, la expansión del sector económico industrial parece proveer una forma alternativa de empleo, atrayendo miles de campesinos no calificados a los tugurios urbanos en busca de empleos que no existen. La inadecuación de los métodos tradicionales de producción contribuyen a la creciente característica de deterioro de la economía nacional.

Esta discusión no quiere decir que no ha habido cambios en las técnicas productivas en la agricultura tradicional. Algunos cambios han ocurrido, tales como la apertura de nuevas tierras para colonización, la provisión de crédito supervisado, la adopción de variedades nuevas de semillas y de cosechas, e inversiones mínimas para programas educativos.[17] El punto importante es que estos cambios han tenido relativamente poco impacto en la creación de nuevas oportunidades de empleo[18], o aún en aumentar la oferta y la distribución

de nuevas, o mayores cantidades de productos alimenticios. En vez de esto, ellos están reforzando la dominación de la economía nacional por los intereses multinacionales externamente dependientes.

Al lado de los trabajadores agrícolas, pequeños propietarios, y campesinos sin tierra están los trabajadores industriales. Este proletariado industrial, especialmente el de las industrias grandes, ha sido sindicalizado en parte bajo el estímulo de la burguesía nacional para captarlos y asegurar tanto el apoyo político como el control del movimiento obrero. Con mucha frecuencia los obreros sindicalizados se han aliado a la burguesía nacional. A pesar de ser explotados, los obreros industriales han sido recompensados con ingresos salariales que son altos cuando se les compara con los que recibe la mayor parte de la población, y con beneficios de seguridad social, de los cuales no disfrutan mayormente el resto de los trabajadores.

Pero en las ciudades hay cada día más gente subempleada o abiertamente desempleada. Esa gente viene del campo debido a la mecanización de las fincas o de los artesanos que no han sido capaces de competir con las grandes industrias que producen bienes de consumo para el mercado nacional, particularmente en productos como zapatos, ropa y muebles.[19] Debido a la falta de empleo en la industria ellos van en búsqueda de trabajo en el sector de servicios. Pero no encuentran trabajo fijo y son gentes de actitudes favorables hacia movimientos populares. Por eso, la clase dominante trata de manipular la ideología de dichas personas.

III. Mecanismos de Control

Muchos de los teóricos escriben sobre el proceso de modernización y dan gran énfasis a la necesidad de ser objetivos. Esta posición los ha llevado a creer que los valores residen fuera del ámbito de la ciencia, y que por lo tanto, no se pueden manipular. Las clases dominantes de la mayoría de las sociedades no cometen este error. Claramente, la ideología es parte de la estructura de una sociedad. Por lo tanto, si uno habla de desarrollo como equivalente a cambio estructural, debe simultáneamente considerar cambios en la ideología. Cuando la ideología se deja fuera de las teorías de cambio, tales teorías son muy útiles para las clases dominantes. La ideología es esencialmente una codificación de normas y valores. A medida que las condiciones económicas cambian y que la conciencia de las consecuencias sociales de estas condiciones sociales cambian, la ideología debe cambiar. Si las relaciones económicas se caracterizan por la explotación de una clase para el beneficio de otra, como es el caso en la mayoría de los países latinoamericanos, entonces, debe ser claramente entendido que estas relaciones económicas son mantenidas por un grupo de órdenes institucionales. Por órdenes institucionales se entiende un grupo de patrones normativos que han emergido en relación a un grupo particular de intereses. Por ejemplo, un impuesto puede ser visto como un orden institucional particular tan pronto como ha emergido un grupo de normas tanto para el pago como para la evasión del pago.

Los valores exaltan los fines. Se refieren a lo que debe ser. Las normas se refieren a los patrones de comportamiento reales que deben permitir la obtención de los fines ensalzados. Si las metas de que se tratan, sirven para explotar y los valores de la sociedad mantienen estas metas y los patrones

de conducta permiten la obtención de estas metas, entonces ellos deben cambiarse. Tal cambio es un cambio de ideología. Si la ideología no cambia, entonces no es ideología, es dogma. Es como la religión. Si las normas y valores de una sociedad pueden definirse como "buenos" o "intocables", entonces, la clase dominante tiene muy poco que temer en referencia a cambios estructurales básicos. Una afirmación tal es axiomática si se ha incluido a las normas y a los valores en la definición de estructura. Por lo tanto, las clases dominantes intentan definir la ideología como estática y buscan maneras de asegurar que los fines de la modernización económica no sean cuestionados.[20] Parece existir tres diferentes formas empleadas por la clase dominante en su intento de mantener la ideología como un fenómeno estático.

1. Una de las técnicas más frecuentemente empleadas y más insidiosas para evadir la recodificación de normas y valores es la manipulación de símbolos. Los sistemas de comunicación de masas, el sistema educativo, los programas de extensión, la iglesia, todos los cuales podrían ser fuente de nuevos valores, son estrechamente controlados.[21] Por lo tanto, la clase dominante puede perpetuar el mito de la bondad de las metas que ellos persiguen. Una reforma en pequeña escala, que mejore un poco la situación es presentada como un paso hacia la meta de la igualdad. Tal manipulación de símbolos enmascara el hecho de que la mayoría de las reformas dentro de los órganos estructurales vigentes permiten una mayor concentración de los recursos económicos y una más sofisticada forma de explotación. Un ejemplo de esta efectividad puede encontrarse en los sindicatos de trabajadores de los Estados Unidos. Durante los últimos años los sindicatos han tenido mucho éxito en la obtención de aumentos de salarios. Sin embargo, sus ingresos reales han declinado.

El costo de los bienes de consumo y servicios que ellos compran ha subido mucho más rápidamente que sus salarios. Sin embargo, los sindicatos han tendido a estar en favor de la guerra del Vietnam y no alcanzan a verla como una parte de la tendencia expansionista del capitalismo monopolista. Sin embargo, ellos no alcanzan a ver que esta tendencia hacia la expansión afecta negativamente la calidad de su vida. Un primer ejemplo es que la clase trabajadora de los Estados Unidos proporciona la gran mayoría de los soldados que conducen la pelea real para los capitalistas.[22] Ejemplos similares pueden citarse para la América Latina.[23] El control de las principales fuentes de información y socialización es una forma muy efectiva para exaltar el status quo y perpetuar mitos culturales.

No es sorprendente, entonces, que los países de capitalismo avanzado hayan dado créditos para educación, comunicación de masas, y extensión. Esto ayuda a conservar a la clase dominante nacional en el poder y por lo tanto asegura sus mercados de recursos naturales. Más aún, el capitalismo monopolista hace grandes inversiones en periódicos y revistas, bien a través de la propiedad directa o a través de propaganda. De esta manera, ellos pueden ejercer control en el contenido de la información que se distribuye masivamente.

2. La clase dirigente no es un grupo completamente cerrado ni son sus intereses homogéneos. De otro lado, sus intereses coinciden suficientemente como para permitir un cierto cómodo y circunscrito conflicto. Los conflictos internos ocurren y son frecuentemente respondidos agriamente, pero en tiempos de amenanza externa, la clase dirigente tiende a sacrificar algunas ganancias personales para mantenerse en el poder. Como indicó Marx, "entre más

capaz es una clase dirigente de absorber a los mejores hombres de la clase oprimida, más solido y peligroso es su predominio".[24] Por lo tanto, una de las técnicas frecuentemente empleadas para evitar la introducción de nuevos valores y normas es la captación. Si emergen algunos individuos o grupos que defienden la necesidad de cambio estructural, son frecuentemente incluidos dentro de la clase dirigente. Su inclusión puede significar ciertos cambios a pequeña escala en la conducta de la clase dirigente en un largo período de tiempo, pero usualmente el miembro captado es efectivamente silenciado.

Mientras que la clase dominante es fluída hasta permitir la admisión de nuevos miembros cuando es conveniente para sus intereses, la clase explotada es dispar y descoordinada. La clase explotada no se caracteriza por una articulación de intereses.

Esto quiere decir, en el nivel normativo e ideológico de la estructura social como se conoce hoy día, que no hay articulación de la conciencia de clase que es la transformación de intereses de clase objetivos en conciencia subjetiva, fines formulados de acción organizada. Los grupos dependientes no están unidos ni están caracterizados por una acción consciente hacia los fines formulados. Tal desarrollo depende de la emergencia de los individuos o grupos que destrozan los mitos culturales codificados en la ideología existente. Si tales individuos o grupos emergen, el primer intento es usualmente hacia la captación. Si la captación no tiene éxito, la tercera técnica para preservar la estructura va hacia la acción.

3. La tercera técnica para preservar los órdenes estructurales que existen es la represión. Si la captación falla, entonces los encarcelamientos políticos y/o matanzas son formas efectivas para eliminar la fuente potencial de nuevos valores. La represión es relativamente simple para los sectores dominantes ya que ellos controlan las formas "legítimas" de represión -- las fuerzas militares y de policia. Más aún, la destreza y equipo de estas fuerzas son frecuentemente proporcionadas por los intereses capitalistas extranjeros. A excepción de momentos de crisis extrema, el uso de la represión se guarda generalmente en secreto. Esto se puede efectuar fácilmente por los canales de medios masivos ya que hoy también éstos están controlados por la clase dominante. Sin embargo, los canales de comunicación informal, frecuentemente trasmiten historias de esta represión. En algunos casos, la represión es abiertamente publicada con el fin de desarrollar una sicología de temor.

A no ser que la crisis sea extrema, la mayoría de los grupos dominantes intentarán mantener la represión a un bajo nivel. Es difícil perpetuar los mitos de libertad de pensamiento, libertad de acción y libertad de crítica a la vista de matanzas y torturas. Así, el uso de represión abierta es frecuentemente una espada de doble filo. Puede ser efectiva, a corto plazo, para evitar el cambio estructural, pero también tiende a polarizar la sociedad. Bajo ciertas circunstancias, esta polarización puede conducir al mismo tiempo al cambio estructural, que la clase dominante estaba tratando de evitar.

Si debe de haber un cambio estructural básico, debe de haber también un cambio de ideología. Claramente, los cambios fundamentales deben ocurrir en la infraestructura. Pero los grupos actuales que controlan las relaciones de

infraestructura no harán esos cambios; no están interesados en hacerlos. Así, el cambio económico básico es un resultado de cierta acción social. Esencialmente, debe surgir una clase que sea capaz de ganar el control de la economía con el fin de reorientar las relaciones económicas de tal forma que la plus valía económica generada pueda ser redistribuida para beneficio de las necesidades y derechos de las vastas masas.

IV. Implicaciones para la Administración Pública

Frecuentemente se define modernización como un proceso que consiste en la adopción de cambios en los patrones de consumo, comportamiento, instituciones e ideas características de los países más avanzados. Esta definición oscurece el factor básico de que la mayoría de las economías latinoamericanas son dependientes externamente. Como se indicó en la primera parte de este artículo, la condición de subdesarrollo se debe principalmente al desarrollo histórico del capitalismo en todo el mundo. Así, los cambios económicos dentro de la economía nacional dependiente externamente, son usualmente designados para mantener la dependencia externa hasta donde esa dependencia sea favorable entre la clase dominante nacional. Así, los cambios modernizantes usualmente evitan atacar el punto estructural central que constituye el neo-colonialismo. La estructura institucional que existe se ha desarrollado alrededor de estas relaciones económicas debido a sus características inherentes que: (1) tenderán a perpetuar y extender el carácter dependiente de sus economías, confiándolas a mercados de exportación de los principales artículos, y por decisión extranjera; y (2) evitarán hacer esfuerzos para aumentar la productividad en el marco de una economía nacional balanceada e integrada capaz de mejorar el nivel de vida de las vastas masas de población.

Una estrategía modernizante usualmente cuenta con los mercados existentes e instituciones creadas dentro del marco de la economía dependiente y, por lo tanto, es incapaz de lograr la redistribución de los recursos requeridos para aumentar los niveles de vida de la mayoría de la población. Si se permite que las fuerzas de mercado y las instituciones existentes tomen importantes decisiones sobre inversión, el plan físico propuesto de redistribución de recursos no podrá ser implantado en la forma deseada para lograr los fines de desarrollo. La incontrolada empresa privada que busca maximizar las ganancias actuales predeciblemente invertirá en una forma tal que extenderá la dependencia externa en vez de contribuir a la redistribución de recursos.

Sin embargo, en el proceso de revolucionar los medios de producción para conseguir el control de más excedentes, surgen nuevos grupos que no son de fácil represión. A veces, el gobierno nacional que está bajo el control de la clase dominante permite la formación de grupos de presión para participar en los canales de información supuestamente con el fin de ampliar el conocimiento antes de tomar decisiones. Puedo citar los ejemplos de INDAP en Chile y la Organización Campesina de Colombia. Aparentemente la idea fue dar ciertas concesiones a ciertos sectores menos favorecidos en el proceso de modernización para controlar su comportamiento y captar su apoyo político. Afortunadamente las organizaciones tienen la tendencia de crear sus propios dinamismos. En el caso chileno, los nuevos grupos establecidos por el Presidente Frei votaron por Allende. En Colombia, los usuarios están tomando su propia conciencia sin preocuparse por el hecho de que fueron formados por el Gobierno del Frente Nacional.

Bajo todas estas contradicciones del modernismo, la administración pública se ha visto envuelta en conflictos dentro de la clase dominante que surgen alrededor de programas ideológicos un tanto opuestos. Por ejemplo, en el caso colombiano, los gobiernos de Alberto Lleras Camargo y Guillermo León Valencia trataron, más que todo, de consolidar y unificar la clase dominante bajo el programa del Frente Nacional por medio de programas políticos sin preocuparse mucho por la expansión interna de los medios de producción. En cambio, durante el gobierno de Carlos Lleras Restrepo, ante el aparente fracaso de los programas políticos, el énfasis principal en su programa de Transformación Nacional consistió en tocar directamente la estructura económica para aumentar el mercado interno a través de un intento de redistribución de recursos en el sector agrario. Actualmente, el gobierno de Misael Pastrana y su programa del Frente Social es orientado hacia una re-consolidación de la clase dominante por acciones políticas disfrazadas de economicismo debido a los conflictos que surgieron cuando Lleras Restrepo tocó la base-- la economía. Un administrador público reclutado por Lleras de acuerdo con la idea de reformar la estructura económica no encuentra ninguna posibilidad de realización de dichos fines bajo el gobierno actual. Las alternativas son renunciar, seguir luchando por un cambio, aunque sea modernizante, y perder su puesto, o cambiar su acción para conformar con la llamada síntesis nueva en la ideología de la clase dominante.[25]

Para indicar un poco más precisamente el conflicto de roles en la administración pública del sector agrario vamos a tomar la situación colombiana como un estudio de caso. Supongamos que las circunstancias estructurales descritas aquí son representativas, en términos generales, de la economía política colombiana. Entonces, podemos decir que el gobierno y, por eso, la administración

pública está bajo el control de la clase dominante. El gobierno más notable por su intento de modernizar al sector económico agrario ha sido el de Carlos Lleras Restrepo, Presidente de 1966 a 1970. Lo más notable de su presidencia fue la movilización de un grupo de técnicos jóvenes para planificar y administrar un programa desarrollista para la economía colombiana. Naturalmente, dicho programa une elementos tradicionales y modernos. Como dice Castillo, "La primera gran contradicción de su campaña, y aún de su gobierno, ha sido la necesidad de mantener la ambigüedad de necesidad-oposición con los grupos tradicionales".[26] Pero su plan para la modernización de la agricultura, si hubiera sido puesta en marcha, tenía que chocar directamente con los intereses tradicionales de su propia clase dominante.

Cómo era su plan? Su política agraria se basaba en cuatro grandes puntos con varios sub-temas:

A. Aumento de la producción, mejoramiento de la productividad de los bienes agropecuarios destinados al consumo interno, substitución de importaciones y fomento de exportaciones.

1. El mejoramiento del ingreso agrícola que permitiera un mayor consumo de bienes y servicios.

2. La canalización de la producción interna y de los excedentes económicamente exportables (reducción de costos de producción), para contribuir en mayor grado a la generación de divisas y al intercambio mundial.

3. El auto abastecimiento de materias primas agropecuarias y la sustitución de importaciones.

B. Aumento de la capacidad de empleo y generación de ingresos.

1. A corto plazo este objetivo pretendía disminuir la tasa progresiva de la migración del campo a la ciudad y aumentar la capacidad de empleo y los ingresos, principalmente de los pequeños agricultores.

2. A largo plazo, y en la medida que lo permitiera el dinamismo de otros sectores de la economía, buscaba incorporar al proceso productivo la población creciente del sector agropecuario.

C. Distribución más equitativa del ingreso y de los recursos productivos.

1. Este objetivo estaba acompañado por la necesidad de producir cambios en la estructura social y su organización a corto y mediano plazo, para lograr una distribución más equitativa de los recursos limitados que tiene el país en cuanto a tierras, crédito, aguas y otros.

2. A corto plazo persigue la especialización de los servicios públicos agropecuarios dentro de objetivos sociales y económicos concretos, canalizados preferentemente hacia el pequeño productor.

D. Mejoramiento de la comercialización y abastecimiento urbano.[27]

Tales objetivos no fueron muy bien recibidos por algunos sectores de la clase dominante. En primer lugar, para aumentar el mercado interno había que aumentar la demanda efectiva interna. Para lograr esto, el programa de Lleras necesitaba una redistribución de tierras, crédito e ingresos. Pero tal redistribución atacaría directamente los intereses de varios sectores sociales de la clase dominante. Por eso, mientras el Gobierno del Presidente Lleras estaba elaborando planes y reclutando administradores públicos para efectuar los planes se tuvo que comprometer a respetar los intereses de la

clase tradicional dominante. Quién iba a estar en conflicto. Los administradores de las organizaciones públicas.

El gobierno de Lleras revitalizó varias organizaciones públicas ya existentes y creó algunas nuevas. Por ejemplo, dió nueva vida al Instituto Colombiano de Reforma Agraria (INCORA) al Instituto Colombiano Agropecuario (ICA), y a la Caja de Crédito Agrario, Industrial y Minero. Creó el Instituto de Desarrollo de los Recursos Naturales (IDERENA) y el Instituto de Mercadeo Agropecuario (IDEMA). Estas instituciones públicas tenían como objetivo el lograr los fines antes señalados.

El gobierno de Lleras terminó antes de que las contradicciones en sus planes desarrollistas tuvieran su lógico desenlance. Naturalmente sus planes tenían que quedarse cortos en sus realizaciones o cambiar fundamentalmente sus vinculaciones con los intereses de la clase dominante actual y necesariamente contribuir a crear una nueva clase dominante. Es evidente que el Presidente Lleras fué consciente de esta necesidad porque hay indicaciones que la creación de la Organización Campesina tenía el objetivo de crear una nueva base de poder para el mismo Lleras. Es poco probable que el Presidente Lleras hubiera sido capaz de romper con la clase dominante actual y mantenerse en el poder, dadas las vinculaciones de la burguesía nacional con los jefes militares y con los intereses de los inversionistas extranjeros antes señalados.

De todos modos, bien sabemos lo que ha pasado últimamente. Bajo el Presidente Lleras, el Incora empezó 19,287 procesos legales para adquisición de tierra, de los cuales 1,119 han culminado, casí 90 por ciento por compra y no expropiación. Las cortes casi siempre rechazaron las expropiaciones cuando

hubo apelación de parte de los terratenientes. Pero, el Incora insistió en seguir el objetivo de redistribuir la tierra hasta que el Presidente Pastrana posesionado en 1970, exigió la renuncia al gerente del Incora bajo la sospecha de dar apoyo a los invasores de tierra. La Caja Agraria ha vuelto a seguir la política de dar la mayoría de sus préstamos a los grandes terratenientes y financiarles, así, sus intentos de mecanización.[28] El gobierno suspendió el apoyo financiero a la publicación de la Organización Campesina (Carta Campesina) porque era "subversiva". Afortunadamente el periódico sigue y al gozar de mayor independencia ha dejado de ser un instrumento de manipulación. El Director de Acción Comunal fue despachado por ser subversivo en sus acciones por organizar seminarios sobre toma de conciencia junto con la Organización Campesina.

Obviamente, un administrador público va a enfrentar conflictos de roles si empieza a tomar conciencia por si mismo y dar apoyo a la clase popular. Debe estar dispuesto a perder su puesto si actua en favor de los explotados y a perder su vida política definida por la clase dominante.

Se han esbozado algunas contradicciones en que ha incurrido la clase dominante (se citó el ejemplo de Colombia pero se puede esperar que casos parecidos estén sucediendo en otros países latinoamericanos) al tratar de establecer políticas modernizantes de corte desarrollista. En estas contradicciones se ven envueltos necesariamente los administradores públicos ya que ellos son los directos ejecutores de tales políticas, y posiblemente tales contradicciones se agudizarán ya que uno de los efectos no deseados por

la clase dominante fue el despertar de la clase explotada, la cual día a día aumenta su presión y exige de las agencias de administración pública el cumplimiento de los ofrecimientos hechos. A la vez, sectores de la clase dominante todavía ven tales agencias como instrumentos de su dominación, y en consecuencia, esperan de los administradores públicos el que sean sus obsecuentes servidores. Estos se verán cada vez más entre dos fuegos y la definición de su role será cada vez más conflictiva. A cuál de los dos tipos de presión responderán, depende de una serie de factores pero sólo la historia dirá si la selección hecha fue la correcta.

Referencias

1 Alfred Meusel, "Revolution and Counter-Revolution", Encyclopedia of the Social Sciences, Vol. 1 (New York: MacMillan, 1942), p. 367.

2 Ver por ejemplo, Carlos Castillo C., "Elite y Desarrollo en Colombia", en Rodrigo Parra (ed.) La Dependencia Externa y el Desarrollo Político de Colombia (Bogotá: Universidad Nacional, 1970), pp. 129-154.

3 Jacques Lambert, América Latina: Estructuras Sociales e Instituciones Políticas (Barcelona Ediciones Ariel, 1964). Ver discusión en Rudolfo Stavenhagen en James Patras y Maurice Zeitlin, Latin America: Reform or Revolution (New York: Fawcett Press, 1968) y A. Eugene Havens y William L. Flinn, Internal Colonialism and Structural Change in Colombia (New York: Praeger, 1970). Vea también W. A. Lewis, "Economic Development with Unlimited Supplies of Labor", Manchester School of Economics and Social Studies, Vol. 22 (Mayo 1954), pp. 189-191.

4 Ese breve repaso es muy simplistico por falta de tiempo para elaborar todo el tema, pero creo que el hecho de neo-colonialismo es bastante conocido en América Latina.

5 No existe la posibilidad en este trabajo de ampliar el tema de dependencia. Afortunadamente, existen varios estudios excelentes sobre el tema, entre los que citamos los siguientes: Mario Arrubla, Estudios sobre el Subdesarrollo Colombiano (Bogotá: Oveja Negra, 1968); Theotonio dos Santos, Lucha de Clases y Dependencia en América Latina (Bogotá: Oveja Negra, 1970); Piere Jalée, Imperialismo en 1970 (México: Siglo XXI, 1970); Luis Viole, "Latin America: Feudal or Capitalistic", en James Petra y Maurice Zeitlin, eds., Latin America: Reform or Revolution (New York: Fawcett, 1969); Octavio Ianni, Imperialismo y Cultura en la Violencia Latinoamericana (México: Siglo XXI, 1969); y Celso Furtado, Subdesarrollo y Estancamiento en América Latina (Buenos Aires: Universitaria de Buenos Aires, 1966).

6 Furtado, op. cit., p. 99.

7 A veces hay una confusión entre dependencia interna y colonialismo interno. Prefiero reservar para colonialismo interno el hecho que dentro de un solo país existe explotación de una raza por otra, y por dependencia interna la explotación de una clase por otra clase. En algunos países como México, Bolivia y Perú, colonialismo puede ser muy importante aún todavía. De todos modos los dos conceptos básicamente se refieren a la explotación de un grupo por otro.

8 Economic Commission for Latin America, Income Distribution in Latin America (1967).

9 A. O. Hirschman, "The Political Economy of Import Substituting Industrialization in Latin America", The Quarterly Journal of Economics (February, 1968); y Stanley J. Stein y Barbara Stein, The Colonial Heritage of Latin America: Essays on Economic Dependence in Perspective (Oxford University Press, 1970).

10 Naciones Unidas, CEPAL, El Desarrollo Industrial de Colombia (Santiago: CEPAL, 1966).

11 Theotonio dos Santos en James Petras y Maurice Zeitlin (eds.) Latin America: Reform or Revolution (New York: Fawcett Press, 1968); Paul Baran y Paul Sweezy, Monopoly Capital (New York: Monthly Review Press, 1966); Andre Gunder Frank, Capitalism and Underdevelopment in Latin America (New York: Monthly Review Press, 1967); Susanne Bodenheimer, "Dependency and Imperialism: The Roots of Latin American Underdevelopment", NACLA (Vol. IV, No. 3, Junio 1970); Keith Griffin, Underdevelopment in Spanish America (New York, 1969).

12 Moody's Industrials (1969).

13 Ver discusión de cobre en Metal Statistics 1969: The Purchasing Guide of the Metal Industry, p. 137; y Annual Reports (1969) en Anaconda, Chile Copper Company, y Andes Copper Mining Company.

14 Solon Barraclough y Arthur Domike, "Agrarian Structure in Seven Latin American Countries", Land Economics 42, No. 4 (Noviembre 1966), pp. 391-424, y M. J. Sternberg, "Agrarian Reform and Employment, with Special Reference to Latin America", International Labour Review 95, Nos. 1-2 (Enero-Febrero 1967), pp. 1-26; y T. Paul Schultz, Population Growth and Internal Migration in Colombia, preparado por la Agency for International Development (Santa Monica, California: The Rand Corporation, 1969).

15 Lauchlin Currie, Accelerating Development: The Necessity and the Means (New York: McGraw-Hill Book Company, 1966).

16 Facultad de Ciencias Humanas, Departamento de Sociología, Estructura de Clases en Colombia: Parte I (Bogotá: Universidad Nacional, 1971), p. 88.

17 Por ejemplo ver, L. Jay Atkinson, Changes in Agricultural Production and Technology in Colombia, ERS Foreign Economic Report No. 52 (Washington, D.C.: U.S. Department of Agriculture, Junio 1969).

18 William C. Thiesenhusen, "Population Growth and Agricultural Employment in Latin America, with some U.S. Comparisons", American Journal of Agricultural Economics 51, No. 4 (Noviembre 1969), pp. 735-752. Solon Barraclough ha indicado que "The creation of new manufacturing jobs through rapid industrialization is surprinsingly slight. From 1950 to 1965 manufacturing output in Latin America is estimated to have increased by 140 percent, while manufacturing employment grew by only 45 percent -- an output -- employment ratio of more than 3:1." Citado de "Employment Problems Affecting Latin American Agricultural Development", FAO Monthly Bulletin of Agricultural Economics and Statistics 18, No. 7/8 (Julio-Agosto 1969), pp. 1-9.

19 Meir Merkav, Technological Dependence, Monopoly and Growth (New York: Pergamon Press, 1969).

20 Para una más completa descripción de esta discusión vea Paulo Freire, La Educación como Práctica de la Libertad (Santiago, Chile: ICIRA, 1969).

21 Para un trato excelente de cómo los programas de extensión trabajan, vea Paulo Freire, Extensión o Comunicación (Santiago, Chile: ICIRA, 1969). Ver también, Armand Mattelart y otros, La Ideología de la Dominación en una Sociedad Dependiente (Buenos Aires: Ediciones Signos, 1970).

22 Maurice Zeitlin, American Society, Inc. (Chicago: Markham, 1970).

23 Havens y Flinn, op. cit., Chapter I.

24 Carl Marx, Das Capital: Voluma III (Berlin: New Edition, 1953), p. 649.

25 Para más detalles de este proceso de unificación de la clase dominante en Colombia, ver Facultad de Ciencias Humanas, op. cit.

26 Carlos Castillo C., pp. cit., p. 145.

27 Memoria, Ministro de Agricultura, El Cuatrenio de la Transformación Rural 1966-70 (Bogotá: Imprenta Nacional, 1970), pp. 6-7.

28 Roger Soles, Agriculture Credit and Irrigation Projects in Colombia (Madison: LTC Mimeo, 1971).

OBJETIVOS DE UNA MESA REDONDA

José Gregorio Hernández

Muchas y muy prometedoras conferencia s no han alcanzado sus objetivos debido a que los planeadores no definieron éstos con exactitud. O sea, que se equivocaron en la selección de la estructura de organización adecuada, de los métodos para conducir las conferencias, y del plan de evaluación factible. Damos a continuación una lista de objetivos para conferencias, que los planeadores encontrarán dignos de estudio:

1. Descubrir los problemas del grupo;
2. Resolver los problemas del grupo;
3. Opinar o informar sobre los problemas;
4. Formular la política;
5. Planear la realización de la política;
6. Cambiar los valores y las actitudes;
7. Recabar opiniones, informes o ambas cosas;
8. Evaluar el progreso del grupo;
9. Lograr el consentimiento o la cooperación para un plan o programa; y
10. Estudiar y ejercer las destrezas de relaciones humanas y los métodos para conferencias.

La lista indudablemente sugerirá a los planeadores de conferencias otros objetivos, a la luz de sus propósitos y problemas propios y particulares.

A. Clases de Conferencias

El programa del DAI-C reconoce y utiliza tres clases de conferencias. Aunque la terminología varía considerablemente, es de suma utilidad que convengamos en una que otra definición para facilitar la comunicación. Los términos se han venido empleando con el siguiente surtido, en los programas del DAI-C:

1. Taller de Trabajo: Conferencia en la que se imparten las destrezas manuales o relaciones humanas, que el individuo necesita aprender o dominar por completo. El método de capacitación consta de cinco pasos: (1) preparación completa; (2) explicación breve; (3) demostración; (4) práctica supervisada; (5) prueba y crítica, o evaluación.

2. Seminario: Conferencia en la que los participantes descubren problemas comunes, los ventilan en discusión de grupo, y les encuentran solución. El seminario rara vez dura más de una semana.

3. Conferencia de Funcionarios: Conferencia en la que se reunen quienes trabajan en alguna institución o dependencia oficial. Aquí se impone a la asamblea el orden de autoridad o los nexos de situación jurídica formales de la dependencia. En los acuerdos tomados por estos funcionaros se basan la política y la acción oficiales. La conferencia de funcionarios rara vez dura más de una semana.

B. Puntos de Interés para el Director de una Reunión

1. Esté listo; disponga de un buen salón; evite las distracciones.

2. Haga que todos los participantes se interesen desde el principio; promueva estudios de casos similares; use términos bien conocidos.

3. Cambie el ritmo de la discusión; mantenga al grupo interesado.

4. Organícese; mantenga la conferencia en actividad; no ande a tientas.

5. Familiaricese con su material; emplee con habilidad sus casos, películas, suplementos y gráficas; practique con anterioridad.

6. Haga que todo el grupo tome parte en la discusión; logre que todos los asistentes participen desde el principio.

7. No se desvíe; resuma frecuentemente; sepa de antemano cual es su objetivo.

8. No monopolice la discusión; tenga tacto; ejerza control sobre el grupo, pero sin que sea usted la figura prominente.

9. Haga uso del sentido del humor.

10. Cuando termine, haga que los participantes experimenten el deseo de continuar; finalice de un modo animado.

C. Cómo hacer fracasar una Conferencia

1. No acepte por ningún motivo los puntos de vista de sus compañeros. Ni más faltaba. A una actitud de terquedad bien sostenida, no hay quien se le resista.

2. Y para abreviar el asunto consulte su reloj con insistencia no disimulada. Puede que así obtenga una media hora extra para sus asuntos personales.

Y si alguno osa contradecir su propia opinión...bueno, hay muchas maneras de convencer a un contrario.

3. Si usted está interesado en acabar con una conferencia, en hacerla fracasar, le recomendamos seguir estos breves pero efectivos consejos.

4. Cite a los participantes solamente en el momento de la reunión, lo más probable es que no puedan dejar sus ocupaciones y... tanto mejor para usted: mientras menos asistan, menor será su trabajo como director.

5. Una vez reunidos, comience con la introducción y no suelte la palabra. Demuéstreles que usted sabe mucho, y sobre todo, deslúmbrelos con el vocabulario; no importa que no le entiendan, porque que tal la fama de sabio que adquiere?

6. Y si alguno trata humildemente de exponer su punto de vista y quiere intervenir, no lo deje. Apabúllelo y siga con su tema. Para eso es usted el Director.

7. Si dos de los participantes se enfrascan en acalorada discusión, aproveche la oportunidad de divertirse un poco, sugiérales que arreglen el asunto a puños y así todos pasaran un buen rato.

8. Y si usted es uno de los participantes, también tiene muchas oportunidades de lucirse:

Llegue un poco tarde a la reunión. Esto le dará cierta importancia y además puede aprovechar la ocasión para hacer una entrada triunfal y contarles durante media hora la fiesta de la noche anterior.

D. Lo que contribuye al Exito de una Mesa Redonda

1. Qué es una reunión de mesa redonda? Es un grupo de personas interesadas en reunirse para analizar, clarificar y enfocar ideas sobre problemas especiales que atañen a un grupo.

2. Para qué estas reuniones? Para capacitar a un mayor número de personas que ayuden a resolver, juntos, los problemas. Para estimular a pensar colectivamente o en un esfuerzo de grupo, que es más productivo, porque permite mayor amplitud de ideas y comprensión de problemas y mayor aceptación de soluciones evolutivas.

Para congregar a las personas, unificar puntos de vista y usar en forma más constructiva y práctica los hechos conocidos.

Para llegar a conclusiones que constituyen el trabajo de un grupo, antes que un cúmulo de opiniones individuales, y que, como tales, representan los deseos de un segmento apreciable de la colectividad.

3. Un buen Grupo. Trátese de que la nómina de socios represente tan ampliamente como sea posible todos los intereses pertinentes.

De entre las personas interesadas, escójanse las que tengan deseos de trabajar.

Aspírese a la unificación, haciendo caso omiso de los diferentes puntos de vista de cada individuo.

4. Qué es lo que constituye un buen grupo? Un buen presidente o director.

Los miembros son individualmente de igual importancia. No solo deberán manifestar verdadero interés, sino denotar ansiedad y buena voluntad en concurrir a las reuniones, además de renunciar a sus propias ideas en bien de los intereses que surgen de pensar colectivamente.

Deberán comprender de una vez que el presidente trabajará junto con ellos, no como si se tratara de un cúmulo de individuos, sino para darle unidad al grupo.

5. Un buen presidente asume la dirección y procura: La creación de un ambiente informal y de conservación.
Encaminar la discusión hacia el logro de los objetivos, sin permitir que sus ideas prevalezcan.

Atender y apreciar las opiniones de los demás miembros.

Ayudar a los miembros que encuentren dificultades.

Ayudar a desentrañar ideas de quienes estén renuentes a expresarse.

Responsabilidad del Director: Cerciorarse de que los miembros están orientados desde un principio, ya sea por una agenda o un resumen verbal que indique el cúmulo de trabajo que se va a emprender.

Poner en lista los puntos principales del problema y pedir a los miembros que intervengan.

Convocar a una discusión de los puntos de vista alternativas o informes complementarios, cuando se indica que son necesarios.

Mantiene el Intercambio de Opiniones

Estimular a los miembros a que hagan uso de sus opiniones.

Disolver discusiones en que sólo toman parte unos cuantos.

Cuando se presenten desaveniencias, arreglarlas.

Guardar para sí toda opinión personal cuando se presenta una dificultad insalvable.

Contestar, al dirigírsele algunas preguntas.

Formular preguntas en forma tal que se produzca información útil y opiniones en vez de respuestas afirmativas o negativas.

Resumir puntos de vista expuestos por los miembros.

Resumir la discusión a intervalos, con el fin de:

-Abordar un nuevo punto;
-traer de nuevo la discusión al punto principal;
-evitar o reprimir toda repetición;
-poner en lista los puntos en que hay concordancia o discrepancia;
-procurar que todos los miembros hayan tenido oportunidad de expresar una opinión;
-limitar la discusión a fin de conservar los puntos especiales dentro de términos razonables;
-dar por terminado cada punto antes de que los miembros pierdan interés;
-resumir las ideas principales expresadas por el grupo;
-pedir al grupo que verifique esos resúmenes;
-precipitar la acción solicitando una moción o recomendación al grupo;
-reconocerle, categóricamente, al grupo sus logros;
-designar la fecha, lugar y asunto que se discutirá en la reunión siguiente, si ha de haberla, antes de suspenderse la actual.

6. Soluciones sugeridas para los problemas de un presidente: Cuando se discute un punto en forma prolongada:

Resumir la discusión;
pedir un voto;
sugerir que se difiera la cuestión para una fecha posterior;
nombrar un subcomité para estudiar el punto e informar al respecto.

Cuando dos miembros se enfrascan en un argumento acalorado:

Resumir los puntos que discutieron y restituir la discusión al grupo; invitar a los dos a quedarse con él después de la reunión, para hablar sobre el asunto.

Cómo entenderse con un miembro que trata de imponerse:

Interrumpir con una declaración en que al orador se le reconoce su contribución, pero cortesmente se le pide que deje en suspenso sus otros puntos para más adelante;

Interrumpir con "ha traido usted muchos puntos que nos tendrán ocupados durante largo tiempo; hay alguien que quiera discutir alguno de estos puntos?".

Hablar con él privadamente, si lo anterior no surte efecto.

Cuando un orador se aparta del asunto:

Interrumpirle y reconocerle su idea, pero advertirle que se está desviando del punto principal;

proponer al grupo la cuestión de si se aviene a desviarse del plan trazado o debe atenerse a él;

traer de nuevo la discusión al plan trazado, utilizando la idea conexa como transición.

Cuando un miembro encuentra dificultad en expresarse:

Inspírile confianza al manifestar agradecimiento por lo que ha dicho y luego arregle su material con un prefacio por el estilo de: "es ésto lo que usted ha querido decir, señorX?".

Cuando la reunión no progresa:

Pídase a un miembro que, como observador imparcial, evalúe y analice lo que está ocurriendo, en forma tal que el Comité pueda llegar a una conclusión.

7. Cómo obtiene el grupo el apoyo colateral?:

Fomentando el interés de otros grupos.

Comunicándose con los otros dirigentes.

Manteniéndose en contacto con sus compañeros y teniéndolos al corriente del progreso y los problemas del grupo.

8. Archivo y antecedentes: mantener un orden o archivo por temas para éstos trabajos y estudios lo cual habrá de servir posteriormente como antecedente para consultas posteriores en casos iguales o parecidos.

PROCEDIMIENTO PARA RESOLVER UN PROBLEMA
ESTABLEZCA LOS OBJETIVOS

Infórmese sobre los hechos

a. Estudie todos los antecedentes.
b. Estudie todos los reglamentos y costumbres que sean aplicables.
c. Trate el asunto con las personas afectadas.
d. Obtenga opiniones e impresiones personales.

Cerciórese de que conoce todos los aspectos del caso

Estudie y decida:

a. Reuna todos los datos.
b. Considere la conexión que tienen unos y otros.
c. Analice las medidas alternativas que se pueden tomar.
d. Tenga en cuenta las consecuencias con relación a los objetivos, el individuo, el grupo y la producción.

No tome decisiones irreflexivas

Tome alguna medida - Resuelva si:

a. Se hace cargo de esto usted mismo?
b. Necesita ayuda para atenderlo?
c. Es necesario referir el asunto a sus Jefes?
d. Su medida es oportuna?

No evite la responsabilidad pasándosela a otros

Analice los resultados:

a. Cuándo debe comprobar los resultados?
b. Con qué frecuencia necesitará verificarlos?
c. Observe los cambios en el rendimiento, en las actitudes y en las relaciones de trabajo.

Obtuvo el resultado que buscaba?

E. Cuál es la Atmósfera o Ambiente más Apropiado para que la Discusión Resulte en Aprendizaje Util para la Gente.

Nathaniel Cantor dice: al aprender a expresar sus opiniones en una atmósfera que no contiene amenaza alguna a su seguridad, una persona puede verse a si misma, asumir responsabilidades por decisiones bien pensadas, reconocer sus debilidades, usar fuerzas sin imponerlas defensivamente y aceptar ayuda de otros.

En un intercambio libre de ideas y sentimientos entre los miembros del grupo, nadie necesita entrar en competencia, nadie tiene que ganar o probarse a si mismo que está correcto. Nadie tiene que ser expuesto al ridículo, al sarcasmo, o a la condena....Los miembros del grupo exploran juntos ideas y/o situaciones, prueban sus creencias nuevas y viejas, a través de contribuciones y críticas combinadas de todos los miembros y de su lider.

Al sentir el respaldo de otros, al reconocer las fallas comunes y las incertidumbres de todos, al ser comprendido, al estar libre para hacer sus propias decisiones, al ser respetado por sus contribuciones estas actitudes y sentimientos sobre normas de conducta conducen a los miembros de un grupo a querer ayudarse mutuamente, y a crecer y a trabajar juntos.

En una atmósfera tal de cooperación, el individuo.... puede ser el mismo y también sentir que él pertenece al grupo....

ADECO-UNIDAD II-Sección 3- Técnicas de Grupo.

F. Por Qué Fracasa una Comunicación*

Cuando nos dirigimos a la gente, nuestro mensaje puede ser interpretado de manera diferente a nuestras intenciones o, sencillamente, no ser comprendido. El fracaso en la comunicación puede ser el resultado de:

1. No decir las cosas claramente.

2. Hablar cuando la otra persona no está escuchando.

3. Poner el mensaje a una altura superior a la capacidad actual de comprensión de la persona.

4. Tratar de que nuestro mensaje sea aceptado por mentes obstinadas.

* Tomado de una de las Guías de enseñanza del ADECO.

5. Ponernos en un papel que la otra persona no espera, ni cree, ni acepta.

6. Estar convencidos de que estamos en lo cierto, cuando otros nos consideran errados, y seguir adelante con nuestro mensaje como si nada sucediera.

7. Incapacidad para ver el punto de vista de la otra persona, antes de seguir adelante.

8. Desprecio de las creencias, hábitos y costumbres de la otra persona, cuando estamos tratando de comunicar.

9. Olvidarse que la mente necesita tiempo y energía para absorber y digerir la información.

G. Cualidades que Debe Tener un Director de Grupo

Conocer la naturaleza del trabajo de comunicación.

Estar debidamente preparado en las distintas materias técnicas.

Tener habilidad para enseñar.

Habilidad para planear y cooperar con otros.

Tener visión, iniciativa y liberato.

Tener buena actitud para con sus asociados y compañeros de trabajo.

Ser sistemático y ordenado en el pensamiento y en el trabajo.

Tener habilidad para escribir y para hablar a la gente.

Tener tacto e interés en los demás.

Tener entusiasmo en el trabajo y ser persona de quien se pueda depender.

Ser persona de empuje y saberse ganar la confianza de los otros.

Tener confianza en sí mismo.

Ser persona de integridad.

Ser perseverante.

PREPARACION DE REUNIONES*

HERNÁNDEZ, L.

Introducción

Dentro de la metodología para lograr los mejores resultados en las reuniones, juegan papel importante, los pasos previos e indispensables, en la preparación de las mismas.

El presente trabajo tiene como finalidad ofrecer una serie de diversas aplicaciones de principios, en base a las técnicas aceptadas por la temática desarrollada.

Se trata de presentar los principales conocimientos y orientaciones necesarios y adecuados, para lograr el cambio de actitudes de los grupos rurales y con ello contribuir al bien común.

La organización rural significa mejoramiento progresivo por medio de la modificación o sustitución de una cosa, condición o estado, es decir: Lograr la innovación dinámica que acabe con la costumbre inveterada que obstaculiza o impide el progreso de la colectividad.

A la vez por organización rural debe entenderse el proceso que tiene, como propósito fundamental, el obtener mejores condiciones de vida, propiciando al mismo tiempo, su progreso social y aumentando su capacidad de integración, organización y administración. Así el desarrollo rural puede considerarse como: a) proceso, b) método, c) programa, y d) movimiento; en donde se debe trabajar con fervor, no solo por los grupos rurales, sino lo que es importante con los grupos rurales.

Ciertamente, el conocimiento de cómo llevar a cabo la organización del sector rural y el poner manos a la obra con fé inquebrantable en la bondad del esfuerzo, habrá de significar una nueva era de libertad y bienestar para las actuales y futuras generaciones.

A fin de definir un término concreto que unifique los conceptos de promotor, expositor, conferenciante, dialogador, participante, etc., usaremos el términos COORDINADOR, para designar a quien tenga a su cargo la Preparación de Reuniones.

En conclusión, el trabajo constante y cuidadosamente planeado por el Coordinador, será la clave para crear la imagen que deseamos en la mente de la gente hacia la cual buscamos el cambio.

---

* Preparado por Luis Hernández Valbuena.

A. Cómo organizar una reunión

1. Qué es una reunión.

Una reunión se describe como una aportación mancomunada de ideas entre un grupo de personas que han tenido experiencias relacionadas con los problemas planteados, o entre personas que son capaces de analizar una problemática local.

2. Actividad fundamental.

Una de las tareas fundamentales del Coordinador es la de hacer tomar conciencia en cada uno de los individuos y el de llevarlos a integrarse en el espíritu de asociación, por ello la personalidad de dicho Coordinador será mas efectiva cuando:

- influya sobre los líderes,
- contribuya a formar y desarrollar la personalidad de los individuos,
- enlace el pasado con el presente y futuro de los asociados, y
- moldee las ideas y los sentimientos del grupo, contribuyendo a la formación del espíritu de éste.

3. De las reuniones.

Las reuniones deben servir de entrenamiento práctico de los participantes y por medio de ellas su perfeccionamiento no solo de su inteligencia sino también de su personalidad. El aprender a oir y respetar las opiniones de los demás, es un medio de perfeccionamiento social.

Cada reunión es una experiencia más, la cual debemos aprovechar para aplicar en nuevas reuniones. En la planeación no solo se contempla cómo se desarrollará la reunión, también incluye las situaciones adversas que se puedan presentar, por ejemplo: la actitud a seguir cuando no llega el conferenciante acordado, un aguacero cuando la reunión se hace al aire libre, etc.

Se puede cometer errores conforme se avanza en los propósitos. Lo importante es seguir adelante y sacar provecho de los errores. Cuando ésto se presente, anótelos, después los estudiará. No olvidemos que estamos tratando de vernos a través de los ojos de los demás. Lo que el Coordinador piense no tiene importancia, lo definitivo es lo que piensan los demás de lo que él está haciendo. Una vez que entendamos ésto, podemos seguir adelante tratando de crear la imagen que deseamos, es decir: "vender la idea".

4. Principales clases de reuniones.

De acuerdo a la estructura de métodos, las reuniones se clasifican en tres clases:

a. tipo informativo,

b. tipo educativo, y

c. tipo charla dirigida-diálogo.

Estos se pueden emplear aisladamente o en combinación, pero cada uno de ellos es de técnica diferente, plantea problemas únicos en su género y presenta exigencias especiales.

5. Método informativo.

Este método se aplica generalmente al tratar con un grupo que tiene poca experiencia; cuando hay que enseñar a un grupo numeroso al mismo tiempo; o al explicar o poner en práctica inmediatamente una información general acerca de nuevas orientaciones, métodos o procedimientos.

6. Método educativo.

Corresponde a un proceso de "aprender haciendo", realizado bajo la guía de un orientador calificado. Lleva involucrada la instrucción bien sea individual o de grupo. Puede adoptar la forma de una demostración. Con el fin de lograr la mayor efectividad los grupos deben ser reducidos, sobre todo si se proyecta la participación individual.

7. Método de charla dirigida.

Se refiere a un grupo de personas, quien mediante la charla y el diálogo, aporta sus ideas con el fin de resolver de manera mancomunada sus problemas colectivos o individuales. Este método fomenta la reflexión concreta y constructiva en los individuos y el grupo en general. Requiere que los participantes contribuyan con su propia experiencia y opiniones y consideren que al exponerlas proyectan alguna luz sobre la problemática planteada.

8. Ventajas del método de charla dirigida.

La aplicación de este método tiene gran valor en la modificación de la manera de pensar y sus actitudes y en la aplicación del conocimiento práctico de uno mismo a través de la experiencia de los demás. Los planteamientos a través del diálogo, atrae a aquellos que participan en la reunión, puesto que reconoce y utiliza lo que los miembros del grupo ya saben, y también porque sirve para corregir errores e interpretaciones erróneas.

En conclusión, uno de los mayores beneficios que se derivan de este método es el desenvolvimiento de la facultad analítica y de una actitud inquisitiva, precisamente porque son reunidos y estudiados los hechos y se tienen en cuenta las opiniones en favor y en contra; se discuten las ventajas y desventajas, es decir: se logra el cambio de actitud en cuanto a personas y situaciones.

Si bien el método de charla dirigida no puede cambiar la actitud de todos acerca del tema, el individuo corriente tiende a aceptar o seguir la actitud de su grupo, ya que es más fácil y agradable amoldarse que mantenerse aislado.

En cualquier caso, la clase de reunión depende de los objetivos del programa y la naturaleza del tema; por ello, de acuerdo a las características de cada reunión, es necesario preparar previamente los aspectos a desarrollar en cada una de ellas, por ejemplo, cuando se trata de:

a. asamblea general,

b. junta directiva, y

c. comisión

La primera de las nombradas se reune una o dos veces al año o cuando la junta directiva asi lo crea conveniente. La asamblea general elige la junta directiva y es ésta la que representa a todos los asociados. Generalmente es elegida por un año.

La junta directiva puede estar formada por: un presidente, un tesorero, un fiscal y un secretario, cada uno con su correspondiente suplente, asi como tantos vocales o comités de trabajo se acuerden.

Una comisión o comité de trabajo es nombrado por la junta directiva. De ella pueden formar parte otras personas que no sean de la junta. Según las necesidades, se crearán los respectivos comités, los cuales son nombrados por la junta directiva, por ejemplo: comité de seguro de cosechas, comité de crédito, comité de tierras, comité de finanzas etc. El comité rinde o presenta informes a la junta.

9. Sobre la primera reunión.

El éxito de una serie de reuniones depende en gran parte del desarrollo de la primera, ya que las primeras impresiones son muy importantes. Si es conducida de manera impropia puede hacer que sea muy difícil dirigir el resto del programa. Una primera reunión deficiente establece un impedimento que pone en peligro todo el programa y puede ser obstáculo para alcanzar el éxito que es muy difícil salvar.

Sin embargo, si se dirige bien la primera reunión, se ha dado el paso más grande. La cooperación inteligente y de todo corazón, por parte de los participantes, también depende de la primera reunión.

Durante la primera reunión el Coordinador debe sondear con cuidado al grupo, analizando las actitudes y personalidades con las que está trabajando. No hay dos grupos de personas que sean iguales, de lo cual se deduce, lógicamente, que los mismos métodos que han tenido éxito con un grupo pudieran fracasar con otro. De todas maneras el Coordinador debe determinar en la primera reunión el enfoque adecuado.

10. Introducción a la reunión.

El expositor debe aplicar, en la primera reunión, toda su habilidad e inteligencia respecto al grupo, por ejemplo:

a. se presentará ofreciendo un saludo de bienvenida y deseando la mejor permanencia,

b. dirá su nombre y la entidad a la cual pertenece,

c. escribirá los anteriores datos en el tablero o papelógrafo.

11. Tarjetas individuales.

Con el fin de que todos los presentes puedan percibir el nombre y el lugar de procedencia de cada participante, se distribuirá una tarjeta de 12 por 20 centímetros, a cada asistente, pidiéndole que la doble a lo largo formando una especie de tienda, quedando cada lado de 6 por 20 centímetros, en la cual cada uno escribirá, con grandes caracteres de imprenta su nombre completo y si es el caso, su lugar de procedencia.

12. Entendimiento común.

Luego que el Coordinador presenta su saludo e introducción, logrará que el grupo se sienta a gusto. Para evitar interpretaciones erróneas en cuanto a la naturaleza del programa, debe recalcar, desde el principio una serie de puntos, por ejemplo:

a. Que no puede contestar a todas las preguntas que surgirán, ni ofrece solución para todos los problemas que se presenten,

b. que el objeto principal del Coordinador será el de suscitar preguntas y problemas; mantener la discusión en el tópico que se está estudiando, actuar como presidente de d bates, y ayudar al grupo a resumir su pensamiento y llegar a conclusiones.

c. que cada participante del grupo puede ayudar:

-participando en la discusión y hablando libremente, proporcionando al grupo el beneficio de su punto de vista y experiencia,

-dando a los demás la oportunidad de expresar sus opiniones,

d. que el Coordinador no tiene ideas especiales personales que presentar al grupo. Todas las decisiones representarán el pensamiento colectivo del grupo,

e. que sólo una persona debe hablar a la vez. Que se deben evitar las conversaciones privadas, y que se debe ofrecer una cortesía común a la persona que tiene la palabra,

f. que las opiniones se deben expresar con claridad y brevedad, y

g. que se espera que haya diferencias de opiniones, pero que nadie debe enfadarse si los demás difieren de él.

13. Tópico y finalidad.

Luego de haberse llevado a cabo estos preliminares, el Coordinador debe anunciar el temario que se va a discutir y la finalidad de la reunión.

Al mismo tiempo que se anuncia el temario se debe escribir en el tablero o fijar una hoja grande, en la que previamente se ha escrito con la suficiente claridad para que todos la lean.

En razón a que gran parte del éxito de la reunión depende del interés que despierte originalmente, se debe reflexionar cuidadosamente en las observaciones preliminares concernientes al tema que se va a discutir.

Algunos sistemas de despertar interés consisten en tener un dicho apropiado, lema o frase pegajosa, o un esbozo breve del tema, escrito en el tablero; o quizá el tejer las observaciones preliminares en torno a un incidente corriente, una operación ordinaria, o un personaje bien conocido. Es muy importante el que las observaciones preliminares, sean breves, propósito, y proyectadas para que el grupo comience a pensar.

Ejemplo de observaciones preliminares.

Es mucho lo que depende del Coordinador y mucho lo que se espera de él. Al desempeñar sus deberes usted es un supervisor, un gerente y un instructor. Como supervisor usted ve, como gerente planea, como promotor enseña, orienta. Nunca dedicará demasiado tiempo a una caulquiera de estas fases de su trabajo. Debe usted ser capaz de justipreciar sus deberes, de suerte que sepa determinar cuáles son los más importantes y cuáles deben contar con mas tiempo. Como supervisor tiene una fuerza numerosa que supervisar, como jefe de programa, debe planear el trabajo de muchos hombres y organizar métodos y procedimientos, como instructor tiene que adiestrar y capacitar a ciudadanos sobre desarrollo y métodos de reuniones.

14. Definición de términos.

Cualquier término nuevo o discutible defínalo. Esto evitará polémicas y desacuerdos, sobre asuntos que pudieran surgir como consecuencia de la errónea interpretación de términos. Un buen sistema es escribir definiciones o conceptos en el tablero o papelógrafo.

15. Una gran actividad favorece el éxito.

Cuando se trata de citar a una reunión por primera vez, se debe desplegar una gran actividad, con el fin de lograr el mayor número de participantes, -hombres y mujeres-, actividad que debe ser difundida utilizando los diferentes medios de comunicación individual o masivo: invitación personal, carteles, pancartas, circulares, plegables, radio, etc. Los líderes, al lograrse su colaboración, juegan un papel definitivo.

16. Las reuniones futuras.

Para las reuniones posteriores, se trata de acostumbrar a los participantes a determinados días y horas, por ejemplo: los sábados a las seis de la tarde, los domingos a las diez de la mañana.

En este caso los interesados acuerdan la hora y lugar adecuados.

17. Cómo hacer más interesante una reunión.

Las reuniones rutinarias cansan pronto a los asistentes y terminan faltando la mayoría.

Para hacer interesante una reunión se sugiere:

-Proyectar una película sobre el tema, antes de la reunión,

-invitar a un nuevo expositor o conferencista, que trate un tema de interés para los asistentes,

-realizar la próxima reunión en un sitio diferente, para lo cual debe informarse previamente a los participantes,

-ofrecer un pequeño ágape,

-repartir publicaciones a todos los asistentes,

-dejar pendiente un tema de gran interés, para ser presentado en la próxima reunión.

Cuando los asistentes logran un sentido claro y definido de sus deberes y obligaciones, participan en las reuniones con entusiasmo y puntualidad. Todo depende cómo el

Coordinador haya motivado y concientizado a cada uno de los miembros del grupo.

18. Detalles para una reunión.

Para organizar una reunión no basta la asistencia del mayor número de participantes. Ante todo es necesario tener presente:

a. El lugar en donde se celebrará la reunión. Este debe ser accesible a todos, quienes deben ver y oír,

-cómodo, para que los participantes no permanezcan de pies,

-ventilado, es decir: se puedan abrir las ventanas en caso de mucha concurrencia o que el clima así lo exija.

b. Dotación. Lo ideal es contar con un tablero fijo o portátil, tiza, cartelera para presentar: avisos, recortes de prensa, fotografías e información en general.

c. Transporte. Cuando los asistentes acuden de sitios alejados, se tendrá en cuenta cómo deben transportarse y seguramente alojarse. En este caso se tomarán todas las medidas no solamente para la llegada al sitio de reunión sino también el regreso a su lugar de orígen.

19. Invitación a la reunión.

Los datos precisos o la información que llegue al grupo, con el fin de invitarlo a la reunión, debe ser previamente estudiado para que logre el resultado que se espera.

Ellos son:

-Sitio o lugar de reunión;

-fecha de reunión;

-hora;

-objeto o propósito.

Un cartel, por ejemplo, fijado en un lugar estratégico tendrá éxito, sea en la esquina del mercado o en la puerta de una tienda.

20. Colaboración.

El Coordinador debe lograr personas que colaboren en la organización de la

reunión. Los líderes serán una gran ayuda en este caso. Por ejemplo, ellos podrán:

-Fijar o repartir las invitaciones;

-disponer el salón para la reunión;

-atender a los participantes y conferenciantes;

-identificar o hacer lista de los asistentes;

-atender a las damas;

-repartir material impreso;

-despedir a los invitados;

-atender el aseo del salón.

Lo anterior, además de presentar un sentido de organización, hace más agradable la permanencia de los asistentes.

Mantenga su mente serena. Las decisiones tomadas bajo presión pueden ser un fracaso.

COMPROBACION PARA EL COORDINADOR

Se refiere al planeamiento respecto a una reunión.

	Si	No
1. Ha fijado en su mente los objetivos a alcanzar a través de la discusión de la reunión?	___	___
2. Se ha asegurado, preparado o familiarizado usted mismo, con los recursos de ayuda necesarios para la reunión?. .	___	___
a. tiene listas las gráficas?	___	___
b. tiene preparado casos de estudio?	___	___
c. ha obtenido todos los materiales necesarios? . . .	___	___
d. ha visto de antemano el material audio-visual, que va a usar y establecido el plan de su empleo? . .	___	___
3. Ha preparado sus observaciones de apertura?	___	___
4. Ha estudiado con atención el esbozo de su conferencia o charla.?	___	___
-Ha determinado los puntos importantes a realzar? . .	___	___
-Ha pensado por adelantado en las posibles respuestas y las reacciones del grupo?	___	___
-Ha determinado los puntos en los cuales se harán rápidos resúmenes?	___	___
-Ha reflexionado en las experiencias y relatos a emplear para hacer hincapié?	___	___
-Ha determinado los medios y arbitrios para lograr la intervención de los participantes en la reunión, estimular el pensamiento y crear el interés?	___	___
-Ha pensado cual pudiera ser el resumen del pensamiento del grupo?	___	___
5. Ha estudiado cuidadosamente el tiempo destinado a la reunión?	___	___

	Si	No
6. Ha comunicado oportunamente a todos los interesados, la hora y el lugar de la reunión?	___	___
7. Ha comprobado los elementos materiales para llevar a cabo la reunión?	___	___
a. Está listo el tablero y demás elementos?	___	___
b. Los asientos están convenientemente dispuestos?	___	___
c. H comprobado los medios para proyectar la película? -instalaciones eléctricas, voltaje, tomas eléctricas, cortinas-	___	___
d. Se han provisto ceniceros? -se han adaptado- . .	___	___
e. Es adecuada la ventilación, luz, espacio y demás servicios, para comodidad de los participantes? .	___	___

B. Desarrollo de la reunión

1. La reunión ordenada.

Toda reunión debe conducirse ordenadamente, para que sus resultados sean satisfactoriamente favorables a la misma comunidad.

Cuando la reunión se desarrolla ordenadamente, los participantes tienen la oportunidad de expresar y discutir ampliamente los asuntos antes de llegar a una decisión final.

2. Proceso de la reunión.

a. al iniciarla:

-Haga que el grupo se sienta a gusto,

-salúdelo cordialmente,

-exponga los propósitos de la misma y los objetivos a lograr,

b. inicie la discusión de una de las siguientes maneras:

-Presente los hechos,

-haga preguntas,

-exprese su opinión,

-utilice una demostración, esquema, proyección etc.

c. dirija con tino la reunión:

-Promueva la participación,

-dé a todos oportunidad,

-controle la discusión,

-evite las disputas,

-mantenga la discusión dentro de su "cauce",

-resuma con frecuencia, y

6. Preparación de un plan de discusión.

El elemento más importante en la preparación para la dirección de una reunión es el plan de discusión. Es la base para abarcar completamente el tema y para que la misma sea convenientemente desarrollada.

Para alguien que no haya dirigido personalmente una reunión la dirección de ésta parece ser una tarea bastante sencilla. Esto es un error, una falsa ilusión creada deliberadamente por el Coordinador hábil, parte de cuyo trabajo consiste en restar relieve a su propia importancia y hacer que su papel parezca fácil y superficial.

De hecho es necesario un planeamiento sumamente cuidadoso, ya que en la guía y dirección reside el que una reunión tenga éxito y produzca buenos resultados. El Coordinador debe estar familiarizado con el tema, debe anticipar situaciones y problemas que puedan surgir, debe contar con una guía de horario para la utilización efectiva del tiempo, y lo que es más importante que nada, debe haber resuelto la manera más eficaz de presentar el material, los medios de suscitar discusión y de guiar el pensamiento hacia las conclusiones planeadas.

Hay muchas formas de preparar un plan de discusión. En realidad no consiste más que en una guía, elaborada por el propio Coordinador, para mantenerle a él por encima de su tema en el curso de toda la reunión. Este es un trabajo que le permite hacer muchas de sus reflexiones por adelantado, en lugar de enfrentarse a la necesidad de improvisar sus presentaciones al hacer uso de la palabra.

Una plan debe sugerir:

a. Los objetivos de la reunión,

b. la secuencia lógica del tema,

c. puntos claves que hay que abarcar,

d. preguntas que hay que hacer,

e. recursos y materiales a emplearse, y

f. conclusiones a que pudiera llegarse.

El plan debe ser una guía de trabajo, que permita gran flexibilidad, no un guión o un conjunto detallado de notas que hay que seguir rígidamente durante la reunión. Es una referencia para ser consultada sólo con tanta frecuencia como sea necesario.

7. El orden del día.

El orden o puntos a tratar deben ser previamente estudiados y acordados con la participación de los miembros principales o de los líderes locales. Leído el orden del día a los asistentes, éste puede ser modificado o alterado, cuando un tema fundamental o de importancia no se ha incluído.

8. Elaboración del acta.

a. De cada reunión, sea asamblea general, junta o comité, se elaborará una acta, en la cual se consignan los principales aspectos tratados. A la vez, en cada reunión se debe dar lectura al acta correspondiente a la última sesión. Una vez leída, el coordinador o quien dirija la reunión la somete a discusión, si hay errores u omisiones se deja constancia y el acta será aprobada.

b. Fines del acta. Toda acta resume los principales temas tratados en una reunión, Sirve posteriormente para constatar aspectos relacionados con las mismas reuniones, por ejemplo: proposiciones, asistencia, votación, asignación de trabajos, comisiones, etc.

c. Otros aspectos del acta. Es elaborada por un secretario-a, nombrado para tal fin; corresponde a uno de los primeros puntos del orden del día; lleva la firma del secretario; en ella se encuentra el registro o historia de las reuniones.

9. Acercamiento con el grupo.

Cuando el Coordinador y los participantes se conocen de trato y logran formar un verdadero puente en la problemática sociocultural o económica de la localidad, se obtendrán mejores resultados. En lo posible llamar a los asistentes por su nombre: Don Pedro, Doña Petronila. Esto hace importante a la persona que se nombra y ella se siente que forma parte integral del grupo. A su vez, el Coordinador logra la confianza de los asistentes y una mayor colaboración

COMPROBACION PARA EL COORDINADOR

	Si	No
1. Aplica los siguientes términos:		
a. Planeación	___	___
b. motivación	___	___
c. comunicación	___	___
d. participación	___	___
e. concientización	___	___
2. Ha aplicado:		
a. Repetir las ideas centrales de diferentes maneras . . .	___	___
b. ir "al grano", sin rodeos	___	___
c. en situaciones negativas no enfrentarse. . . enfrenta a los demás	___	___
d. poner a trabajar a los demás	___	___
e. dominar los objetivos	___	___
f. no decir: amigos les recomiendo la bondad de A.A. (seguro que usted tampoco la entendió)	___	___
g. escribir lo que no entendió y luego investigarlo y confrontarlo	___	___
h. si está frente a un grupo en desacuerdo, no crear hostilidad abierta	___	___
3. Ha logrado:		
a. Cambio de actitud	___	___
b. vender la idea	___	___
c. ser un buen coordinador	___	___
d. buscar puntos de interés común	___	___

	Si	No
e. el contenido del mensaje sea más importante que la forma	____	____
4. Realizar evaluaciones periódicas.	____	____

C. El Coordinador

1. Recomendaciones

Al dirigir una reunión o grupo de personas, el Coordinador debe tener el mayor tacto, ser discreto y poseer la habilidad de tratar a las personas sin ofenderlas, especialmente cuando la reunión entra en un intenso prejuicio, a fin de impedir por todos los medios de degenere en discordia.

2. Aptitud del Coordinador

El conocimiento del tema es digno de tenerse en cuenta pero no es tan importante como el razonar imparcial, claro, y la habilidad para lograr un control diestro de la gente.

El Coordinador tiene la función de ver que todos aporten su contribución y que nadie monopolice el tiempo del grupo. También controla la intensidad de la discusión para evitar que se susciten sentimientos que sean un obstáculo al razonamiento despejado. El Coordinador debe evitar el hablar demasiado. La experiencia ha demostrado que cuando más se habla, menos participan los miembros del grupo. Si el Coordinador está bien preparado, su material cuidadosamente seleccionado, sus preguntas debidamente planeadas, será necesario un mínimo de conversación por su parte

3. Metodología de la participación

El Coordinador logrará que los asistentes pongan a contribución sus experiencias, expresen sus puntos de vista y descubran lo que saben, lo que ignoran y lo que no saben. El Coordinador desempeña un papel vital en el proceso educativo y ayuda a la persona que se adiestra a:

-Convertirse en más receptivo hacia las ideas y métodos nuevos,

-reconocer nuevas y adicionales responsabilidades,

-comprender mejor los problemas nuevos,

-comprender y apreciar los puntos de vista y experiencias de los demás,

-hacerse de mentalidad más amplia,

-comprender mejor a sus coterraneos,

-organizar su manera de pensar,

-hacerse de mentalidad más afín a los objetivos, y

-expresar sus puntos de vista y experiencias.

4. Acción del Coordinador

El Coordinador debe crear una situación que tienda a la perfecta libertad de discusión. Si fracasa en ésto, el valor principal de la reunión puede disminuir o perderse por entero. Para la consecución de esta perfecta libertad de discusión evitará la sesión avasalladora y la sesión de quejas. No permitirá que el salón de sesiones se convierta en un lugar al que se pueden llevar todos los refunfuños y motivos de queja mezquinos, ni puede convertirse en el mediador para la satisfacción de pequeñas ofensas. Siempre debe tener en cuenta el mayor bien para el mayor número.

A través de la charla o diálogo el Coordinador se propone:

a. Reunir datos,

b. seleccionarlos y valorarlos,

c. lograr decisiones de grupo,

d. desarrollar planes, y

e. ejecutarlos.

5. El buen Coordinador

Detrás de cada buena reunión o charla, hay que encontrar la mano orientadora y el espíritu de un buen Coordinador, Es él quien ayuda al grupo a formar una definición clara de su problema y dirige la reunión hacia la solución. Durante este proceso puede que él necesite asumir diversos papeles. Debe: Planear, fomentar, conducir, dirigir, informar, interpretar, alentar, estimular, arbitrar, juzgar, moderar y conciliar, según lo exija la ocasión. Debe efectuar todo ésto sin que aparezca evidente lo que está llevando a cabo. Realiza ésto ejercitando las cualidades de una buena coordinación.

6. Cualidades de un buen Coordinador.

a. Debe ser un pensador rápido y despejado.
No es necesario que el Coordinador sea el más rápido pensador del grupo, pero si va a imponer el respeto y confianza debe encontrarse entre los más idóneos a este particular. La buena preparación será una gran ayuda.

b. Debe poseer facilidad de expresión.
Esto significa que debe tener la habilidad de hacer uso del idioma libremente

de expresar los pensamientos con claridad. Como Coordinador del pensamiento de grupo de los otros, debe ser capaz de ayudar a los demás de expresar en lenguaje ordinario y claro, los pensamientos que ellos tienen dificultad para manifestar con palabras. También debe poder formular una y otra vez preguntas y tópicos que lleven hacia adelante el pensamiento del grupo. Debe ser capaz de seleccionar palabras correctas al plantear un problema, al hacer el resumen del avance de la conferencia en diferentes intervalos, y al exponer de manera concisa los resultados de la conferencia.

c. Debe poseer capacidad analítica.
Se esperará de él que aclare los problemas. Esto quiere decir que debe analizar y poner de relieve los diversos ángulos para considerar en los puntos de discusión. A través de toda discusión, debe estar activamente ocupado en analizar las contribuciones que favorecen un determinado tipo de solución; a las que se oponen a ella; otras que auspician diferente género de solución; las que se oponen a éste; y asi sucesivamente, hasta que se llegue al estado en que sus esfuerzos puestos mancomunadamente con los asistentes, dan como resultado una "idea de grupo". El Coordinador debe ser capaz de separar lo esencial y lo que merece la pena del conjunto de contribuciones ofrecidas sin orden ni concierto. Debe ver en cada una la parte que se puede usar en la construcción del puente que a fin de cuentas llevará a las conclusiones.

d. Debe ser impersonal.
Asumirá una actitud impersonal. Procurará que a cada persona se le escuche con cortesía y reciba un trato justo por parte de los otros miembros. Aun cuando el propio Coordinador no esté en favor de determinados individuos o ciertos puntos de vista, no debe permitir que sus sentimientos personales dominen su juicio.

e. No debe dejar que el prejuicio influya en su dirección.
El Coordinador que toma partido en cualquier asunto creará asi el antagonismo de los miembros contra los que él está aliándose hasta el grado de hacer imposible la discusión cooperativa posterior. Destruirá la verdadera finalidad de la reunión cerrando las puertas a futuras discusiones.

f. Debe ser paciente.
El Coordinador debe tener paciencia con los esfuerzos balbuceantes de los miembros. Muchos hallarán difícil el pensar en voz alta, y muchos otros encontrarán arduo el expresar sus pensamientos ante el grupo. Lo que tales miembros necesitan de su Coordinador es aliento y ayuda para expresar sus pensamientos. Esto requiere paciencia.

g. Debe tener tacto para manejar a la gente.
La persona discreta posee la habilidad de tratar con otras sin ofenderlas. Cuando en la discusión entra en un intenso prejuicio, ello exige de la

dirección el mayor tacto para impedir que degenere en encono.

h. Debe tener serenidad y moderación
El Coordinador debe infundir a su grupo sentimiento de entusiasmo, valentía y confianza en su habilidad para dirigir. Debe evitar el aparecer demasiado en primer plano, dominando la discusión, expresando sus opiniones con demasiada libertad y pronunciando discursos, como ya se anotó.

i. Debe poseer sentido de humor.
No hay nada que pueda sustituír por completo el buen sentido del humor, para aliviar la tensión y conseguir la expresión libre. Esto le sacará al Coordinador de muchas situaciones delicadas y retendrá el interés de los participantes. Una buena anécdota ayuda con frecuencia a hacer comprender un punto sin herir los sentimientos de nadie. Sin embargo, cuando se está celebrando una discusión seria se debe mantener como tal, y por respeto al grupo que está pensando, evitar la interrupción por medio de dichos ingeniosos y humorísticos.

COMO EL COORDINADOR PUEDE DESARROLLAR Y CONTROLAR LA DISCUSION DE GRUPO.

-Mediante preguntas cuidadosamente planeadas.

-Creando interés por medio del uso de casos de estudio, películas, gráficas, diagramas.

-Alentando la expresión de opiniones por parte de los participantes.

-Reuniendo datos y poniéndolos en un diagrama.

-Valorando datos.

-Determinando un plan de acción.

-Poniendo en lista las desventajas y las ventajas.

-Usando demostraciones.

-Buscando ejemplos para apoyar las aseveraciones hechas.

EVALUACION SOBRE LA EFECTIVIDAD DE LA REUNION

Para clasificarse, anote cada contestación "si", con el valor de seis (6) puntos.

	Si	No
1. Había usted:		
-Planeado la planta física del local	____	____
-Preparado un resumen de la discusión de cada problema	____	____
-Fijado un límite justo de tiempo para los participantes	____	____
-Anticipado una solución precisa para cada problema	____	____
2. Estaba usted:		
-Aplomado y en control del grupo	____	____
-Familiarizado con el temario	____	____
-Haciéndose entender claramente por el grupo	____	____
-En consonancia con el grupo	____	____
-Consciente de no hablar más	____	____
-Receptivo a colaboraciones	____	____
-Presto a desarrollar puntos importantes	____	____
3. Usted:		
-Empezó la reunión a tiempo	____	____
-Demostró interés en el tema	____	____
-Habló al grupo como una sola unidad	____	____
-Pidió opiniones colectivas sobre cada pregunta	____	____
-Obtuvo contestaciones entusiastas	____	____

	Si	No
-Ofreció un plan lógico para solucionar cada problema	_____	_____

Sume el puntaje. Un total de:

70 a 80 : regular

80 a 90 : bueno

90 a 102: excelente

RESUMEN DE LA SITUACION DE ECUADOR

Temístocles Hernández M.*
Edgar Yépez*

En el Ecuador tenemos plena conciencia de que el catastro debe ser elaborado técnicamente y en forma integral, a fin de que su función no solamente sirva como un medio eficaz para logros tributarios sino que, esencialmente, constituya un verdadero banco de datos acerca de todos los Recursos Naturales, económicos y humanos del medio rural, para implementar al país de una fuente informativa básica y dinámica, sobre la cual se estructura una verdadera planificación para el desarrollo.

A la Oficina Nacional de Avalúos y Catastro (ONAC) compete la realización y administración del catastro de los bienes inmuebles rústicos; lo correspondiente a predios urbanos es de responsabilidad de cada uno de los 109 municipios de la república.

A. Breve Reseña Histórica

En 1949, con Decreto Legislativo de 5 de noviembre del mismo año, se encargó a los municipios el manejo del catastro rural, cediéndoles todos los ingresos tributarios respectivos.

Debido a que los mencionados organismos cantonales rigieron dicha función en forma rudimentaria, sin planificación, sin equidad y, consecuentemente, sin efectos económicos favorables, nace la inquietud de unificar y tecnificar entonces, empeñados solamente en alcanzar un mejoramiento en el aspecto tributario, para así robustecer las rentas de los gobiernos locales (municipios) que se debatían en una alarmante estrechez económica. Por ello el 24 de noviembre de 1963 se expidió el Decreto No. 1146 (R.O. 162 de 24 de enero de 1964), centralizando la conformación del catastro en ONAC, como dependencia especializada de la Subsecretaría de Rentas del Ministerio de Finanzas.

Durante los años 1964, 1965 y parte de 1966, los escasos recursos económicos y humanos, y la falta de un buen instrumento legal impidieron que la nueva Institución intervenga directamente para iniciar la realización del catastro. Los funcionarios de ese entonces, que no fueron más de 10 personas, se encargaron de recopilar datos del estado de los

* Ingenieros Agrónomos, participantes del Seminario Regional de Catastro Rural.

registros municipales y de la cartografía existente y elaboraron, a su vez, formularios de campo y oficina en base a los modestos conocimientos adquiridos a través de informaciones bibliográficas y de pequeñas experiencias en el medio rural. Todo ésto con el propósito de convertir a ONAC en Asesora Municipal; pero las tentativas resultaron inútiles, por cuanto el nivel de instrucción de los avaluadores municipales era muy incipiente, heterogéneo y limitado, por cuyo motivo habían llevado el catastro de tal forma que no eran más que unos simples listados de contribuyentes, modificados a gusto y gana de los terratenientes y políticos de turno, quienes amparados en sus triunfos electoreros, gozaban de rebajas y exenciones, mientras que los perdedores, en su mayoría, eran víctimas del "abuso y la extorsión".

Recién en 1966 se implementó a ONAC de un instrumento legal adecuado al dictarse el Decreto Supremo 869 de 12 de agosto de 1966 (R.O. 99 del mismo mes y año), al cual se acompañó un respaldo económico mínimo para iniciar las labores específicas. Para entonces primaba ya un nuevo criterio del catastro, en el sentido de que éste debía ser realizado con finalidad múltiple.

B. Bases Legales que Corroboran la Función Catastral

a. Decreto Supremo No. 1146 de 29 de noviembre de 1963 (Registro Oficial No. 162 de 24 de enero de 1964).

b. Decreto Supremo No. 869 de 12 de agosto de 1966 (R.O. No. 99 de 17 del mismo mes y año).

c. Ley de Régimen Municipal.

d. Ley de Fomento Agropecuario y Forestal.

e. Ley y Reglamento de Plusvalía.

f. Ley de Abolición del Trabajo Precario en la Agricultura.

g. Decreto Supremo No. 1001 de 1o. de setiembre de 1970, Referente a la Expropiación de áreas arroceras.

h. Decreto Supremo No. 70 del 15 de enero de 1971, en el que se declara Zona de Interés Nacional a la Cuenca del Río Guayas.

i. Ley de Reforma Agraria y Colonización.

j. Ley de Impuesto a la Renta.

k. Código Fiscal.

l. Ley de Presupuesto del Estado.

C. Impuestos que se Cobran a Través del Catastro

a. Predial Rústico (Municipal. Corresponde 10% de la recaudación a ONAC)

b. Compra y venta de casas y terreno (Fiscal)

c. Plusvalía (Fiscal)

d. Renta agrícola presuntiva (Fiscal)

e. Herencias, legados y donaciones (Fiscal)

f. Alcabalas y registros (Municipal)

g. Otros adicionales (Municipal. Difieren de una jurisdicción a otra)

D. Realizaciones

Sobre las cartas topográficas y la fotografía aérea del Instituto Geográfico Militar se demarca cada uno de los predios, determinando gráficamente sus linderos, clasificación potencial del suelo y uso del mismo, disponibilidad de recursos hídricos, vías de comunicación, etc. precisando, además, los rendimientos y costos de producción. La integración por sectores de los datos obtenidos a nivel predial permite apreciar de una manera exhaustiva los fenómenos de la realidad agropecuaria de las diferentes zonas del país.

Hasta la presente fecha, de las 27'230.000 hectáreas (aproximadamente) que tiene el Ecuador, considerando que un 60% de esta superficie constituye terrenos aptos para la explotación agrícola-pecuaria y forestal, únicamente hemos catastrado 1'450.000 hectáreas a un costo promedio por hectárea de 12.9 sucres, en 19.500 predios de los 670.000 existentes.

Nuestro trabajo se ha orientado a las zonas de mayor interés económico, con ello hemos logrado incrementar considerablemente la recaudación de 32 municipios intervenidos y del Fisco. Y, lo fundamental, hemos iniciado la elaboración del Mapa Agrícola, dando servicio a muchas instituciones que tienen relación con el medio rural.

La buena intención de quienes hacemos ONAC ha sido el factor preponderante que ha permitido dar estos pequeños pasos en la elaboración del catastro; desgraciadamente las limitaciones económicas y legales han impedido que ONAC preste un mejor servicio. Sin embargo, estamos gustosos de haber sentado, en estos seis años de trabajo, los cimientos para futuras realizaciones.

El gobierno actual, consciente de la importancia del catastro múltiple, se encuentra empeñado en mejorar y acelerar esta función, para lo cual existe un proyecto de ley tendiente a crear un nuevo organismo denominado "Servicio Ecuatoriano de Inventariación y Catastro" (SENIC), con base a la existencia del Instituto Geográfico Militar, la Junta de Planificación y Coordinación Económica y ONAC; el mismo que estará robustecido por las atribuciones que le asignan dentro del medio rural y urbano. (Ver anexo No. 1)

Aspiramos alcanzar pronto nuestros objetivos, proyectándonos en un sentido práctico, para que el catastro cumpla su legítima función económica y social.

Por lo demás, esperamos que los vínculos entre los países presentes en este seminario no sean momentáneos, pues será necesario permanecer relacionados a través del tiempo, para así formar la gran "Familia Catastral Latinoamericana".

SG/cjr VIII-31-1972

Anexo No. 1

PROYECTO DE LEY DE INVENTARIO DE RECURSOS NATURALES Y CATASTRO

EXPOSICION DE MOTIVOS

1. En la formulación de planes y programas para el desarrollo económico y social de un país, preséntase para su planteamiento y resolución adecuados, la necesidad de disponer del acervo estadístico más completo posible sobre la cuestión de que se trate, pues sin él sería mínima la posibilidad de acertar en la elección de la solución más conveniente.

Infortunadamente, en el caso ecuatoriano, la falta de datos estadísticos confiables y actualizados ha constituido un grave factor limitante para un mejor desenvolvimiento de la mayor parte de Entidades y Organismos Públicos y Privados, ya sea en las tareas de programación como en la ejecución y evaluación de los programas y proyectos específicos a ellos asignados, dentro del marco de acción de un Plan General de Desarrollo Económico.

La insuficiente información estadística sobre el Sector Agrario, que es más aguda que en el resto de sectores económicos, ha impedido determinar a ciencia cierta las medidas apropiadas para la solución de los problemas del medio rural.

En consecuencia, es realmente indispensable y urgente concentrar los esfuerzos de los distintos niveles de Gobierno y ciudadanía en general, a fin de disponer de servicios informativos de carácter nacional, organizados de tal manera que puedan proporcionar en todo momento cifras y datos reales y actualizados relativos a los fenómenos económicos, sociales, jurídicos, etc., de los recursos naturales del país.

2. La inaplazable necesidad de contar con un completo inventario y registro de los recursos naturales ha sido ya puesta de relieve por varios organismos nacionales e internacionales.

La Junta Nacional de Planificación y Coordinación Económica ha puntualizado, en inumerables documentos, la necesidad de resolver el problema que significa la falta casi total de informaciones respecto de los recursos naturales y humanos del país, de las características de los núcleos urbanos, etc., lo cual limita el planteamiento de una precisa acción en pos del progreso económico y social que impide el cabal cumplimiento de las tareas asignadas a las diversas instituciones nacionales, de acuerdo con las directivas de un Plan General de Desarrollo.

La investigación llevada a cabo en ochenta y cinco municipios del país por la Junta Nacional de Planificación y Coordinación Económica en 1962, puso de manifiesto que la organización catastral en la mayor parte de dichos municipios adolecía de ciertas deficiencias en el orden técnico, administrativo y programático.

Los Planes de Desarrollo Económico y Social del Ecuador han recomendado la racionalización y tecnificación del sistema catastral para corregir tales deficiencias, lo que solo será posible si se cuenta previamente con un completo inventario de los recursos naturales como el que se aspira a lograr mediante la aplicación de esta Ley.

La Ley de Reforma Agraria y Conolización consagra la importancia y necesidad de establecer un adecuado inventario que permita la mejor programación de sus planes de acción, y un registro que asegure la consolidación de la nueva estructura de tenencia y uso de los recursos territoriales.

Organismos internacionales, como el Comité Interamericana de Desarrollo Agrícola (CIDA), la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), la Comisión Económica para la América Latina (CEPAL), el Comité de los Nueve de Alianza para el Progreso, la Misión del Punto IV, etc., recomiendan en sus estudios sobre el Ecuador, que, para preparar, realizar y evaluar la planeación del desarrollo económico y social, se debería contar con inventarios y catastros que contengan una serie completa de informaciones básicas relativas a los recursos naturales y humanos y a los aspectos institucionales y estructurales del medio rural y urbano.

3. Un estado moderno no puede seguir aferrado al criterio de contar con un simple catastro de efecto tributario, concepto clásico ya superado definitivamente; por el contrario, necesita contar con un completo inventario de sus recursos naturales, del cual es solo una parte o aplicación del catastro para fines tributarios.

En la actualidad no existe el organismo especializado que tenga la capacidad indispensable para realizar los trabajos de inventariación de los recursos naturales del país en toda su amplitud. La Oficina Nacional de Avalúos y Catastros, que es una dependencia directa del Ministerio de Finanzas, ha efectuado en los últimos años las tareas encaminadas a establecer el avalúo de la propiedad rústica y confeccionar los correspondientes registros de contribuyentes de acuerdo con el Decreto Supremo número 869, publicado en el Registro Oficial número 99, de 17 de agosto de 1966.

Al respecto se debe indicar que resulta inadecuado que las tareas de investigación agronómica y los análisis que de ellas se derivan, deban ser afrontados por el Ministerio de Finanzas, puesto que sería apartarse de las funciones específicas asignadas a éste por la Ley de Régimen Administrativo. Le compete sí, en materia tributaria aplicable a los predios urbanos y rústicos, establecer la base imponible de ellos y emitir los títulos de crédito para la recaudación de los impuestos prediales por parte de los respectivos consejos Municipales.

Si no existiese en el país el organismo técnico encargado de recopilar, analizar y proveer los datos pertinentes que requieren las diferentes instituciones y dependencias públicas interesadas en los problemas del medio urbano y rural, sería razonable que estas continúen realizando sus propios trabajos de investigación de campo para sus fines

específicos. Pero si se organiza un Servicio Central, como el que se crea con la presente Ley, es obvio que a dichas entidades y oficinas no les corresponderá otra cosa que solicitar al SENIC todo cuanto precisen para el mejor cumplimiento de sus funciones particulares. Esto, a más de conseguir un considerable ahorro de gastos y recursos de distinto género, permitirá unificar, a la vez que generalizar metodologías y principios técnicos, conforme lo exija la moderna programación del desarrollo económico y social de los países en vías de progreso.

Cuando, por la naturaleza de sus funciones, una institución debe servir a varios organismos públicos y privados, de manera que las necesidades de información estadística se satisfagan en forma imparcial, eficiente, oportuna y permanente; en este caso es imprescindible y conveniente que tal tipo de instituciones dispongan de una bien entendida autonomía en el orden operativo, financiero y administrativo.

Por intermedio del Consejo Directivo, el SENIC estará convenientemente ligado a los Ministerios y organismos públicos, que tienen que ver con el problema inventarial y catastral; de este modo se mantendrá una estrecha colaboración y coordinación entre los distintos niveles de administración pública con el fin de lograr, en el plazo más corto posible, disponer de un completo inventario y registro de los recursos naturales, como punto de partida para la programación del desarrollo económico y social del Ecuador, a nivel regional y nacional, en sus múltiples aspectos.

Como beneficiarios directos e inmediatos de la acción del SENIC, entre otras entidades públicas y privadas, se contarán a los Municipios del país, toda vez que la organización catastral y la administración y recaudación del impuesto urbano y rústico actuales no han permitido modernizar los procedimientos y, por lo tanto, no ha sido posible incrementar los ingresos derivados de la tributación predial. El SENIC proporcionará al Ministerio de Finanzas, a medida que avancen los trabajos de campo y gabinete en todo el territorio nacional, los datos e informes suficientes para que éste realice el procedimiento pertinente y entregue a los Municipios los títulos de crédito para la recaudación de impuestos prediales.

Resulta muy justo, en consecuencia, que los Municipios contribuyan al financiamiento de los gastos de levantamiento y conservación del catastro predial urbano y rústico, toda vez que de hoy en adelante sus funciones y los gastos que demandaban se eliminarán casi totalmente, debiendo concretarse unicamente a la tarea de la recaudación de impuestos; ésto, como es fácil de comprender, hará que los Municipios incrementen sus rentas, tanto por el ahorro de los gastos actuales destinados a los avalúos y preparación de los registros de contribuyentes (catastros) como por la tecnificación del sistema de cálculos imponibles y la implantación de un eficiente procedimiento en la recaudación y administración de los impuestos prediales. El aporte del que habla el artículo 24 de esta Ley será efectivizado en condiciones y plazos sumamente razonables y convenientes a los intereses municipales, y, por lo mismo, sin menoscabar sus actuales recursos financieros.

Los beneficios que recibirán los distintos Ministerior, entidades y organismos públicos justifican sobradamente el que el Estado aporte con el cincuenta por ciento del costo de levantamiento y conservación del inventario de los recursos naturales y el catastro de predios rústicos, pre-inversión que necesariamente deben hacer los países que están decididos a elevar su nivel de progreso económico y social, mediante la aplicación de adecuadas políticas de desarrollo.

4. La elaboración de los documentos cartográficos oficiales ha sido encomendada, de acuerdo con la Ley de la Carta Nacional, al Instituto Geográfico Militar, organismo que cuenta con la base técnica, instrumental e instalaciones adecuadas que pueden garantizar el mejor cumplimiento de esta fase de los trabajos. Para la elaboración del Catastro Geométrico o Físico esta Ley contempla la provisión de los fondos necesarios.

5. Resulta evidente que con la actual documentación catastral y sistema registral, el derecho de propiedad no ha podido garantizarse con precisión, porque en tales documentos no está definido de manera perfecta el bien objeto del derecho.

Ésta Ley prevé dicha anomalía y procura conseguir tal garantía mediante el establecimiento de los adecuados cauces de intercambio y coordinación de la documentación entre las Notarías y Registradurías de la Propiedad y el Servicio de Inventario y Catastro, lo que permitirá que el derecho de la propiedad esté respaldado con la documentación cartográfica y literal correspondiente a cada predio y a cada propietario.

6. Es imprescindible señalar brevemente cúal ha sido el camino seguido desde el primer anteproyecto hasta la presentación final de esta Ley.

El Instituto Geográfico Militar preparó el primero y el segundo anteproyecto de Ley y ha manifestado en todo momento un especial interés porque el país pueda contar con una Ley realista y práctica respecto al inventario de los recursos naturales y al catastro.

La Junta Nacional de Planificación y Coordinación Económica y el Instituto Ecuatoriano de Reforma Agraria y Colonización, participaron decididamente en la preparación del último anteproyecto de Ley, a sabiendas de la necesidad que tiene el país de disponer de un instrumento inobjetable para su fácil desenvolvimiento. Los diversos anteproyectos fueron entregados para su estudio y opinión a varios organismos gubernamentales que se estimó tenían que ver con los problemas inventariales y catastrales.

Finalmente, la Junta Nacional de Planificación y el Instituto Geográfico Militar, considerando la política de transformación que inspira al actual Gobierno, en particular su decisión de fortalecer las actividades implicadas en el proceso de planificación del desarrollo socio-económico del país y, en el convencimiento de que es la oportunidad propicia para la expedición de un instrumento legal, de incuestionable importancia nacional, han preparado, en base al último anteproyecto, el texto definitivo de la presente Ley.

En resumen, la Ley de Inventario de los Recursos Naturales y Catastro, es el producto de la consulta global hecha a instituciones estatales y organismos privados que han manifestado la necesidad de su expedición toda vez que con ella se hace realidad un anhelo de siempre y se facilitará el cumplimiento de los planes y programas de Desarrollo Económico. Se confía que esta Ley permitirá sentar las bases para una nueva etapa en la conducción de la política económica y fiscal del Estado, de los Municipios y demás entidades de derecho público y privado.

"Para llegar a este objetivo es necesaria la participación viva y directa de organismos ténicos como el Instituto Geografico Militar, La Junta Nacional de Planificación y Coordinación Económica y otros que con su trabajo e investigaciones permitirán a esta Institución contar con los elementos indispensables para realizar el verdadero inventario de los Recursos Nacionales que faciliten una mejor planificación y uso de los mismos con el fin de orientarlos a un destino verdadero que es el desarrollo socio-económico del país."

SG/cdet IX-1o. 1972

LA HISTORIA DE ADAM GRAMLICH

Este suceso ocurrió en 1910, antes de que naciera lo que hoy conocemos como "extensión"; o por lo menos, antes de aprobarse la Ley que se conoce como Smith-Lever. (1914)

Conforme vayamos describiendo la actuación y los hechos que ocurrieron, querrían ustedes hacer dos cosas, por favor?

Primera, tomen nota de la función de extensión que más se ajusta a los principales protagonistas.

Segunda, fíjense en los diferentes medios de comunicación que se usaron.

Una vez que terminemos el relato, discutiremos sobre sus notas y sobre las observaciones que tengan que hacer sobre la historia.

Adam Gramlich, que vivía cerca de Papillion, en Nebraska, le iba muy bien en su negocio de lechería. El se sentía muy orgulloso de las 13 vacas lecheras que tenía. En su casa se hacía mantequilla para venderla en Papillion, lo cual significaba una buena entrada para la familia.

Y aquí es donde comienza en verdad la historia. Un sobrino de Adam, llamado Howard Gramlich, había entrado en el último otoño como estudiante en el Colegio de Agricultura de Nebraska. En una de sus clases, Howard había aprendido los peligros que para la salud y la economía implicaba la tuberculosis del ganado. Había aprendido además que era imposible descubrir la mayoría de las enfermedades en los animales con sólo mirarlos y el valor de la prueba de temperatura para localizar y eliminar la enfermedad en los hatos de animales infectados, antes de que contagiaran al resto del ganado.

Howard, que estaba de vacaciones en la casa, le contó a su tío lo que había aprendido acerca de la tuberculosis y la prueba de la tuberculina. Junto con sus vecinos, ambos conversaron acerca de la conveniencia de examinar sus vacas. La mayoría de los vecinos pensaron que esa prueba era cosa de tontos. El tío Adam no estaba muy seguro de ello. El conocía a un veterinario, el doctor H. E. Smith, del Departamento de Industria Animal del Gobierno, quien estaba destacado en los alrededores. El haría el trabajo sin cobrar, y en vista de la preocupación de su sobrino, Adam se decidió a llamarlo.

La actitud del vecindario era una mezcla de curiosidad, excitación y desconfianza, cuando el doctor Smith comenzó a tomar una serie de temperaturas rectales a las 13 vacas, para determinar su nivel normal. El recelo fue mayor cuando el doctor sacó una pequeña jeringa hipodérmica e inyectó una pequeña cantidad de tuberculina en cada vaca; esperó 16 horas y volvió a tomar otra serie de temperaturas para ver si alguna vaca había reaccionado con temperaturas suficientemente altas como para indicar que tenía tuberculosis.

El informe del doctor Smith provocó desaliento en Adam Gramlich e indignación en la comunidad. Según él, seis de las 13 vacas habían reaccionado y deberían venderse para ser sacrificadas.

Adam aguantó su desaliento y se calló, pero sus vecinos estallaron: "Esa prueba es una farsa. Cualquiera puede ver que las vacas no están enfermas". "Yo apostaría que las vacas estaban bien. Al inyectarles el veneno las enfermaron. El es responsable por todo". "Lo mejor es que no venga a mi hacienda. Le pegaré un tiro si llega".

El doctor Smith era de origen campesino y había sido vaquero. Durante las largas horas que tuvo que pasar en la finca de los Gramlich examinando las vacas, él y Adam tuvieron tiempo de conversar ampliamente sobre muchas cosas. Adam encontró que el doctor Smith sabía de vacas y conocía los problemas de los ganaderos. Dada su experiencia, el doctor Smith pudo aportar ideas y sugerencias que Adam aceptó. El contacto con el doctor le había dejado la impresión de que era sincero y de que podría confiar en él.

"Bien, dijo Adam Gramlich, si hemos llegado hasta aquí, lleguemos hasta el final". Alistó las seis vacas que habían reaccionado, para enviarlas al matadero que estaba en los alrededores de Omaha del Sur, a fin de que las pudieran faenar o destazar bajo el control del Inspector Federal de Carnes.

Ante la insistencia de Adam, 14 de sus vecinos guardaron las escopetas y se fueron con él, el doctor Smith y las seis vacas, para Omaha.

Dieciseis pares de ávidos ojos vieron como la cuchilla del Inspector cortaba a través de las vísceras llenas de los característicos tubérculos en dos de las vacas. Cuando se abrieron las otras cuatro vacas, los tubérculos se encontraron diseminados en todo su interior.

Adam Gramlich pidió y obtuvo un favor que los inspectores de hoy día quizás no le concederían: Los pulmones y el hígado de una de las vacas infestadas. En una gran sartén y con los rótulos correspondientes, esos órganos fueron después el centro de atracción en la ventana de la farmacia principal de Papillion.

En el número siguiente del periódico local apareció un reportaje de lo que habían visto los vecinos cuando las seis vacas fueron abiertas en

el matadero. Los nombres de los 14 vecinos y de Adam Gramlich aparecían confirmando lo dicho.

En los días siguientes, el doctor Smith se pasó muy ocupado examinando el ganado en el área de Papillion. Se olvidaron las escopetas. Los hechos conocidos y considerados por todos habían convencido a todos. Todos estaban de acuerdo en la conveniencia de examinar si sus animales tenían tuberculosis.

Y esta historia tiene un final feliz. Muy pocas vacas reaccionaron positivamente en los demás hatos. El examen no había librado de la infección a las seis vacas de Adam Gramlich, pero había llegado a tiempo para eliminar las causas de infección en los demás hatos. Todos los vecinos estaban contentos de que Adam hubiera querido hacer la prueba. También estaban agradecidos con el doctor Smith por su buena ayuda. Ahora sí creían que la prueba termal para determinar la tuberculosis, era algo que valía la pena.

Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas de la OEA

Dirección Regional para la Zona Sur

PROGRAMA COOPERATIVO PARA EL DESARROLLO DEL TROPICO AMERICANO

IICA-PROTROP

Ministerio de Agricultura

INSTITUTO NACIONAL DE COLONIZAQAO E REFORMA AGRARIA, INCRA

SEMINARIO SOBRE SISTEMAS DE COLONIZACION EN LA AMAZONIA (TROPICO HUMEDO)

Belén, Pará, Brasil
Noviembre 6-11, 1972

A. Antecedentes

La Comisión Asesora del Programa Cooperativo para el Desarrollo del Trópico Americano aprobó en su II Reunión Anual, realizada en octubre de 1971 en Manaus, Amazonas, Brasil, una actividad específica, propuesta por la Dirección Regional para la Zona Sur del IICA a solicitud del Ministerio de Agricultura de Brasil, relacionada con la organización de un Seminario sobre Colonización de la Amazonía.

En esa oportunidad los Representantes de los Gobiernos de Bolivia, Brasil, Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela, presentes en la reunión, recibieron un esquema del Temario Tentativo del Seminario, con el encargo de someterlo a consideración de los organismos de colonización de sus respectivos países y de enviar sus sugerencias y comentarios a la Secretaría Ejecutiva del Programa, unidad encargada de elaborar el temario definitivo.

En la III Reunión Anual de la Comisión Asesora, celebrada en Guayaquil, Ecuador, del 26 al 29 de junio de 1972, los Representantes de los Gobiernos aprobaron una partida presupuestal para llevar a cabo esa actividad y solicitaron al Gobierno de Brasil colaborar con la Secretaría Ejecutiva en la organización del Seminario.

El Representante de Brasil informó a los miembros de la Comisión Asesora que el Gobierno de su País se comprometía a brindar todo el apoyo necesario para que dicho evento se realice la primera quincena de noviembre, en el Estado de Pará, Brasil, con el patrocinio del Ministerio de Agricultura y del Instituto Nacional de Colonizacao e Reforma Agraria, INCRA.

B. Objetivos

El objetivo básico del Seminario estará íntimamente ligado a los aspectos técnicos del proceso de colonización.

1. Objetivos Generales

a. Intercambiar experiencias sobre colonización de los trópicos húmedos.

b. Discutir alternativas de uso de los recursos naturales de los trópicos húmedos; infraestructura; y, formas de organización de la producción, comercialización y servicios, en función de las características de la Amazonía, dentro de los sistemas de colonización.

c. Intercambiar conocimientos y experiencias sobre metodología de planificación, ejecución y coordinación de sistemas y programas de colonización en regiones de bosques trópicales húmedos.

2. Objetivos Específicos

a. Obtener conclusiones técnicas que tiendan al desarrollo de los procesos de colonización de los trópicos húmedos americanos y a la utilización racional de sus recursos naturales.

C. Lugar y Fecha

El Seminario se realizará en Belém, Pará, Brasil, del 6 al 11 de noviembre. Los días viernes 10 y sábado 11 serán dedicados a visitar y observar el proceso de colonización de la Transamazónica.

Los participantes deberán llegar a Belém el domingo 5 de noviembre.

D. Participantes

En el Seminario participarán técnicos de Bolivia, Brasil, Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela; preferentemente, funcionarios de los organismos de colonización, con experiencia en trópicos húmedos.

También, participarán invitados especiales y observadores de organismos nacionales e internacionales, interesados en el desarrollo del trópico americano. Las invitaciones para los organismos brasileños serán cursadas a través del Ministerio de Agricultura y del INCRA. El IICA tendrá a su cargo las invitaciones para los organismos nacionales e internacionales fuera de Brasil.

Se considera conveniente que el número total de participantes no sea superior a cuarenta (40) técnicos.

E. Idiomas

Español, portugues e inglés. Habrá traducción simultánea del inglés al español o al portugués.

F. Temario y Mecánica del Seminario

1. Exposiciones sobre Experiencias en Colonización de los Trópicos

a. Informes sobre las experiencias de los países amazónicos

Los participantes de Bolivia, Brasil, Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela presentarán documentos informativos de sus programas de colonización en la amazonía. Dichos informes serán comentados por los participantes. Al final de las exposiciones un Comité de Redacción elaborará un resumen de los programas de colonización de los seis países amazónicos.

Dichos documentos deberán ser elaborados por los participantes a la reunión y enviados a la Secretaría Ejecutiva del IICA-PROTROP con un mes de anticipación a la fecha del Seminario de Belém.

b. Experiencias en Colonización de Otros Países Tropicales

Invitados especiales expondrán y comentarán experiencias en colonización de otros países situados en regiones tropicales fuera de América Latina. Los documentos correspondientes deberán ser remitidos a la Secretaría Ejecutiva con un mes de anticipación a la fecha de la reunión.

2. Sistemas de colonización

El Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas de la OEA, a través de la Secretaria Ejecutiva del Programa Cooperativo, presentará documentos básicos de discusión, que serán comentados por los participantes. Estos documentos serán expuestos por técnicos especialmente invitados por el IICA, con amplios conocimientos en los diferentes asuntos a tratar. Los temas de discusión serán los siguientes:

a. Alternativas de uso de los suelos amazónicos

b. Infraestructura

c. Planificación física

d. Organización de la Producción y Comercialización

e. Servicios de Asistencia Técnica y Crediticia

f. Coordinación interinstitucional de programas de colonización

3. Conclusiones

Se espera que los comentarios y discusión de los documentos básicos genere conclusiones técnicas, que serán elaboradas por un Comité de Redacción.

4. Visita a los proyectos de colonización en el area de la transamazónica

El Comité de Coordinación del Seminario elaborará un programa de visitas a los proyectos de colonización de Altamira para los dos últimos dias de la reunión. El viaje de Belém a Altamira y regreso se hará en avión.

G. Financiamiento

1. Los gastos de pasajes y viáticos de los Técnicos Nacionales (Brasil) que participen como observadores del Seminario, correrán por cuenta de los organismos a los cuales ellos pertenecen.

2. Los gastos de pasajes aéreos clase turista y viáticos de los técnicos de Bolivia, Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela, serán financiados con recursos propios de IICA.

3. Los demás gastos de organización y ejecución del Seminario serán de la responsabilidad del Ministerio de Agricultura de Brasil y del INCRA.

H. Coordinación del Seminario

La coordinación de este evento estará a cargo de un Comité, integrado por funcionarios de los siguientes organismos:

1. Ministerio de Agricultura, MA

   Doctor José Alfinito, Coordinador Regional do Norte
   Ministerio da Agricultura
   Belén, Pará, Brasil

   Doctor José Ubirajara Coelho de Souza Timm, Assessor
   Subsecretaría de Planejamento e Orcamento - SUPLAN
   Ministerio da Agricultura
   Brasília, D.F., Brasil

2. Instituto Nacional de Colonizacao e Reforma Agraria, INCRA

   Eng. Agro. José Carlos da Costa Martins, Assistente
   Secretaría de Planejamento e Coordenacao-INCRA
   Ministerio da Agricultura
   Brasilia, D. F. Brasil

3. Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas de la OEA, IICA

   Dr, José Irineu Cabral, Representante
   Representacao do Brasil
   IICA-OEA
   Caixa Postal 16.074-Zc-01
   Rio de Janeiro, GB, Brasil

   Doctor Luis A. Montoya, Secretario Ejecutivo
   Programa Cooperativo para el Desarrollo del Trópico Americano
   IICA-PROTROP
   Caixa Postal 917
   Belé Pará, Brasil

ct/IX/19/72

MARSHALL McLUHAN*

Naim Kattan

Marshall McLuhan es ya un personaje, una figura pública que suscita controversias y polémicas. Sus discípulos lo siguen con ciego entusiasmo, hipnotizados por la novedad de su pensamiento, hechizados por su personalidad. Sus detractores se dedican a descubrir en sus escritos las contradicciones aparentes, las ambiguedades, las imprecisiones y con maligno placer lo ridiculizan y rechazan en bloque su pensamiento.

McLuhan es canadiense, nacido en Edmonton. Hizo sus estudios en la Universidad de Manitoba y luego en Cambridge, Inglaterra, donde obtuvo el doctorado en literatura inglesa. Enseñó literatura en las Universidades de Wisconsin y de Saint-Louis antes de ser profesor en el St. Michael's College, en la Universidad de Toronto, donde dirige el "Center of Culture and Technology".

Dos libros establecieron la gran reputación de McLuhan: The Gutenberg Galaxy, publicado en 1962, y Understanding Media, que apareció dos años después. Ya se han vendido más de 60.000 ejemplares de estas dos obras, en la edición norteamericana. Pronto aparecerán traducciones al alemán, al francés...

Las ideas de McLuhan interesan a distintos tipos de público, y en distintos niveles. Quienes están ligados a la publicidad, la radio, la televisión, y también al ámbito editorial, leen con avidez sus paradojas y sus aproximaciones brillantes. Otros han encontrado en él al teórico de la era técnica, al filósofo de los medios de comunicación. Otros, por último, ven en él a un poeta que disimula su identidad tras los espolios de un hombre de ciencia. Sin duda todos tienen razón, y el pensamiento de McLuhan, hecho de generalizaciones y de teorías globales, se presta a esas múltiples interpretaciones. No obstante, es preciso liberar al hombre de su personaje, distinguir entre el pensador y aquél a quien se está trasformando en consultor de la industria, cuando no en bufón público. La obra de McLuhan es importante por motivos aparentemente distintos, pero que, en razón de la naturaleza misma de su pensamiento, se vinculan con la técnica y el arte. McLuhan no es ni un científico ni un poeta. Su escritura no es académica, ni tampoco literaria. Más bien se sitúa en los confines de la ciencia y de la literatura,

Tomado de: Katan, N. et al. Análisis de Marshall McLuhan. Traducción de Alejandro Ferreiroa. Buenos Aires, Tiempo Contemporáneo, 1969. pp. 9-25.

en su punto de encuentro. Por eso es fácil comprender que haya sido adulado o vilipendiado por los científicos y por los literatos. No hay en esta actitud un oportunismo superficial. Su pensamiento describe la lógica para declararla muerta. La abundancia de paradojas y la expresión espontánea de actitudes aparentemente contradictorias, forman parte de este pensamiento en permanente elaboración.

La primera idea básica de McLuhan es que cada técnica constituye una prolongación de uno de los sentidos del hombre. La historia de la humanidad está hecha de descubrimientos de técnicas que permitieron el predominio de uno o varios de nuestros sentidos. En sus relaciones con la naturaleza, el hombre primitivo hacía uso de todos sus sentidos. Sus relaciones con los objetos y los hombres tenían un carácter global. El hombre tribal no separaba la audición, el tacto y la visión. Vivía en la instantaneidad, en la espontaneidad. La célula tribal era completa, respondía a todas sus necesidades. Después el hombre descubrió el alfabeto. Esto trastornó su manera de vivir e hizo nacer una nueva civilización. El descubrimiento de la imprenta no hizo más que acentuar las repercusiones del descubrimiento del alfabeto. Pero esa civilización ha concluído, para dar paso a una nueva, a la civilización de la era tecnológica. Es por sus sentidos como el hombre toma contacto con su entorno, y el sentido que lo liga con el entorno modifica su conducta y su mentalidad. Para medir la profundidad de las modificaciones que aportó a nuestra vida la revolución tecnológica, basta analizar el efecto producido por la revolución precedente, la que creó la civilización de la imprenta, y que está en vías de desaparecer. Sobre todo porque siempre hay un desajuste entre un cambio tecnológico y la modificación de la conducta humana.

A comienzos de la era del alfabetismo y de la imprenta, el hombre vivía aun con sus hábitos de la era tribal, prealfabética. Ya ha sonado la hora tecnológica, pero la civilización de la imprenta informa aun nuestros hábitos de pensamiento. Es el retrato de esta civilización el que traza McLuhan en la primera de sus dos obras importantes, The Gutenberg Galaxy.

El hombre tribal prealfabético estaba ligado al mundo por todos sus sentidos, y muy particularmente por el del oído. Con el alfabeto fonético, la vista reemplazará al oído. Durante varias generaciones, un conflicto marcó este período de transición entre una civilización oral y una nueva civilización visual. Los escolásticos utilizaban los métodos de la época oral y rechazaban las nuevas normas de la era visual. Cada técnica es, en sus comienzos, un marco y un instrumento, un medio. Su contenido pertenece a la técnica precedente. Así los primeros libros escritos eran sólo el registro de una cultura oral. En este período, no se concebía una lectura que no fuera realizada en voz alta. A un fenómeno similiar se asistirá al comenzar la edad de la electricidad. Los primeros films extraían su contenido de lo impreso. McLuhan cita varios ejemplos de este período de transición entre una cultura oral y una cultura visual: Don Quijote, de Cervantes, y luego El rey Lear, de Shakespeare.

La imprenta introdujo la técnica de la máquina, poniéndola al servicio del alfabeto fonético. Lo impreso es uniforme y repetitivo. Toda la revolución industrial y todo el pensamiento moderno arrancaron de allí, tanto el trabajo en serie y en cadena como el pensamiento individual. El área del hombre tribal era una aldea global. Y también un ámbito de terror. Con el alfabeto, y luego con la imprenta, el hombre aisló un sentido la vista, que terminó por dominar a los demás. Sin duda en ésto había un empobrecimiento y toda la alienación del hombre en relación con su medio se originó en esta separación de los sentidos.

Lo impreso invadió todos los campos, trasformándolos. Ante todo, el de la literatura misma. Un estilo nuevo reemplazó al de la literatura oral. La puesta en el mercado de la mercaderías, y su distribución, hubieran sido imposibles sin lo impreso. Además, la colectividad se eclipsó ante el individuo, y el hombre entero ante el hombre dividido.

En The Gutenberg Galaxy, McLuhan pasa revista a las diferentes fases de la penetración de la imprenta en la vida medieval. En aquella época el estudiante era el editor al mismo tiempo que el lector de los autores que leía. En la antigua tradición cristiana no se concebía la publicación de las obras filosóficas y teológicas. En el siglo XII, el modernismo se tradujo en la publicación de los manuscritos. Según McLuhan, también el arte medieval surgió del nuevo fenómeno visual. La arquitectura gótica es una arquitectura visual atravesada por la luz, y no iluminada desde el exterior. Cuando la memoria dejó de ser el único medio de conservar la información, el sentido literal de un texto ya no fue el sentido único, como lo era para el hombre oral. Y el incremento de la cantidad de información transmitida favoreció una organización visual del conocimiento.

En el Renacimiento, la edad visual ya estaba bien instalada, y fue entonces cuando la antiguedad proveyó las fuentes de conocimiento de la nueva era. La Italia del Renacimiento, dice McLuhan, se había convertido en una especie de Hollywood, donde se conservaban y exponían las obras de la antiguedad. El alfabeto, y luego la tipografía, permitieron la descentralización del poder. Además, cada hombre podía esperar, en cierto momento, obtener ese poder en la medida en que fuera apto para controlar los instrumentos de la nueva técnica. La invención de la tipografía confirmó y extendió el dominio del conocimiento aplicado.

En la cultura oral, no existían autores y público. Fue la tipografía la que los creó haciendo de la cultura una mercancía, un objeto que se conserva y se intercambia. Hicieron falta varias generaciones para que el estilo de una literatura escrita desplazara al de una literatura oral que subsistía al comienzo de la era de la escritura y hasta de la imprenta.

La mecanización creó la homogeneidad, haciendo desaparecer el pluralismo medieval. La civilización visual es lineal. Ahora es posible el movimiento ascendente y que el progreso sea una norma de la vida social. El lenguaje mismo pasa a ser una mercancía trasportable, cuando sólo era un medio de percepción y de exploración.

La introducción de la tipografía en la vida de una sociedad conmueve sus cimientos tradicionales. La economía se modifica y da lugar a la producción masiva, el trabajo artesanal pasa a ser trabajo en cadena y la vida colectiva retrocede ante la autonomía del individuo. En una palabra, lo impreso ha trazado una frontera entre la cabeza y el corazón. Según McLuhan, se trata de un traumatismo que afectó a Europa desde Maquiavelo hasta nuestros días. Por lo demás, este pensador no hace más que describir un estado de espíritu originado en una nueva técnica. La división de la persona, y del trabajo, dio lugar a otras divisiones: entre el poder y la moralidad, entre el dinero y la moralidad. Al contar y al medir, se produjo en el siglo XVI el gran divorcio entre el arte y la ciencia.

Lo impreso ha trasformado a las lenguas habladas en medios de comunicación de masas, creando así las fuerzas uniformes y centralizadas del nacionalismo moderno. Los historiadores que hacen remontar el surgimiento del nacionalismo al siglo XVI no explican de una manera satisfactoria las razones que suscitaron esta pasión. La imprenta parece ser la que más corresponde a la realidad. Algunos países resistieron la intrusión de la imprenta en su vida colectiva. Es el caso de los españoles. Estos asociaron lo impreso y la escritura con las tradiciones árabes cuyos vestigios rechazaban.

Fue la tipografía la que fijó las lenguas escritas. No existían gramáticas antes de la imprenta, y fue ésta la que originó tanto las malas gramáticas como las lenguas puras, cuya víctima fue el latín, que murió asfixiado por el afán de pureza de sus protectores.

En las sociedades orales, nadie cometía errores gramaticales. Esta reducción de la vida consciente a un solo sentido, el visual, esta nivelación del hombre, dieron lugar al mundo del inconsciente en el siglo XVII.

El mundo de lo impreso, que McLuhan llama "la galaxia de Gutenberg", quedó en la nada con el descubrimiento de la telegrafía. Hace su entrada el mundo de la electricidad, que crea un nuevo entorno. Antes de trasformarse en mito, el mundo de lo impreso permanece como la sustancia, el contenido que alimentará a las nuevas técnicas.

McLuhan describe el mundo de la electricidad, así como la trasformación de nuestra vida por las nuevas técnicas de comunicación, en su obra Understanding Media: The Extensions of Man. Una frase clave de este libro, que se ha convertido en la frase clave de todo el pensamiento de McLuhan, es The Medium is the Message, el medio corresponde al mensaje comunicado. McLuhan establece una distinción entre el entorno creado por un nuevo medio y el contenido de este medio. Este contenido representa el antiguo entorno creado por el medio precedente. Y cada nuevo medio trasforma al precedente en arte y en mito.

En la edad de la máquina, el hombre extendió sus sentidos y su cuerpo en el espacio. En la nueva edad de la electricidad, es el sistema nervioso del hombre el que abarca al

mundo globalmente. Aunque en apariencia el hombre contemporáneo da la impresión de desapego, en verdad su participación en profundidad, su compromiso en las consecuencias de cada uno de sus actos nunca fueron tan grandes. Nuestro sistema nervioso abarca al mundo y a toda la humanidad. La edad de la electricidad es la edad del compromiso y de la participación. Aspiramos a la totalidad, a la profundización.

Las nuevas técnicas no hacen sentir sus efectos en el plano de las opiniones y de los conceptos. Modifican los modos de percepción sin encontrar resistencias. Es que su influencia es invisible. La sufrimos sin advertirla. McLuhan dice que se siente en la misma posición que Louis Pasteur cuando decía a los médicos de su época que su mayor enemigo era imperceptible.

McLuhan distingue dos clases de medios: el caliente y el frío. Cada técnica se caracteriza por la cantidad de información que trasmite. Cuanto mayor sea esta cantidad, más se define como caliente. De este modo, la radio es un medio caliente, pues el oyente recibe tal cantidad de información que la carencia que debe cubrir, y por consiguiente su participación, es mínima, Sucede todo lo contrario con el teléfono, que es un medio frío, ya que el oyente recibe una cantidad muy restringida de información, y debe completarla con una participación intensa.

El cine es un medio caliente, así como la televisión es un medio frío. El libro es un medio caliente, y el diálogo oral un medio frío.

McLuhan subvierte la opinión tradicional que se tiene sobre los medios. Siempre se pretendió que el telespectador es pasivo y que el lector del libro es activo. Todo lo contrario, dice McLuhan, el telespectador debe completar todo aquello que no le suministra la televisión. Su participación personal, pues, es mayor. El lector del libro recibe su información de lo que está impreso. Lo que diferencia al mundo de la electricidad es que no está fragmentado; esta totalidad permite la descentralización. Gracias a las nuevas técnicas, dice McLuhan, nace una nueva forma de información, la información que une al globo, que permite la realización de la familia humana y hace nacer una conciencia mundial.

El carácter inmediato, instantáneo de la informac ón trasmitida por la electricidad compromete al hombre en la totalidad de sus sentidos y recrea un nuevo tipo de aldea. La explosión y la expansión que caracterizan a la edad mecánica son reemplazadas por la implosión y la contracción de la edad eléctrica.

El mundo de la electricidad es también el de las cifras. La cifra, dice McLuhan, no reclama solamente el oído; tiene la resonancia de la palabra hablada, pero reclama el sentido del tacto, del que es la prolongación. Es por esta razón que se multiplican las cifras en publicidad y en los productos comerciales. Se habla de 57 variedades, del Seven-Up. Hay allí una resonancia del conjunto de nuestros sentidos. Se apela al tacto, al oído, y esto trasforma completamente nuestra vida cotidiana. Ante todo,

el vestido, que se convierte en una extensión de la piel. En lugar de abstracto y visual el vestido pasa a ser sensual, tactil. La mujer norteamericana, que durante mucho tiempo fue un objeto visual al que la mirada trasformaba en espectáculo de belleza y de placer, se ha trasformado en una persona completa que evoca el placer sensual del tacto.

La electricidad ha modificado también la arquitectura. Las casas protegen, satisfacen todos los sentidos y obedecen a la conciencia colectiva que trasforma a la habitación en unidad de aldea global. Caen los muros y la casa se convierte en la prolongación, no de un sentido o de un cuerpo, sino de la percepción y de la conciencia.

La moneda, que en la edad mecánica representaba el trabajo acumulado y servía de medio de cambio, es reemplazada progresivamente por la nota de crédito. Esto indica un retorno a la mentalidad tribal. El trabajo ya no es una mercancía en la edad eléctrica; no se trata de esfuerzo y físico, sino de información. El trabajo y la obra pasan a ser sinónimos, y el hombre está comprometido en lo que hace exactamente como en el seno de una tribu.

Si la moneda es un objeto, la nota de crédito es una información, y esto corresponde al sentido nuevo que adquiere el trabajo humano.

La televisión ha trasformado completamente la relación entre el público y la cultura. Con la imprenta, el público consumía cultura. La televisión, que es un medio frío, reclama la participación del público. Este ya no es consumidor, sino productor, fabricante de una nueva forma de cultura. Esta cultura se inspira en los hechos cotidianos. La banalidad aparece bajo un nuevo aspecto. Divertida, incluso apasionante, hace vibrar en lo inmediato y de una manera espontánea no solamente el ojo, sino también el gusto y el tacto. La revista Mad ha explotado esta trasformación que hace del dibujo una forma de arte que reclama la participación. Los "cómics", en su forma iconográfica, requieren la participación.

En Norteamérica se vuelve a las antiguas tradiciones europeas basadas en el gusto, en el placer sensual del tacto. Al mismo tiempo Europa se norteamericaniza al descubrir las formas abstractas y visuales de las artes del consumo.

La fotografía ha marcado otra etapa. Con ella, el grafismo reemplaza a la tipografía. La foto fija los gestos, separa al objeto visto de todo lo que la rodea, así como el alfabeto había separado a la palabra del sonido y de la voz. Fue preciso esperar el nacimiento del cine para que el gesto recuperara sus derechos y se lo restableciera en el mundo visual. Es la primera etapa de la restauración de la globalidad de los sentidos por obra de la electricidad.

El hombre de la edad de la imprenta, hecho a las tradiciones visuales, domina al comienzo la nueva civilización naciente. La relega al rango de diversión popular. La historia se repite. Acaso los escolásticos no despreciaban lo impreso para justificar su adhesión a la tradición oral?

En la edad eléctrica, la realidad ya no es lineal. Es a la vez fragmentada y unida. Forma un mosaico. El periódico es la forma más evidente de este mosaico. Registra la realidad en sus diversos aspectos. El deporte, la política, los anuncios, los dibujos, todo contribuye a crear una totalidad. Los anuncios son el entorno en la medida en que el periódico no hace más que reflejar el entorno, no requiere la participación del lector, es un medio caliente. Para incitar al lector a la participación, los fabricantes de periódicos advirtieron que había que constituir con ellos, por lo menos parcialmente, un medio frío. Así, lo que se pone en evidencia son verdaderas noticias, pues ellas no corresponden al entorno. Se trata de la excepción a la regla y es lo que hace activo al lector. Toda forma en mosaico de la realidad reclama la participación del lector, y en la edad eléctrica, esta participación no es individual sino colectiva. El periódico es un ejemplo.

McLuhan explica la estandarización de los bienes de consumo por esta forma en mosaico de la realidad. El europeo que llegaba a Norteamérica a fines de la segunda guerra mundial tenía la impresión de que todo el mundo consumía los mismos productos, vestía las mismas telas, habitaba casas parecidas.

Antes de la entrada de la televisión en nuestras vidas, ni siquiera se advertía esta estandarización. Pero la televisión, medio frío que invita a la participación, hizo consciente al público de esta estandarización, porque ella impide su participación, aún cuando tal participación es colectiva y no individual.

El carruaje es sin duda el producto más perfeccionado de la edad mecánica. Posee todas sus características. Utiliza caminos lineales. Es uniforme. Está condenado a la desaparición en la edad eléctrica, no sólo en razón del desarrollo de nuevas técnicas sino también porque no corresponde al nuevo entorno de la edad eléctrica. Pronto será como el caballo, un objeto de lujo. Pertenecerá a una mitología, será utilizado como instrumento deportivo.

La considerable importancia que adquirió la publicidad es una consecuencia de las nuevas técnicas. La publicidad es el entorno: tiene el valor de noticia pero siempre se trata de una buena noticia. Corresponde igualmente a la forma en mosaico de la realidad, que es una forma colectiva. El punto de vista personal, la opinión individual, nacieron con la imprenta. Para completar el reflejo de la realidad que es el anuncio, hacía falta dar expresión a una opinión colectiva que permitiera la participación colectiva del público. Entonces proliferaron los semanarios de opinión del tipo de Time y Newsweek. En estas publicaciones, el punto de vista es colectivo y la realidad está representada en su forma de mosaico. Es un complemento de la publicidad.

Este nuevo entorno capta al hombre y puede, de algún modo, comprometerlo. Suscita tensiones psicológicas, fuente de alienación y de frustración.

Los juegos representan una prolongación social del hombre en la edad de la electricidad. Lo liberan de sus tensiones, pero esta liberación sólo puede ser colectiva. De modo que los juegos actuales son colectivos. El deporte es ese espectáculo colectivo que reclama la participación. Libera al hombre del entorno y expresa su reacción contra las normas rígidas de la sociedad. La electricidad no es solamente la prolongación de nuestros sentidos; cada vez más, tiende a convertirse en la prolongación de nuestro sistema nervioso.

En sus comienzos, el teléfono era la prolongación de la palabra. Ahora es el medio de comunicación que sirve para trasmitir órdenes e instrucciones. De medio privado ha pasado a ser una unidad en un organismo. Y este organismo es la sociedad misma. Lo que el teléfono trasmite en el gobierno y en la industria, no son simplemente órdenes personales, ni tampoco una voz humana; es la información y la inteligencia. Además, el teléfono está al servicio de la colectividad, ya que traduce los mensajes que sirven a la organización social.

El fonógrafo es un producto de la máquina. No manifestaba las cualidades que caracterizan a las técnicas de la edad de la electricidad. Las danzas que se difundieron en los comienzos del fonógrafo, eran típicas de la edad mecánica: precisas, militares, lineales: el vals. Luego, con el jazz, hace su entrada la edad eléctrica. Su ritmo brusco, su espontaneidad, nos retrotraen en la edad tribal, a la expresión colectiva. Sólo con la radio el fonógrafo hará su entrada en la edad eléctrica.

La radio afecta a cada persona individualmente, de una manera íntima. Es una experiencia personal, pero sus resonancias se remontan a una edad lejana, a las de la tribu, es el tam-tam que asciende a la superficie, que da la señal, que enuncia la contraseña. Sin la radio, Hitler jamás hubiera hecho carrera. El pasado tribal nunca desapareció del alma alemana, dice McLuhan. Hitler lo hizo revivir. Gracias a las ondas, eliminó el espacio y recreó un sentimiento colectivo. Sus oyentes no reaccionaban a sus palabras, pero recuperaban un sentimiento de pertenencia, de unidad primitiva. El oído es más sensible que el ojo e invita a una acción más espontánea. Como la radio es un medio caliente, deja pasar a los personajes y los temas que también lo son. La televisión ha despojado a la radio de su función. Por qué McCarthy sólo duró unas pocas semanas en la televisión? Porque, dice McLuhan, la televisión es un medio frío y todo tema o personaje caliente no pueden durar mucho en ella. Con la televisión, la radio ha perdido el rol de medio colectivo para satisfacer necesidades de expresión individual privada.

McLuhan observa que los jóvenes se instalan durante horas frente a la pantalla de televisión, pero apenas alcanzada la pubertad sufren una gran trasformación. Después del medio colectivo, el que refleja para ellos el entorno permitiéndoles formar parte de él, buscan otros medios que les ofrezcan la posibilidad de obtener la autonomía personal, de afirmar una independencia individual, y entonces se arrojan impulsivamente sobre el

teléfono y la radio. La radio de transitores les ofrece un universo privado que les pertenece y los aisla del entorno real. Sin embargo, la influencia de la televisión no está ligada a una edad determinada. Siendo la prolongación del sentido tactil, la televisión expresa la relación del conjunto de los sentidos.

La automación da un nuevo impulso a la revolución provocada por la edad eléctrica. El nuevo mundo creado por la electricidad y la automación está hecho de la conjunción de la energía y de la información. Esta energía puede servir simultáneamente a diversas formas de información. Es una luz que se proyecta y que cubre una multiplicidad de roles. Las computadoras permiten conservar la información. Es la memoria de la era de la electricidad.

Según McLuhan, esta trasformación de nuestra vida se efectúa fuera de toda ideología, independientemente del sistema político o social. En realidad, los políticos no comprenden, según cree, la amplitud y la dimensión de esta revolución. Solamente los artistas, los escritores y poetas aprehenden el mundo presente.

En su opinión, la literatura es un medio de percepción. Mientras que el conjunto de la población vive en el nuevo entorno con la mentalidad y las concepciones de otra era, el artista vive en el futuro porque aprehende el presente. La anticipación futurista no es más que un medio de comprender el presente. Pero ya no tenemos tiempo de esperar las interpretaciones del artista para adaptarnos a nuestra edad.

La electricidad y la automación han abolido la separación entre producción, consumo y enseñanza. La automación hace de cada uno de nosotros un alumno perpetuo, es significativo, dice McLuhan, que el grupo más considerable de empleados, en los Estados Unidos, sea el grupo de los docentes. No está lejos el día en que la mayoría de los empleados sean los docentes. Por lo demás, la misma enseñanza cambia de sentido. Ha pasado a ser descubrimiento e invención permanentes. El estudiante no sólo participa en el proceso de la enseñanza, sino que reemplaza al profesor en su rol de maestro. Así se explica los "teach-in" tan frecuentes en las universidades norteamericanas.

McLuhan está lleno de optimismo sobre el futuro de la humanidad. Según él, las nuevas técnicas permiten al hombre el mayor grado de libertad jamás alcanzado, a condición de que sepa recoger el desafío que se le presenta. Los que temen la uniformidad que amenaza al hombre a causa de las nuevas técnicas, pertenecen a la edad mecánica. Están habituados a un mundo de división y de especialización, y es ésto lo que confunden con la libertad individual. La aldea global permite que el hombre participe con todo su ser, todos sus sentidos en su obra. Las fronteras que separan cultura y tecnología, arte y comercio, trabajo y ocio, se desploman. Nunca la libertad ha tenido un sentido más real.

Los métodos que utiliza McLuhan en sus análisis explotan a fondo la mezcla de disciplina. Cita a James Joyce y un momento después menciona un informe publicado por un organismo científico. Salta de la cibernética a la poesía, de las matemáticas a la

filosofía, de la física a la crítica literaria. Desde luego, esto entra en su concepción globalista hecha de una simultaneidad interdisciplinaria, que caracteriza a la revolución de la era de la electricidad. Frecuentemente se tiene la impresión de que se trata de un juego excitante para el espíritu, estimulante para la imaginación, pero que no está sometido a ningún control.

Para ilustrar una idea o un hecho que pertenecen a una determinada disciplina, McLuhan recurre a una disciplina diferente. Frecuentemente tenemos la impresión de orientarnos por una vía de paradojas. Uno no se atreve siquiera a manifestar disgusto por estos fuegos artificiales, pues en este caso McLuhan nos calificaría de personas atrasadas que simbolizan la supervivencia de la edad mecánica.

La obra de McLuhan no tiene nada de científica en el sentido en que se usa habitualmente este término. Es una obra literaria que incorpora algunos datos científicos, los explota o los integra a un pensamiento personal y que, en cierta medida, es un pensamiento poético. Las investigaciones que emprende McLuhan actualmente evolucionan dentro de este marco interdisciplinario. Lleva a cabo dos tareas al mismo tiempo. Dirige un equipo que efectúa una encuesta sociológica sobre la influencia de la televisión en la población de Toronto, mientras que un segundo equipo se reune semanalmente en el St. Michael's College de Toronto para hacer un estudio prospectivo del futuro. Profesores y estudiantes preparan trabajos sobre la física, el lenguaje, la crítica literaria... McLuhan está allí, planteando aproximaciones entre las teorías de la física y el periodismo, la crítica literaria y los "happenings". Cuando los trabajos estén terminados, McLuhan los reunirá en una obra colectiva.

No puede sorprender que sus teorías sean violentamente criticadas. McLuhan trastorna los hábitos intelectuales, tiene el aire de un iconoclasta irresponsable, de un visionario que se divierte con los productos de su imaginación. Los especialistas se encogen de hombros y fruncen las cejas cuando leen los resúmenes hechos por McLuhan de obras conocidas en su especialidad. Pero como hay pocas personas que conozcan a la vez las obras de Arnold Toynbee, de Mircea Eliade, de Norbert Wiener, de Werner Heisenberg, de Lewis Mumford y de Georges Poulet, el lector tiene siempre la impresión de que McLuhan conoce bien todas las disciplinas excepto aquella en que ese lector se especializa. Esto no bastaría para explicar el éxito que McLuhan ha obtenido en vastas audiencias. Sus admiradores son legión y se trasforman rápidamente en discípulos que adhieren con entusiasmo a su guía teórico.

McLuhan no debe este tipo de éxito ni a la curiosidad ni el esnobismo. En un mundo confuso cuya comprensión exige una suma considerable de conocimientos, el pensamiento de McLuhan parece simple, claro y sobre todo satisfactorio. Responde a esa sed de elucidación que recorre múltiples avenidas. Este es un hombre que tiene respuestas para todo, respuestas categóricas, rápidas, convincentes y sobre todo comprensibles.

Hay también otra cosa. McLuhan pretende que las nuevas técnicas que conmueven nuestra vida de desarrollan independientemente de las fuerzas políticas y sociales. Llega aun más lejos cuando dice que esas técnicas dan a esas fuerzas su forma y su dirección. De este modo la responsabilidad social y política del individuo parece secundaria ya que está sometida a las técnicas, a esos medios que son las prolongaciones de sus sentidos. Cuando se le hace esta objeción, McLuhan responde que por primera vez el hombre tiene los medios de dominar las nuevas técnicas. El no confía en los políticos actuales que, en su opinión, pertenecen a la edad mecánica. Esto deja la puerta ampliamente abierta a los manipuladores, los que intentarán dominar las nuevas técnicas antes que los representantes del pueblo se decidan a hacerlo. En definitiva, su actitud lleva el conservatismo en el plano político, económico y social. La revolución se hará por sí sola a través de las fuerzas de la tecnología. Sólo tendremos que esperar y recoger sus frutos a menos que un día nos descubramos esclavos de las fuerzas que no hemos sabido sujetar. Si este pensamiento no es recuperado a tiempo para hacerlo desembocar en la política, será manipulado por los especialistas de la motivación. Algunos intentarán reducirlo a un simple objeto de diversión, diversión de gran estilo, diversión intelectual, pero de todos modos, diversión.

ER:mdeb VIII-24-72

NOTAS PRACTICAS SOBRE FOTOGRAFIA

Orlando Lugo, M.V.

Introducción

Su trabajo como agente de cambio exige que usted se comunique eficazmente con su audiencia. Una buena foto le ayuda a dar mayor claridad a sus mensajes. Una buena foto habla por sí sola.

Usted puede utilizar una serie de fotografías para describir alguna técnica, cuya explicación teórica resulta complidada. A través de una serie de fotografías usted puede trasmitir conocimientos o narrar un suceso.

Una buena fotografía debe reflejar claramente la realidad. Ella debe expresar lo que el fotógrafo tenga en mente. Para tomar buenas fotos usted necesita básicamente conocer la cámara y saber por qué va a tomar la foto. O sea que debe tener un objeto definido para sus fotos.

Objetivos

El objetivo de este mimeografiado es proporcionarle algunos conocimientos prácticas sobre cómo tomar buenas fotos y ayudarle a mejorar el contenido de las que usted toma para ilustrar publicaciones. Se excluyen del mismo los tecnicismos relativos a la cámara y los procesos de revelado y copiado.

A. Partes básicas de una cámara

1. Caja a prueba de luz.

Sin tener en cuenta su tamaño o su forma podemos decir que la cámara es una caja a prueba de luz. Esta caja sólo permite la entrada de la luz que penetra a través de la lente cuando se abre el obturador. Cabe decir que el obturador se abre cuando usted presiona el disparador.

2. Avanzador o arrollador de la película.

Todas las cámaras tienen un sistema que permite cambiar la posición de la película. Este mecanismo que funciona a través de una palanca, permite mantener la película estirada y en una posición fija para que la luz procedente de la imagen impresione la misma.

3. Obturador.

El obturador está hecho para abrirse o cerrarse en un intervalo preciso de tiempo. El obturador decide si la luz entra o no en la cámara y el tiempo que ella debe permanecer allí. Algunos obturadores se encuentran colocados entre las lentes y otros en la parte posterior del cuerpo de la cámara.

4. Diafragma.

El diafragma cumple la misma función que el IRIS en el ojo humano. O sea que deja entrar una cantidad exacta de luz a la cámara cada vez que el obturador lo permite. Esto debe quedar bien claro. El obturador es como el guardian que deja entrar la luz, en tanto que el diafragma dice la cantidad de luz que debe entrar.

El grado de abertura del diafragma se expresa con números tales como: 2.8, 4, 5.6, 8 etc. Cuanto más pequeño es el número mayor es la apertura del diafragma.

Cada número en la escala del diafragma, representa el doble del volumen de luz que deja pasar la abertura anterior.

5. Lentes.

Las lentes tienen la función básica de condensar o coordinar los rayos luminosos que se reflejan, ya sea en las personas o en las cosas, para formar una imagen clara y brillante sobre la película. Las lentes varían en tamaño, forma y construcción pero todos ellos cumplen la misma función.

Claro que las lentes no forman esa imagen clara, si usted no enfoca bien el objeto que piensa fotografiar. Cuando no se enfoca bien la imagen sale borrosa o confusa.

6. Exposímetro.

El exposímetro mide la luz que reflejan los distintos objetos. También indica la cantidad de luz que se necesita para producir en la película una imagen clara. Esto es lo que se llama tiempo de exposición o exposición.

El exposímetro es básicamente una aguja que se mueve sobre un cuadrante. Algunos dan al fotógrafo una indicación en valores de exposición. Otros son una especie de exposímetros semiantoniáticos que coordinan la abertura y la velocidad del obturador.

7. Visor.

El visor ayuda a mirar lo que usted quiere fotografiar. Además se usa para encuadrar la imagen.

8. Disparador.

El disparador es por lo general un botón que se presiona para que el obturador pueda cumplir su función.

B. Película

La película es una lámina delgada de plástico cubierta con una emulsión de gelatina que contiene unos granos microscópicos compuestos de una sustancia química a base de plata, muy sensible a la luz.

La sensibilidad de la película a la luz varía con el tamaño de los granos de plata y otras propiedades de la misma. Podemos decir que la sensibilidad de una película es la rapidez o la lentitud con la cual ella puede captar la imagen de algún objeto que se refleja a través de los lentes de la cámara.

Las películas pueden ser lentas, medias o rápidas, de acuerdo con su sensibilidad. Las películas rápidas tienen los granos de plata más grandes. En cambio las lentas tienen los granos más finos y reflejan mejor los detalles del objeto que se quiere fotografiar.

La sensibilidad de las películas se indica por los grados ASA o DIN. La mayor parte de las películas dan la medida tanto para grados ASA como para los grados DIN. Hay algunas cámaras que tienen incorporada una tabla con los valores correspondientes a los grados ASA y DIN.

C. Cuidados con la cámara

Mantenga la cámara en su estuche para protegerla del polvo, granos de arena o contra los golpes.

Proteja las lentes de largas exposiciones a la luz del sol, porque de lo contrario se calientan mucho y se van dañando.

Mantenga la cámara fuera de la guantera de su carro.

No deje la cámara abandonada a la acción de los rayos del sol.

Limpie el polvo que se acumula dentro de la cámara una o dos veces cada tres meses. Esto debe hacerlo con una brocha fabricada especialmente para tal fin (pincel de piel de marta).

Las manchas de las lentes pueden aparecer en las fotografías. Utilice papel y un limpiador apropiados para esta labor. Cuando limpie la lente, hágalo pasando el papel sobre la misma en forma circular. Siempre utilice primero la brocha y después el papel.

Mantenga la cámara en un sitio seco para evitar que aparezcan hongos, tanto en la lente como en el cuerpo de la misma. El hongo juega en la lente el mismo papel que una nube en un ojo.

D. Prepare su cámara.

Antes de abandonar su casa o su oficina ajuste su cámara a una velocidad de 1/125. En esta forma no andará tonteando o ensayando para graduar la velocidad, y la abertura o F-stop. apropiado.

Procure ajustar la abertura, la velocidad y el foco antes de dirigir la cámara hacia el objeto que piensa fotografiar, particularmente cuando se va a tomar fotos de una persona o de un grupo de personas. Esto puede también conseguirse, enfocando sobre algo que se encuentre a un lado del objeto y a la misma distancia de la lente.

Muchos fotógrafos llevan sus cámaras ajustadas o preparadas para tomar fotos en condiciones promedias de "tomas". En esta forma pueden obtener fotos con la rapidez que lo deseen.

E. Sostenga la cámara firmemente

Muchas fotos se dañan mas por culpa de una mano floja que por cualquiera otra causa. A menos que usted dispare a una alta velocidad, aun el mas leve movimiento puede producirle una foto "movida".

No existe en realidad una forma correcta de sostener la cámara, pues los distintos tamaños y formas que ellas presentan exigen que la gente deba acomodarse a las mismas.

En términos generales la cámara debe sostenerse firmemente, evitando que se mueva o se caiga. Trate de convertirse en un tripode. Mantenga sus pies en una posición confortable

pero firme, ligeramente separados, con un pie un poco más adelante que el otro, con la mano que soporta la cámara apoyada o pegada contra su cuerpo. De manera, que a cualquier lado que usted se mueva la cámara se mueve con usted.

Tenga presente que lo más importante no es la forma como usted sostenga la cámara, sino que la sostenga firmemente.

F. Uso de las lentes

La mayoría de los fotógrafos no profesionales saben que las lentes largas permiten aumentar los objetos distantes. Una lente corta cubre una área bastante grande y una lente normal sirve como punto medio entre los dos anteriores.

Al hacer la escogencia de las lentes tengan en cuenta la posición del objeto que vaya fotografiado y la forma como usted quiere obtener la foto.

G. Cuidado con los errores

Uno de los errores que se comete con frecuencia en fotografía es el que se presenta cuando el objeto principal de la foto pasa desapercibido en la misma. Asi muchas veces intentamos tomar la foto de una persona, pero cuando ya obtenemos la copia final vemos que esta persona tiene la apariencia de insecto perdido en el paisaje.

Procure acercarse lo suficiente al objeto cuando vaya a tomar fotos. Muchas veces las caras de las personas se ven borrosas porque el fotógrafo se encontraba muy lejos.

Tenga en cuenta lo que se encuentra al fondo de sus fotos. Hay algunas veces en que nos olvidamos del fondo y obtenemos composiciones indeseables. Hay fotos en donde aparecen arboles creciendole en la cabeza o alguna persona, o un río pasando a través de las orejas de ella.

Muchas veces usted toma fotos confusas o desenfocadas porque no selecciona la velocidad apropiada. Claro que el desenfoque en el fondo o en el objeto mismo puede darnos la sensación de velocidad, ya sea de un vehículo o de un corredor que se mueve rapidamente.

Procure no tomar las fotos tan cerca que mutile a los objetos que quiere fotografiar. Asi algunas veces aparecen las fotos con personas cuya cabeza o piernas quedaron por fuera de la misma foto.

H. Reglas para memorizar

Hay muchos fotógrafos, aun los profesionales que pierden fotos por cometer errores tales como disparar sin tener película en la cámara o sin quitarle el protector o tapa de la lente.

Evite errores tan elementales teniendo en cuenta los siguientes puntos.

1. Cerciórese de que la cámara tenga película. Hay muchos fotógrafos que han perdido hermosas fotos por disparar con una cámara sin película. Observe la ventana posterior que tiene su cámara o el contador automático de la misma. En caso de duda, trate de avanzar la palanca que arrolla la película, si la cámara tiene película o rollo usted sentirá una pequeña resistencia cuando avanza la misma.

2. Cerciórese de que tiene el ASA o DIN correcta de la película que esta utilizando.

3. Cerciórese de que las baterías de su cámara estan cargadas.

4. Cerciórese de que la lente no está cubierta por su protector. Con una cámara tipo Reflex, usted no tiene problema, porque si no quita el protector de la lente, no ve nada. Sin embargo, procure observar la lente de su cámara antes de tomar la foto para evitar sorpresas desagradables.

5. Cerciórese de que la película está avanzada sin problemas dentro de la cámara, cuando coloque un rollo o película esté seguro de que la primera parte o cabeza de la misma queda bien insertada en el carretel. Entonces avance la película, el equivalente a una foto, mientras la cámara está abierta.

6. Cerciórese de que la cámara se halle hermeticamente cerrada. Después de cerrar la cámara trate de abrirla suavemente, sin tocar el botón o el mecanismo que la abre.

7. Cerciórese de que la lente se encuentra bien colocada. Cuando cambie las lentes de su cámara procure de que ellas queden bien instaladas.

8. Sostenga bien la cámara o colóquela en un sitio firme. Mantenga la cámara firme, contenga la respiración y. . . apriete el disparador.

9. Tome las fotos con el sol o la luz detrás de usted.

10. Avance la película después de cada toma. Con esto evita superposición de imagenes o que se le trabe la cámara.

11. Cerciórese de que tiene la suficiente película para tomar las fotos que necesita. Si usted tiene poca película y quiere tomar muchas fotos, entonces pase el resto de la misma y ponga un rollo nuevo.

12. No monte la película o cargue su cámara a la luz fuerte y procure que la parte emulsionada o lechosa quede hacia el interior de la cámara.

13. Mantenga las lentes limpias. Nunca limpie las lentes con cualquier clase de tela porque las raya. La mejor forma de limpiar una lente consiste en soplar sobre ella para

quitarle el polvo, luego empañándola con el aliento y finalmente limpiándola con un papel de fotografía especial para lentes.

14. Mantenga la cámara libre de polvo o pedazos de película. Antes de cargar la cámara cerciórese de que en su interior no se encuentran pedazos de película u otros elementos como polvo. Tanto el polvo como los residuos de películas pueden rayar ésta y dañarle las fotos.

I. Cómo tomar mejores fotos

1. Use mas de una abertura.

A pesar de que el revelado puede rectificar muchos errores, él no compensa todos y usted pierde algunos detalles en sus fotos. Algunos profesionales acostumbran tomar fotos con la exposición correcta y luego toman dos extras, una con una abertura más alta y la otra con una más baja. Asi por ejemplo, si toman una foto con una abertura de 4 a una velocidad de 1/125, ellos toman después una con 2.8 y la otra con 5.6. Esta técnica permite eliminar fotos que se toman cuando las condiciones de luz no son muy favorables.

Cuando tome paisajes iluminados por la luna procure utilizar un tripode.

2. Cierre un ojo.

En realidad este es un truquito bastante viejo, pero que permite ver como aparecerá la escena en la fotografía.

Cierre un ojo. Después de cerrarlo, haga un marco rectangular con las dos manos, de tal forma que se junten los deos pulgares y los índices de cada mano, mire a través de este marco la escena que quiere fotografiar. De esta manera usted verá exactamente lo mismo que su cámara. Esto le permitirá tomar una visión de la forma y la posición en que se encuentran los objetos que usted piensa incluir en la foto.

3. Personas

No tema acercarse a la persona que quiere retratar. Evite tomar fotos de personas en donde la persona no se ve en el paisaje. Procure que la persona que quiera fotografias encaje dentro de los límites del visor de la cámara. Asi evitará tomar fotos de personas sin cabeza, sin manos o sin piernas.

4. Bosques

En la misma forma que usted toma un paisaje, concentre su fotografía sobre detalles. Asi puede usted seleccionar un pequeño grupo de árboles destacados sobre un fondo de cielo nublado. Esto le da una mejor expresión que todo un bosque en conjunto.

Procure escoger la dirección en que la luz se filtra entre los arboles. Si las fotos quedan muy iluminadas de frente, la composición pierde interés. En cambio las tomadas con iluminación lateral, resaltan la acción de los rayos solares sobre el fondo oscuro y suavizan estéticamente el paisaje.

Tenga presente que los árboles y la maleza absorben mucha luz porque son muy oscuros.

5. Plantas y flores

Las plantas y las flores pueden fotografiarse en el sitio donde se cultivan, pero muchas veces es necesario aislarlas del medio que las rodea. Entonces elija el punto de vista o el detalle que quiere mostrar y despeje el terreno alrededor del mismo. Procure que tanto el primer plano como el fondo aparezcan bien enfocados. Si salen algunas plantas o flores borrosas se daña el efecto. No tome fotos de flores o plantas con una luz muy intensa. Es mejor una luz solar atenuada. Si quiere un fondo neutro, utilice un papel gris claro, el cual se puede sostener con un par de estacas o listones a cada lado.

6. Grupos

Si no tiene ningún pretexto, procure reunir a las personas con un poco de tacto, en forma disimulada, y sin que se interrumpan las conversaciones. Además procure que no miren la cámara. Si es posible engañarlos, llegando hasta fingir que ya tomo la foto y tómela cuando ellos se descuiden.

Cuando sea un grupo muy numeroso, procure tomar la foto desde una posición un poco elevada. Claro que no muy alta porque se empequeñecen las personas.

7. Naturaleza

Cuando quiera tomar fotos de pájaros procure hacerlo en el nido y muy de mañana o antes de las tres de la tarde. En este caso es mejor trabajar con una lente larga o teleobjetivo para evitar acercarnos al objeto.

Para tomar fotos de animales, es bueno a veces conocer los hábitos de los mismos, muchos de ellos son tímidos y cautelosos, o duermen durante el día. Por lo general se necesita hacer las tomas a alta velocidad.

Procure en lo posible tener enfocada la zona sobre la cual piensa disparar. Cuando se trate de animales domésticos procure observarlos mientras juegan o descansan y esté alerta para tomar la foto que desea. Si los animales se encuentran entre rejas, acerque la lente a la reja y colóquela entre los huecos de la misma o de la malla. De esta manera se elimina la malla o la reja.

Claro que lo más importante es la PACIENCIA que usted debe tener para obtener estas fotos.

J. Cuidado con las sombras

Tenga cuidado porque las sombras pueden dañar sus fotos. Cuando ellas cruzan la cara de la persona o caen sobre la ropa de las mismas.

Sombras producidas por hojas, enrejados o biombos en el fondo de la foto, hacen más atractiva su composición.

BIBLIOGRAFIA

BRUMMITT, WYATT B., BURNETT, W y ZUM, H. S. Photography. 1964. Western Publishing Company. Inc. New York.

EMANUEL, N. D. Toda la fotografía en un solo libro. 1963. Ediciones Omega. Barcelona.

Tome fotos que hablen. Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas de la OEA. Turrialba, Costa Rica.

Photographer's Handbook. 1970. Life Library of Photography. Time, Inc.

EXPOSICION DE LA UNIDAD DE CATASTRO DEL INSTITUTO AGRARIO NACIONAL DE VENEZUELA

Dario Machado Semprúm *

A continuación expondré los objetivos, funciones y procedimientos técnicos que desarrolla la Unidad de Catastro del Instituto Agrario Nacional de Venezuela para la ejecución de su catastro con fines de Reforma Agraria:

En el año de 1969, el IAN realizó una encuesta para conocer el estado de tenencia de las tierras que integraban su patrimonio para esa fecha. Los resultados de esa encuesta, a la cual se le denominó "Encuesta de Investigación de la Tenencia", arrojaron las siguientes cifras: de 1.200.000 hectáreas que ocupaban los beneficiarios de la Reforma Agraria el 80.6% lo hacía en forma precaria, vale decir ilegal. Esto, unido a una gran cantidad de materiales aerofotogramétricos que poseía el IAN, cuyo uso debía hacerse de inmediato para evitar su desactualización, motivaron el que el Instituto solicitara la asesoría del Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas de la OEA, en materia de inventario de recursos básicos utilizando aerofotografías.

Una vez adiestrado el personal indispensable para tal inventario, se formó la Unidad de Catastro del IAN. Cabe decir acá, a manera de aclaratoria, que el IAN realizaba anteriormente su catastro por métodos de topografía clásica, los cuales no permitían un mayor rendimiento tratándose de tierras de gran dinamismo en cuanto a su ocupación y uso.

Tal como lo expresarael Ingeniero Vera hace un momento, en el Catastro Venezolano intervienen tres organismos públicos: el Ministerio de Agricultura y Cría, a través de la Oficina Nacional de Catastro de Tierras y Aguas; el Instituto Agrario Nacional, por medio de la Unidad de Catastro; y el Ministerio de Obras Públicas, a través de la Dirección de Cartografía Nacional. Esta relación aparece claramente definida en el artículo 166 de la Ley de Reforma Agraria de Venezuela.

La estructura organizativa de la Unidad de Catastro del IAN aparece graficada en la primera página del Manual de Procedimientos que acabamos de entregarles. En ese organigrama se observa que el trabajo catastral se realiza a través de cinco grupos técnicos;

* Ingeniero Geodesta, participante en el Seminario Regional de Catastro Rural

las funciones de cada uno de ellos están descritas al detalle en las páginas subsiguientes de ese Manual por lo que me limitaré ahora a destacar algunos aspectos que puedan suscitar el diálogo entre nosotros.

A. Funcionamiento

En la monografía la Unidad de Catastro que hemos entregado a ustedes, se describen las funciones de los Grupos de Trabajo antes señalados.

Se contemplan dos actividades básicas: el registro de los predios, con toda la información acerca de su tenencia, linderos, cabida, etc. y el Inventario de las Tierras que agrega una valiosa información complementaria a dicho registro. Ambas informaciones van a permitir la conformación de la FICHA CATASTRAL de cada predio: para hacer más dinámicos los procedimientos de cada grupo se utilizan en el terreno aerofotografías.

El procesamiento de los datos se ha comenzado a hacer de manera electrónica, por medio de computadoras.

B. Cartografía

Se elaboran Cartas Catastrales o Cartas Prediales, a escala 1:25.000, basadas en las Cartas UTM-1:25.000 que produce a su vez la Dirección de Cartografía Nacional del MOP y siguiendo las especificaciones técnicas de la Oficina Nacional de Catastro del MAC.

A partir de esas Cartas Catastrales en 1:25.000, que tienen 10' de diferencia en latitud por 15' de diferencia en longitud, se hacen las llamadas SECCIONES CATASTRALES en 1:10.000 que son la sexta parte de una Carta Catastral y tienen 5' x 5' de diferencias en latitud y longitud, respectivamente. O sea, que a una Carta Catastral se le divide en 6 partes y a cada una de ellas se le amplía a su vez a 1:10.000.

Sobre las Secciones Catastrales se trasfieren los linderos de los predios registrados en el terreno sobre las aerofotografías, y se planimetra la superficie de cada uno de tales predios utilizando planímetros y de acuerdo con el instructivo PLANIMETRIA DE LOS PREDIOS que también les acabamos de entregar.

Se producen asimismo, mapas de suelos, uso actual de la tierra y capacidad de uso de la tierra, a la misma escala 1:25.000. Del Mapa de Suelos se hace una reducción en 1:50.000 destinada a la correlación nacional de los suelos.

C. Nomenclatura Catastral

En el terreno se le da a cada predio un número provisional que también se anota en la ficha de campo llevada por el subgrupo de encuestas; este número está compuesto por el que tiene la aerofotografía donde aparece la mayor porción del predio que se identifica más un número correlativo que lo ubica en esa aerofotografía.

Posteriormente, en la Oficina, se le da a cada predio su número definitivo que va a ser el de la Carta Catastral donde se le localice.

Para fines del registro catastral al número citado se le antepone una codificación que relaciona a ese predio con el Estado, Distrito, Municipio, Asentamiento y Sector que le corresponda.

D. Costos

Las aerofotografías empleadas, a escala 1:20.000, tienen para nosotros un costo de aproximadamente US$0,126.

Las Cartas Catastrales se producen a un costo de US$3.380, aproximadamente.

Las seis Secciones Catastrales cuestan US$204,54.

El costo unitario por hectárea catastrada tiene para nosotros un valor que oscila entre US$0,24 y US$0,47.

E. Conservación Catastral

Consideramos que el elemento fundamental de la conservación catastral estriba en la detección de los cambios que ocurran en áreas ya catastradas, con respecto a la tenencia y uso de la tierra. En este sentido el IAN tiene dos procedimientos, uno inmediato y el otro mediato-complementario, para detectar tales cambios y actualizar los registros y planos de la Unidad de Catastro.

El procedimiento inmediato está a cargo de las Delegaciones Agrarias que funcionan en cada uno de los Estados del país, las cuales, a través de los Peritos Agropecuarios que orientan técnicamente a los asentamientos campesinos suministran la información necesaria para la conservación señalada.

El segundo procedimiento, mediato, complementario dependerá en el futuro del trabajo que actualmente realizan en el terreno los Promotores Campesinos, pues se pretende

que sean los mismos Comités Administrativos Campesinos los elementos de detección de los cambios aludidos, ya que el artículo 59 de la Ley de Reforma Agraria establece que estos Comités serán los órganos de enlace entre el campesinado y el Instituto Agrario Nacional.

F. Otros Aspectos Físicos

Se efectúan estudios de suelos a nivel de reconocimiento y en aquellas áreas cuya vocación detectada sea eminentemente agropecuaria él podrá ordenar la realización de otros estudios a nivel semidetallado o detallado, según sea el caso.

En cuanto al uso actual de la tierra, se hacen dos investigaciones: una por fotointerpretación en gabinete que establezca el uso que se daba a la tierra para la fecha de toma de las aerofotografías; la otra, en el terreno cuando el subgrupo de Identificación Predial visite y delimite a cada uno de los predios. La comparación de estos dos usos actuales indicará si los campesinos han hecho el uso más razonable de la tierra, información que se complementará con el mapa e informe del subgrupo de Edafología o, por el contrario, cuáles son las prácticas de extensión más recomendables.

G. Aspectos Jurídicos y Socio-Económicos

Serán tratados al detalle en las sesiones respectivas el próximo viernes 1-IX-72. Sobre la parte avaluatoria indicaré que el IAN solo efectúa avalúos para la adquisición de fincas.

mdeb: 7-IX-72

SITUACION DEL CATASTRO RURAL EN BOLIVIA

Marcial Macías V.*
Héctor Nogales S.*

El Catastro Rural en sus componentes económico, fiscal y jurídico constituye una necesidad nacional, ya que a través de él, se puede generar ventajas para el proceso de desarrollo económico-social del país mediante el uso racional y equilibrado de la tierra.

A. Antecedentes

Antes de la dictación del Decreto Ley de Reforma Agraria, de fecha 2 de Agosto de 1952, existían en el país disposiciones legales de caracter impositivo como el llamado Impuesto Catastral Rústico, aplicado a las propiedades de acuerdo al valor declarado. Este valor generalmente estaba influenciado por el precio de mercado de las propiedades y por el número de familias de colonos que constituían la mano de obra disponible para las labores agrícolas.

Los derechos de propiedad estaban registrados en las oficinas de derechos reales, pero también existía un derecho establecido por la permanencia de 30 años o más en una tierra que se llamaba Derecho Trentenario.

Durante la época de dominación de la Corona Española, muchas tierras pertenecientes a las comunidades indígenas fueron encomendadas a personas provenientes de la Península. Estas concesiones fueron registradas en los archivos de La India en Sevilla y en las Oficinas Coloniales de Derechos Reales de Lima, Buenos Aires o Caracas, dependiendo del lugar sede del Virreinato en esos períodos. Estas concesiones, tuvieron vigencia junto con los derechos trentenarios y registrados en las Oficinas de Derechos Reales de Bolivia hasta 1952 para fines de tenencia y propósitos impositivos.

Después de la dictación del Decreto Ley de Reforma Agraria, la responsabilidad de afectación y titulación de las tierras, pasó a depender del Servicio Nacional de Reforma Agraria, siendo el Título Ejecutorial el único documento legal válido, para fines de transferencias, crédito agrícola, etc.

Anteriormente al Decreto Ley de Reforma Agraria se creo el Impuesto Territorial Nacional, denominado Impuesto Predial Rústico Departamental que estableció en sus artículos 1 y 2 lo siguiente:

---

* Participantes al Seminario Regional de Catastro Rural.

1. Con carácter general y uniforme para todos los Distritos del País, se fija el Impuesto Predial Rústico Departamental que se cobrará sobre el monto de la ultima avaluación catastral.

2. El Impuesto Nacional a la Renta de los propietarios, se regirá a lo establecido por Decreto Ley de 20 de julio de 1936 y el Decreto de 4 de julio de 1938.

Con referencia a este artículo en 1953 según Decreto Ley 2239 se estableció la elevación al 8% de la renta presunta de la propiedad rústica, basado sobre el valor catastral o la ultima trasferencia del fundo, siempre que este valor sea superior al del catastro.

Estas disposiciones legales a pesar de haber sido dictadas antes del Decreto Ley de Reforma Agraria continuan en vigencia, pero su aplicación es muy limitada, por encontrarse la afectación y consolidación de las tierras en pleno proceso.

En 1963 mediante decreto supremo 7519 se estableció la obligatoriedad del Registro Nacional de Productores Agropecuarios, con la finalidad de establecer el capital de operación de las propiedades consolidadas.

Por los antecedentes anotados se concluye que la función catastral ejercida en el país tiene solamente objetivos de caracter tributario, faltándole el contenido técnico y económico que le complemente.

B. Institución Catastral

En el país no existe la Institución legal como instrumento integrado para el procesamiento del catastro rural, a pesar de contar con las diferentes instituciones estatales, con los medios técnicos y jurídicos que harían posible la efectivación de esta función.

La preparación del material cartográfico está bajo la responsabilidad del Instituto Geográfico Militar y de las Brigadas Topográficas del Instituto de Reforma Agraria. El estudio de los suelos a cargo del Departamento de Suelos del Ministerio de Asuntos Campesinos y Agricultura y lo referente a la parte estadística y estudios económicos a cargo del Servicio de Economía del mismo Ministerio.

La parte jurídica: deslinde, registro y titulación está bajo la responsabilidad del Instituto de Reforma Agraria.

El cobro del Impuesto Territorial Nacional se efectúa a través de las Prefecturas Departamentales y el Tributo a la Renta, se la hace en la Dirección Nacional de la Renta en su sección Catastro Rural.

C. Creación del Catastro Rural en Bolivia

Para orientar en una forma racional y adecuada la política del sector agropecuario es de sentida necesidad el establecer la entidad que integre y centralice todos los servicios requeridos para la plena ejecución en sus componentes jurídico y económico del catastro rural.

Para este propósito se cuenta con la calificada experiencia del Instituto Geográfico Militar en la preparación del material básico de cartografía y de las demás instituciones que actualmente en forma indirecta contribuyen a cumplir en forma parcial las funciones de las diferentes fases del catastro.

Para fines de información cartográfica se anexan mapas que muestran vuelos Aereofotogramétricos, restitución de producción, control suplementario, clasificación del campo, triangulación y nivelación efectuado por el Instituto Geográfico Militar.

SG/cjr VIII-30-1972

MAPA INDICE DE

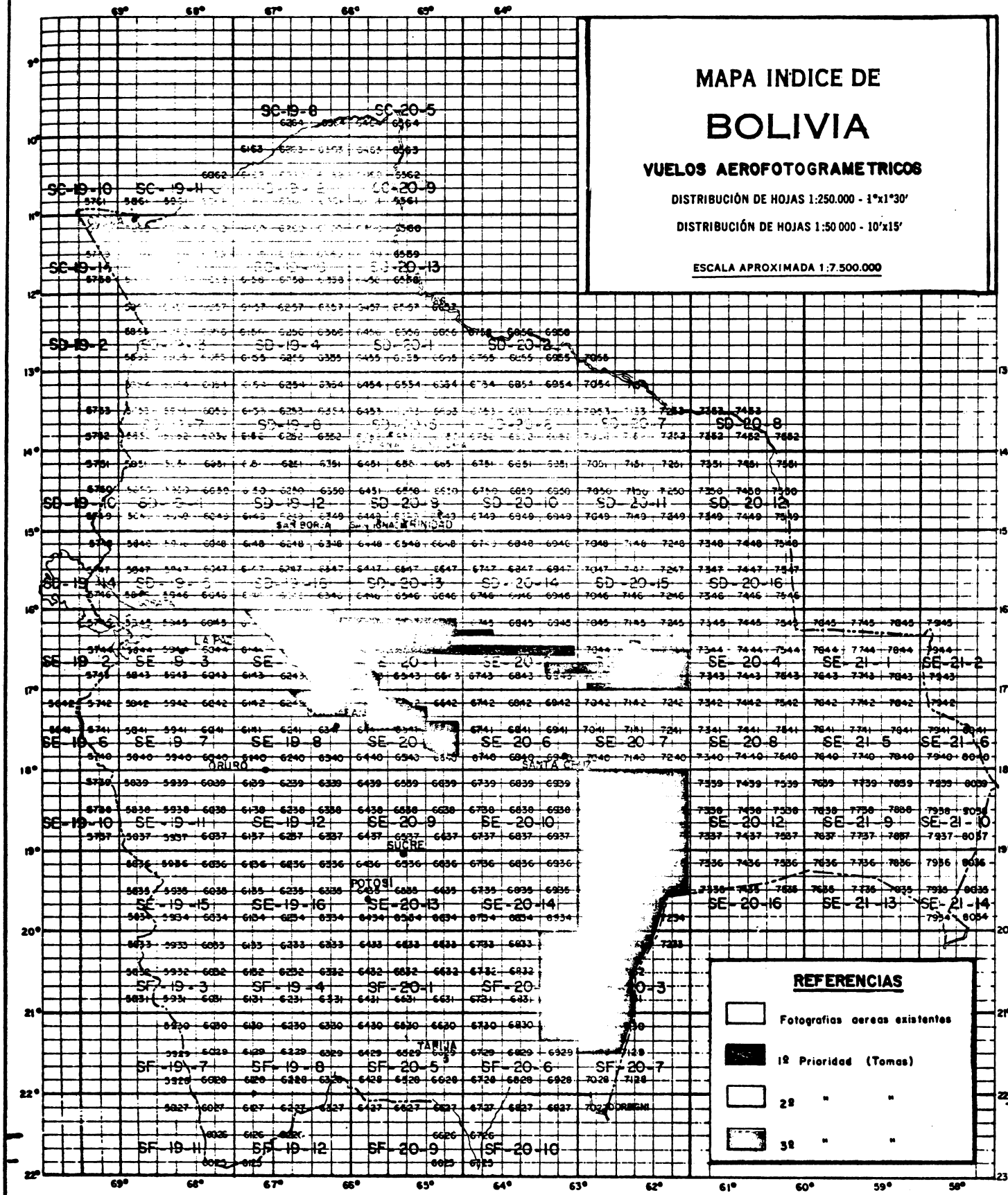
BOLIVIA

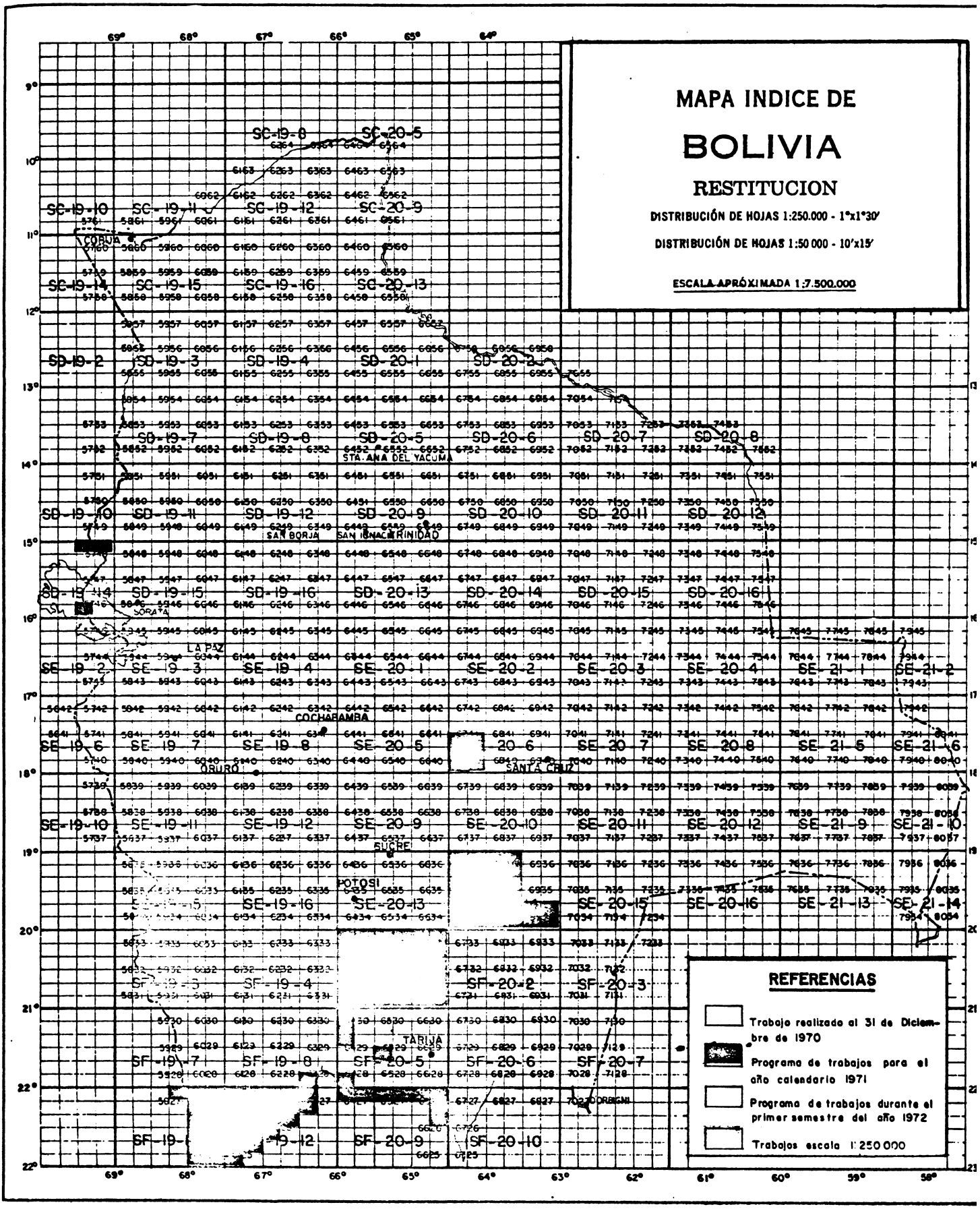
VUELOS AEROFOTOGRAMETRICOS

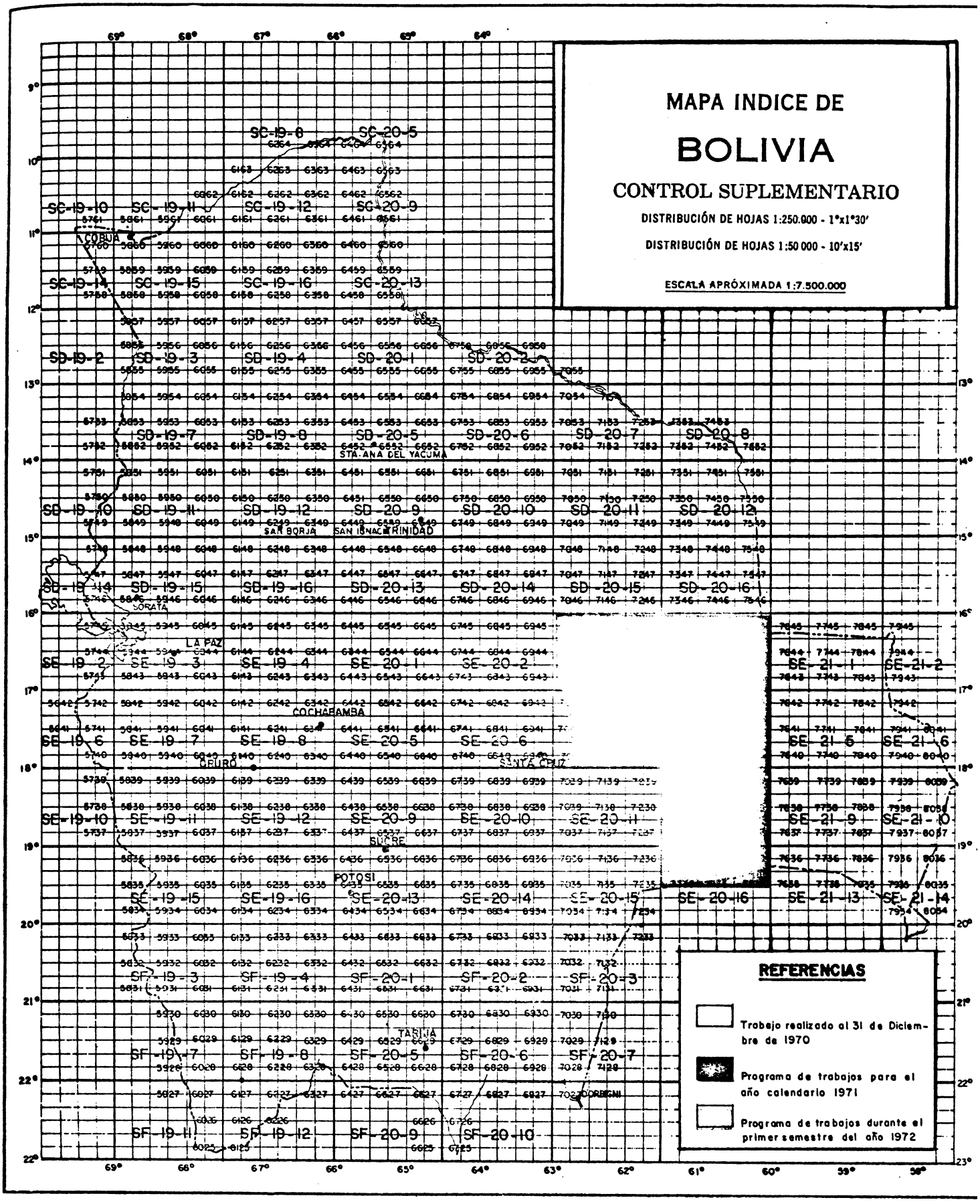
DISTRIBUCIÓN DE HOJAS 1:250.000 - 1°x1°30'

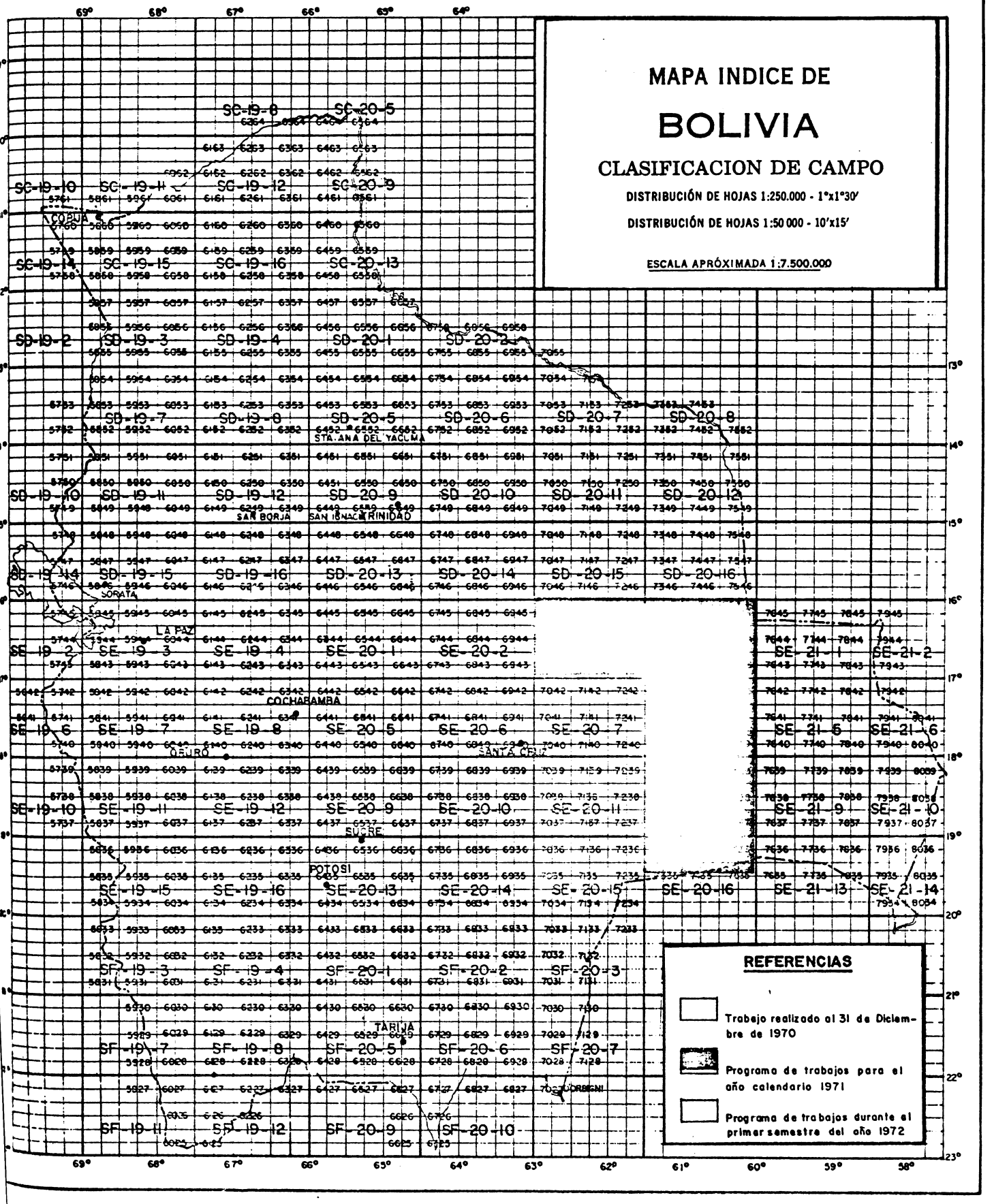
DISTRIBUCIÓN DE HOJAS 1:50 000 - 10'x15'

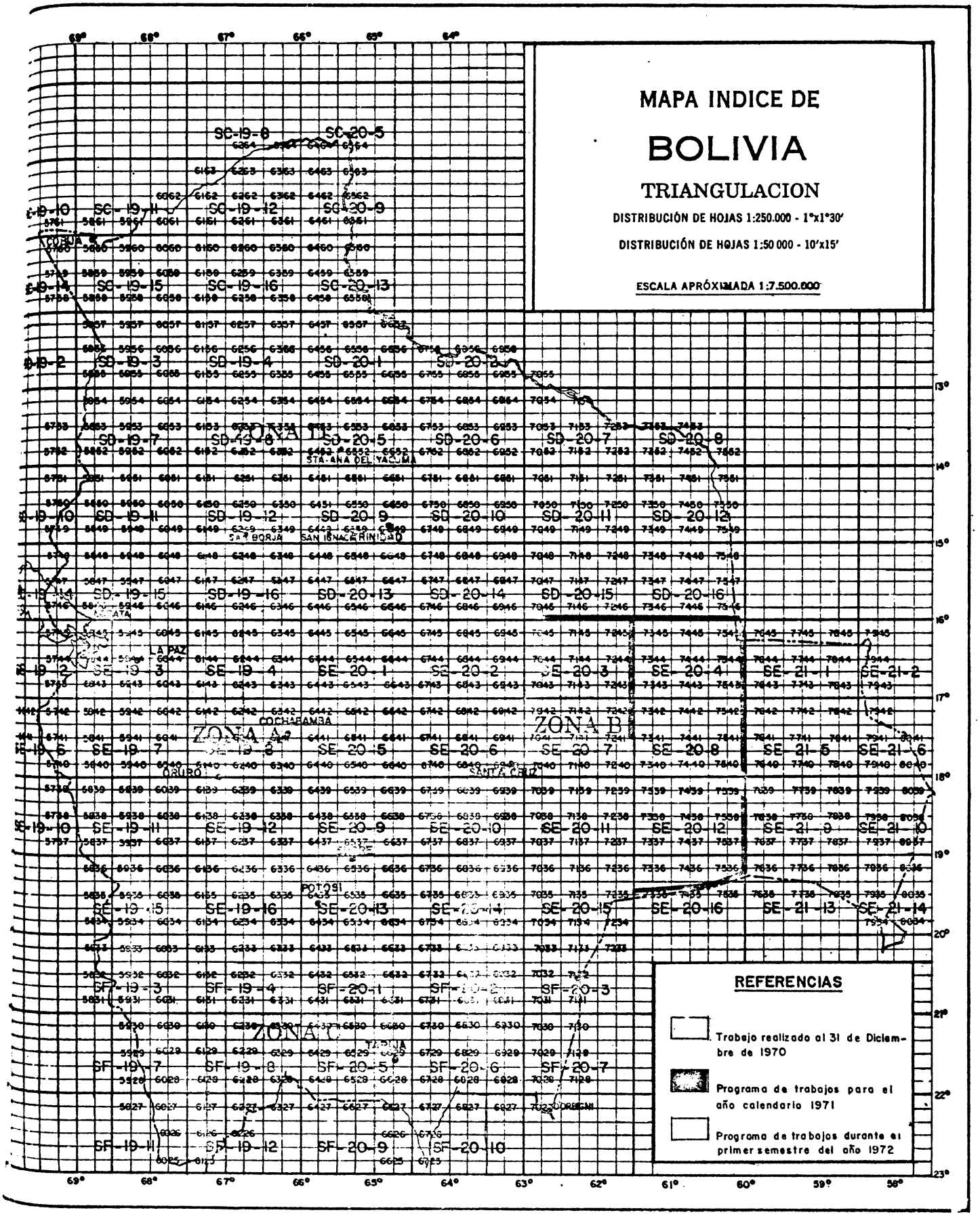
ESCALA APROXIMADA 1:7.500.000




MAPA INDICE DE
BOLIVIA
RESTITUCION
DISTRIBUCIÓN DE HOJAS 1:250.000 - 1°x1°30'
DISTRIBUCIÓN DE HOJAS 1:50 000 - 10'x15'
ESCALA APRÓXIMADA 1:7.500.000
REFERENCIAS
Trabajo realizado al 31 de Diciembre de 1970
Programa de trabajos para el año calendario 1971
Programa de trabajos durante el primer semestre del año 1972
Trabajos escala 1:250 000
CORUJA
STA. ANA DEL YACUMA
SAN BORJA
SAN IGNACIO
TRINIDAD
SORATA
LA PAZ
COCHABAMBA
ORURO
SANTA CRUZ
SUCRE
POTOSI
TARIJA
RODRIGNI







MAPA INDICE DE

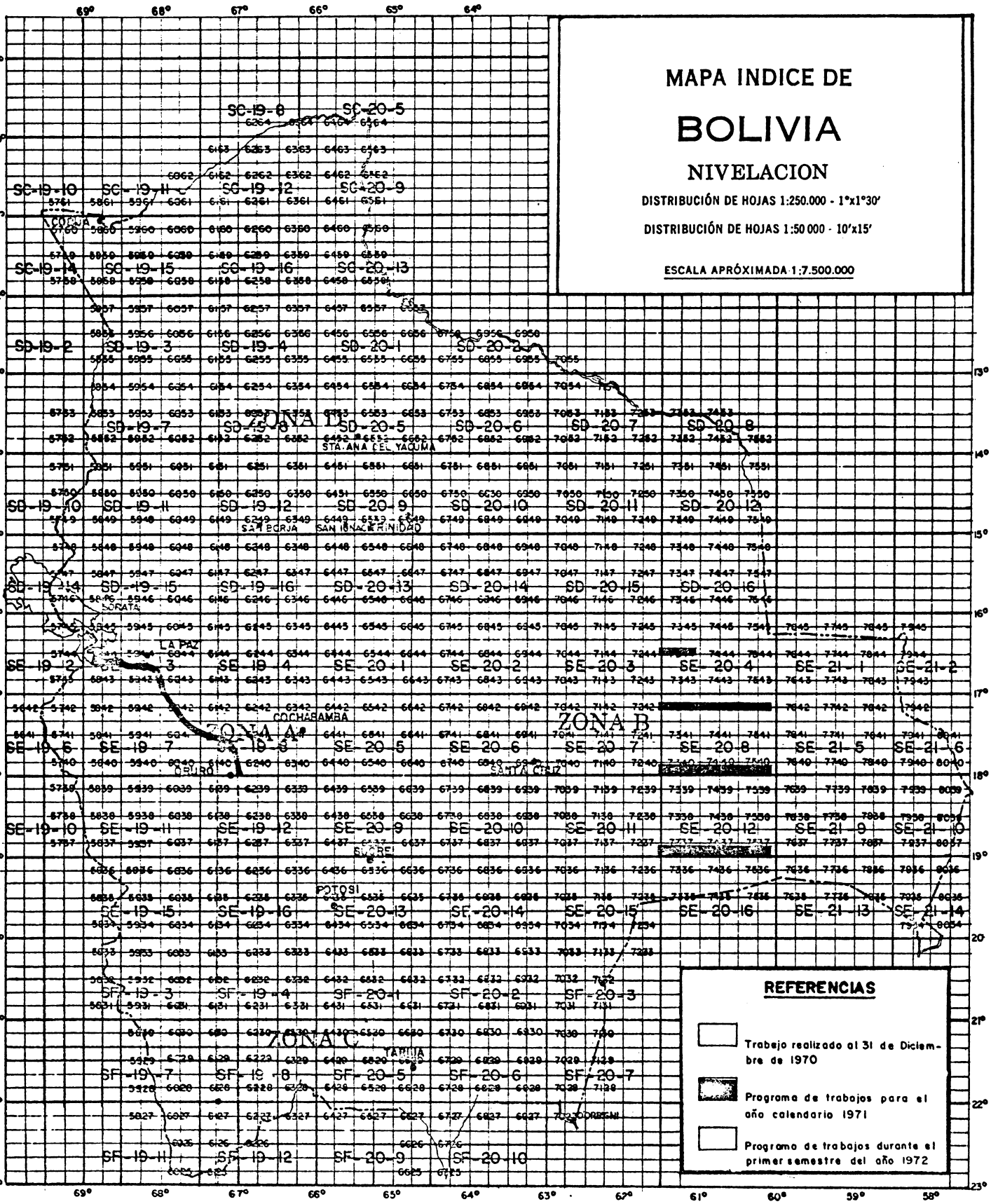
BOLIVIA

NIVELACION

DISTRIBUCIÓN DE HOJAS 1:250.000 - 1°x1°30'

DISTRIBUCIÓN DE HOJAS 1:50 000 - 10'x15'

ESCALA APRÓXIMADA 1:7.500.000



Modelo 1

I

MODELOS PARA CAPITULOS

Introducción

Para el gran título centrado y en mayúsculas fijas que va entre rayas, como se puede apreciar arriba, se dan tres espacios de la raya al título, y del título a las dos rayas de abajo, dos espacios. De las dos últimas rayas a la Introducción o al literal "A" (según el caso), siempre se dan cuatro espacios.

Ciertas veces se hace necesario recurrir a una Introducción para presentar un informe o un documento de tipo particular. Cuando así sea, lógicamente deberá ser lo primero que en éstos se consigne, así que irá inmediatamente después del gran título. La palabra Introducción va contra el margen, y sólo su letra inicial se escribe en mayúscula y se subraya la palabra.

A. Definición

De un párrafo a estos literales, siempre deben darse tres espacios. Estos literales siempre van contra el margen izquierdo y su título a los tres espacios, en mayúsculas iniciales y subrayado, como se aprecia en este modelo.

Al comienzo de todo párrafo (menos en los literales A, B, C, etc.) que se dan tres, son dos espacios y se comienza el texto a una sangría de cinco o seis espacios (con el espaciador 2), según la tabulación de la máquina.

Entre los literales y numerales al texto siempre debe tabularse a los tres espacios para comenzar el texto.

1. Aclaración. Este numeral se comienza en la primera sangría, empezando el segundo renglón exactamente debajo de la letra mayúscula del texto, después del subtítulo y el tercero y siguientes renglones al margen (a ésto se le da el nombre de indentado) como en este modelo. Esta forma de indentado es sólo cuando el numeral lleva subtítulo. Dentro de estos mismos numerales, es decir 1., 2., 3., etc. hay algunos que no llevan subtítulo. En este caso, todos los renglones van contra el margen.

a. Derivación. Este literal como vemos, se deriva del 1., por tanto su subtítulo, si lo hay, debe ir siempre subrayado y siempre en minúsculas y su distribución de acuerdo a este modelo.

1) Numeral con paréntesis. Se deriva del literal a. y se sigue como este modelo.

a) Literal con paréntesis. Este se deriva del 1) y se sigue como este ejemplo.

-Luego, si hay más acápites se identifican con guiones que van pegados a la letra del texto que le sigue, como este ejemplo.

Resumen

En algunas ocasiones se estima también oportuno posponer al texto general un compendio de lo expuesto. Este subtítulo y su texto debe ir como en este modelo. Al anteponer el Resumen y la Introducción va así:

RESUMEN O INTRODUCCION

En el centro y en mayúscula fija y el texto a la primera sangría y los demás renglones contra el margen, como se puede apreciar en este modelo.

OBSERVACIONES VARIAS

Llamadas al pié de página. Estas llamadas se identifican por medio de número arábigo o de asterisco*. El estilo escogido la primera vez deberá guardarse en todos los otros casos que se presente**. Cuando haya que anotar más de una, se emplea el sistema de la cita consecutiva (de menor a mayor partiendo del símbolo uno). Si hubiere que hacer llamadas de esta naturaleza en más de una página, se procederá en forma independiente, aplicando el sistema antes dicho en cada una.

* Se debe dar preferencia al asterisco cuando el uso de números en las llamadas puede provocar confusiones, como sucede por ejemplo con las referencias citadas en las bibliografías que por lo general se hacen con números.

** Puede diferir en ocasiones muy particulares, como en cuadros, figuras y otros casos específicos.

Cada vez que se anota en el texto una llamada, debe tomarse la precaución de reservar el campo necesario abajo de la hoja respectiva, para escribirla con suficiente espacio, particularmente si son extensas, o varias, en cuyo caso van sin espacio intercalado entre una y otra, pero guardando uniformidad con los demás casos presentados en otras hojas.

Estos piés de página se escriben dejando como mínimo un renglón en blanco después de la última escritura normal de la página; se traza una línea divisoria corta (se recomiendan 20 espacios), alineando el margen izquierdo del texto respectivo, o sea a la primera sangría como se puede apreciar, y se hace siempre a un sólo espacio.

Las citas bibliográficas se identifican casi siempre, con números arábigos, en esta forma/1 y la bibliografía va al final del documento.

Cambios en las conjunciones y, o. La conjunción y se cambia por e cuando la palabra siguiente comienza por i o por hi que no forman diptongos: descolorido e insípido, padre e hijo (en cambio, se dice estratosfera y ionosfera, agua y hielo, sinalefa y hiato, por haber diptongo en io, hie, hia).

La conjunción o se cambia por u siempre que la palabra siguiente comience por aquella vocal o por ho; así se dice: mandar u obedecer, palabra u obra, juez u oidor, ayer u hoy, casa u hogar.

Simplificación ortográfica. Por acuerdo de las Academias de la Lengua, se ha autorizado la simplificación de los grupos iniciales de consonantes en palabras que empiezan con ps-, mn-, gn-; así se puede escribir psicología o sicología, mnemotecnia o nemotecnia, gnomo o nomo.

También se ha autorizado el uso de tras- en vez de trans- (trasporte o transporte, etc.); sus- en vez de subs- (sustancia o substancia, etc.).

Igualmente se ha autorizado el uso de las formas contractas remplazo, remplazar, rembolso, rembolsar, oscuro, oscuridad, posdata, posguerra, posmeridiano, setiembre, sétimo.

De las cantidades. En español se acostumbra separar con coma (,) los decimales, y con punto (.) los millares, millones, etc. Así la cantidad de mil millones de dólares se escribe: US$1.000.000.000,00 (en los Estados Unidos esta cantidad se llamaría "a billion dollars" y se escribiría: $1,000,000,000.00). No se acostumbra dividir con punto al escribir los años: 1965 (en vez de 1.965). También se está generalizando la costumbre de prescindir del punto en otras cantidades de cuatro cifras: 2630 metros.

Las fracciones decimales, cuando no hay enteros, van precedidos por un cero: $0,60 (60 centavos); 0,25 litros (25 centilitros).

Dentro de estas reglas modernas también se acostumbra escribir con letras los números del uno al nueve, y con cifras del 10 en adelante.

Otra de las reglas esenciales en los números es no partirlos de un renglón a otro; es preferible dejar el espacio: Ejemplo: 2.000.000.000, 00. (incorrecto).

Para la cita de número, el signo correspondiente se escribe dejando un espacio entre éste y la expresión de cantidad respectiva que lo complementa, así: No. 3 (Ejemplo para plural: Nos. 3 y 4).

Para la enumeración en lista de romanos o romanos en minúscula, su alineamiento se hace siempre a la derecha, cortando en línea recta dependiente del primer signo. Ejemplo:

I.	i.
II.	ii.
III.	iii.
IV.	iv.
V.	v.

Otras normas que se deben tener en cuenta son las siguientes:

Cuando dentro del texto se presenten frases entre (paréntesis), "comillas" y guiones, -éstos van unidos a las letras donde comienza y termina la frase-, que se quiere destacar como en este modelo. Igualmente los signos de admiración y de interrogación. Estos signos de puntuación, los asteriscos*, etc., van siempre antes de la puntuación.

"Cuando se desee hacer una trascripción, el texto va encerrado entre comillas (al iniciar la cita y al concluírla) con líneas de corte tanto a la derecha como a la izquierda a unos cinco espacios de los márgenes laterales del texto, dejando por lo general una sangría de cinco espacios al iniciarla".

No escribir abreviaturas ni siglas, ni signos dentro del texto, se deben desarrollar, como por ejemplo: 2%, se debe escribir "dos por ciento". Las siglas, se desarrollan la primera vez y entre paréntesis se escribe la sigla en mayúscula fija, después puede seguirse con la sigla. Las abreviaturas y los signos siempre se desarrollan.

No se deben separar las palabras por una sola letra al final del renglón. Ejemplo: a-hora.

No se deben separar palabras al final de la hoja y pasar el resto a la siguiente.

No se debe dejar un renglón al final de la hoja ni pasar uno solo a la página siguiente. Es correcto dejar al final de la hoja de dos renglones en adelante lo mismo al comenzar la siguiente.

Después de punto seguido siempre debe darse dos espacios.

El método que más se adapta a las memorias o informes, es el de numerales y letras, como sigue:

I. ...
  A. ...
    1. ...
      a. ...
        1) ...
          a) ...
            i ... (éstas se usan en algunas ocasiones)
            ii ...
          b) ...
        2) ...
      b. ...
    2. ...
  B. ...
II. ...

A veces también se usa otro método que se denomina la forma decimal, porque emplean más bien un sistema de puntos. El esquema de este sistema es el siguiente:

1. Primer punto principal
  1.1. Primera subdivisión del punto principal
    1.1.1. Primera subdivisión de 1.1.
    1.1.2. Segunda subdivisión de 1.1.

  1.2. Segunda subdivisión del punto principal
    1.2.1. Primera subdivisión de 1.2.
      1.2.1.1. Primera subdivisión de 1.2.1.
      1.2.1.2. Segunda subdivisión de 1.2.1.
    1.2.2. Segunda subdivisión de 1.2.

2. Segundo punto principal
  2.1. Primera subdivisión del punto principal
  2.2. Segunda subdivisión del punto principal (y así sucesivamente)

No obstante lo anterior, se debe dar preferencia al uso de numerales y letras antes que a este forma decimal, excepto cuando resulte más práctica para aquellos informes particularmente de carácter técnico sumamente complejos y seccionados.

Espaciado. La práctica usual es la de escribir los informes y documentos a renglón seguido. No obstante, se mecanografían o imprimen a doble espacio también, para efectos de borradores, en ciertas presentaciones tentativas, o cuando su naturaleza así lo demande. Entre los párrafos y entre un párrafo y sus incisos deberá quedar siempre un renglón en blanco.

Los nombres de los meses (junio, octubre); de los días de la semana (martes, jueves); de las estaciones (primavera, otoño); y de los puntos cardinales (norte, este) se escriben con minúscula, excepto si forman parte de un nombre propio o de una fecha histórica: (Polo Sur, 20 de Julio, 8 de Diciembre).

Hay que procurar que el margen derecho quede lo más parejo posible.

Cuando la división o escritura de palabras ofrezca dudas, culsúltese un diccionario.

Tampoco se deben fraccionar los nombres propios de personas o países.

Nombres científicos. Los nombres científicos se escriben la primera palabra con mayúscula inicial y la segunda (o más) con minúscula, subrayando cada una de ellas por separado. Ejemplo: Hevea brasiliensis.

Los nombres de variedades cultivadas se escriben con mayúsculas iniciales, entre comillas simples, según lo exige el código botánico. Ejemplos: Coffea arabica var. 'Caturra'; tomate 'Red Cherry'.

Es importante cuidar la ortografía para evitar faltas de esta naturaleza que causan tan mala impresión.

Una última observación sería, tal vez la más importante, la nitidez, tanto en lo referente a originales como a copias. Debe prestarse a este aspecto la atención especial que merece, ya que constituye uno de los factores determinantes en la opinión pública del prestigio e importancia de la institución. Una carta, informe o documento, descuidadamente presentados, causarán muy mala impresión y hasta un efecto negativo y contraproducente. Aún para trámites internos, un trabajo lleno de errores y borrones siempre dejará mucho que desear.

Modelo 2

MODELO PARA MEMORIAS O INFORMES

Las normas son iguales a las de los capítulos, sólo el título varía, como se puede apreciar en el modelo.

METODOLOGIA DE LA ENSEÑANZA
FORMACION DE CONCEPTOS *

MORSE, W. et al.

En este ejercicio usted tendrá que formarse un concepto mediante pruebas sucesivas. Durante el desarrollo de cada una de ellas, coloque una regla o un pedazo de papel grueso sobre la línea punteada que limita con la siguiente. Después de haber contestado, vuelva la regla hacia abajo colocándola sobre la siguiente línea punteada y continúe con la otra prueba.

En cada una de ellas usted tendrá que ver un dibujo, e intentará determinar si se trata de una figura llamada "mib". Después de unas cuantas pruebas usted formulará algunas hipótesis sobre lo que es un "mib". Comparando los resultados obtenidos en las pruebas, descubrirá gradualmente cuáles son las características de esta figura. Y por último se formará un concepto adecuado de lo que es el "mib".

Tenga listos un lápiz y una regla o un papel, y comience.

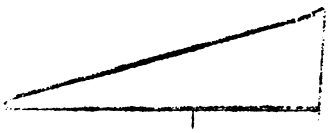
Prueba 1

marque aquí

Es éste un mib ? Si____ No____

Prueba 2

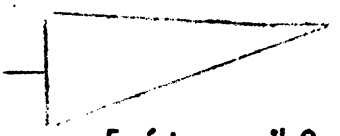
La segunda figura de la prueba 1 no es un mib



Es éste un mib? Si____ No____

Prueba 3

En la prueba de 2 no hay un mib



Es éste un mib? Si____ No____

---

* Tomado de: Morse William C. & Wingo G. Max. Sicología aplicada a la enseñanza. México, Centro Regional de Ayuda Técnica, 1962. pp 670-674.

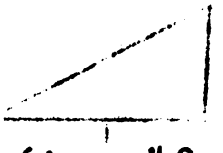
Prueba 4

La figura de la prueba 3 es un mib

Es éste un mib? Si____ No____

Prueba 5

La figura de la prueba 4 es un mib



Es éste un mib? Si____ No____

Prueba 6

La figura anterior no es un mib

Es éste un mib? Si____ No____

Prueba 7

La figura de la prueba 6 es un mib

Es éste un mib? Si____ No____

Prueba 8

En la prueba 7 no hay un mib

Es éste un mib? Si____ No____

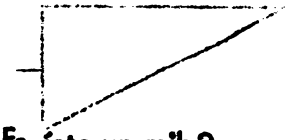
Prueba 9

En la figura 8 no aparece un mib

Es éste un mib? Si____ No____

Prueba 10

En la prueba 9 no hay un mib



Es éste un mib? Si____ No____

Prueba 11

En la prueba 10 hay un mib

Es éste un mib ? Si____ No____

Prueba 12

La figura de la prueba 11 es un mib

Es éste un mib ? Si____ No____

Prueba 13

En la prueba 12 hay un mib

Es éste un mib? Si____ No____

Prueba 14

En la prueba 13 no hay un mib

Es éste un mib? Si____ No____

Prueba 15

En la prueba 14 no hay un mib

Es éste un mib? Si____ No____

Prueba 16

En la prueba 15 hay un mib

Es éte un mib ? Si____ No____

Prueba 17

La figura de la prueba 16 no es un mib

Es éste un mib? Si____ No____

Prueba 18

La figura de la prueba 17
no es un mib

Es éste un mib? Si____ No____

Prueba 19

La figura de la prueba 18
es un mib

Es éste un mib? Si____ No____

Prueba 20

La figura de la prueba 19
no es un mib

Es éste un mib? Si____ No____

Prueba 21

La figura anterior es un
mib

Es éste un mib? Si____ No____

Prueba 22

La figura de la prueba 21
no es un mib

Es éste un mib? Si____ No____

Prueba 23

La figura de la prueba 22
es un mib

Es éste un mib? Si____ No____

Prueba 24

La figura de la prueba 23
no es un mib

Es éste un mib ? Si____ No____

Prueba 25

La figura de la prueba 24
no es un mib

Es éste un mib? Si____ No____

Prueba 26

La figura de la prueba 25
no es un mib

Es éste un mib? Si____ No____

La figura de la prueba 26
es un mib

Ahora escriba lo que usted conceptualizó (aprendió) sobre lo que es un mib.

mdb/ IX-20-72

PRINCIPIOS GENERALES DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS AGROPECUARIAS

Hector Murcia*

A. Introduccion

El proceso de planeación y ejecución de un programa de desarrollo requiere del conocimiento y aplicación de un conjunto de principios técnicos, económicos y sociales, en los cuales se debe fundamentar el carácter integral de su objetivo general.

En la mayoría de las naciones latinoamericanas, como en aquellos países considerados dentro de la categoría del subdesarrollo, gran parte de las explotaciones agropecuarias se mantienen en estado primitivo o tradicional, con el consiguiente desperdicio de los recursos humanos, físicos y naturales. Dicha condición se refleja, a su vez, en la baja producción por unidad de superficie y en pérdidas para el agricultor y para la economía total.

La inadecuada explotación de la tierra y las deficientes estructuras de tenencia, como algunos de los factores condicionantes de este atraso, hacen necesario que se adelante un trabajo conjunto, utilizando simultáneamente diversos instrumentos de política agraria.

Además, se requiere incorporar a la práctica las nuevas técnicas que se van conociendo, a fin de afrontar los problemas de los pobladores del sector rural, así como para tratar de llenar las necesidades reales del consumidor.

El estudio sobre planeación de empresas agropecuarias trata de contribuir al adelanto económico de un país, mediante el análisis del mejor uso de los factores de producción a nivel de finca y su posterior aplicación en el campo regional y nacional. La necesidad de planear y reorganizar las explotaciones agropecuarias surge dentro del cumplimiento de cualquier política a nivel general, como es el caso de la reforma agraria, y para el desarrollo de actividades necesarias, como los planes de educación, crédito, parcelación o colonización.

* Profesor, Facultad de Agronomía, Universidad Nacional de Colombia, Bogotá.

En estas notas se presentan los principales principios de planificación a nivel de unidad de producción, los cuales contribuyen a ampliar el enfoque de los proyectos de desarrollo agrícola y permiten conocer modernos métodos a tenerse en cuenta en la producción de la finca y en la adecuada planeación de los ciclos de producción del negocio agrícola.

En la parte final se presenta una revisión bibliográfica, en la cual se pueden ampliar los diversos aspectos tratados a lo largo de las conferencias dictadas.

1. La administración de fincas o administración rural. Ante todo, se debe considerar que la finca tiene todas las características de cualquier empresa. Como tal, en ella se trata de alcanzar un conjunto de objetivos determinados y se presentan multitud de problemas que requieren solución.

Para el enfoque adecuado de las diversas situaciones que se observan en el funcionamiento normal del negocio agropecuario, se hace necesario contar con el auxilio de los principios de administración.

De muchas maneras se ha tratado de definir a la Organización de Empresas Agropecuarias o Administración Rural. A continuación se presenta uno de los conceptos que parece adaptarse al objetivo de esta ciencia:

"Disciplina que trata de lograr un mejor uso y combinación de los factores de producción existentes en la finca, en tal forma que el resultado del manejo de la unidad de explotación esté de acuerdo con los objetivos del administrador, generalmente representados en máximos ingresos netos continuados".
(Adaptado de varios cursos de Administración Rural).

Dentro de esta definición se pueden encontrar los objetivos generales de la Administración Rural, los cuales se diferencian de la siguiente manera:

Mejor uso y combinación de los factores de producción de la finca: Los factores de producción son todos aquellos recursos o elementos que convenientemente utilizados y combinados en el proceso productivo dan origen al llamado "Producto". Muchos autores clasifican los factores de producción en cuatro categorías principales: Tierra o Recurso Físico, Trabajo o Recurso Humano, Capital o Recurso Financiero y Administración.

Junto a estos cuatro factores principales, existen otros comunmente denominados como elementos o recursos auxiliares de producción, tales como los factores institucionales, la influencia de políticas agrarias provenientes del gobierno, y en general todos aquellos elementos que intervienen indirectamente en la producción.

La administración rural trata de dar al agricultor adecuadas herramientas de análisis que le permitan hacer un mejor uso de los recursos existentes en su finca, a través de mejores técnicas de manejo.

Producir máximos ingresos netos y ganancias: Este objetivo puede ser también considerado como Minimización de Pérdidas o Reducción de Costos de Producción. La administración trata de maximizar una función que tiene directa relación con el bienestar del empresario rural.

Los ingresos netos representan aquella proporción del Ingreso Total que queda al agricultor luego de cubrir sus costos totales de producción. (I. Neto = I. Totales - Costos Totales).

De una manera contínua: Se pretende que en el logro de los objetivos básicos no se actúe con un criterio a corto plazo sino que se busca, a más del objetivo de maximización de ganancias, el mantenimiento de las condiciones físicas de la finca.

Por tanto, debe mirarse a la Administración Rural no con un criterio aislado de aumento de ingresos netos, sino con el complemento adecuado que los conocimientos técnicos brindan al diseño del plan de explotación de la finca, durante un tiempo determinado.

a. Aplicación real y general de los principios de administración de fincas. Repetidamente se plantean interrogantes sobre la aplicación de los métodos de administración de fincas en la real situación del agro latinoamericano. En gran parte de la economía rural de estos países es posible encontrar tres etapas de desarrollo en la agricultura: Tradicional o Primitiva, con características de baja productividad con relación al promedio nacional (situación reflejada en los minifundios y latifundios tan extendidos en el sector rural); de Transición, con índices de productividad cerca al promedio general; y agricultura comercial, con resultados superiores al promedio.

Es obvio que en los dos últimos tipos de agricultura mencionados es plenamente aplicable la Administración de Empresas Agropecuarias. En cuanto a su utilización intensiva en la agricultura de tipo tradicional o primitiva, se hace necesario debatir ampliamente sobre la realidad agraria de cada país, aunque es claro que esta ciencia debe acompañar al proceso de mejorar las condiciones estructurales del sector y de incorporarlo efectivamente a la producción.

Otro punto de vista a analizar ampliamente, es aquel que considera a la administración como aplicable únicamente para obtener mayores ganancias o aumentar continuamente la utilidad individual. Sin embargo, muchos

otros son los objetivos básicos de esta disciplina y ellos están íntimamente relacionados, en cuanto a prioridades, con la estructura económica general del lugar donde se quieran aplicar.

Si es el caso de la empresa privada, o de aquella de tipo individual, los métodos se dirigirán hacia un mejor uso de los recursos de producción disponibles, con el fin de hacer que la empresa se fortalezca y permitir que se garantice su subsistencia, a través de ingresos cada vez mayores.

Cuando se trata de ver si estas ciencias tienen uso en economías de tipo colectivo o comunitario, cual es el caso de países de orientación socialista, los métodos de organización de fincas tienen también plena vigencia. Organizaciones colectivas del tipo Toz, Artel o Comuna que se observan por ejemplo en la Unión Soviética y otros países de características similares, buscan a través de mejor organización de la producción, de planeación adecuada en el uso de los factores que se utilizan colectivamente y de eficaces decisiones destinadas al bienestar común, el hacer que marche adecuadamente la empresa comunitaria.

La aplicación de los conocimientos técnicos debe estar relacionada con los objetivos generales de la sociedad en la cual se trata de llevar a la práctica. La estructura económica hace que difieran las condiciones y objetivos de su aplicación, pero los principios generales siguen siendo los mismos.

b. Campo de acción de la administración rural. Antes de entrar a señalar el área de acción de la administración rural, es importante revisar algunos conceptos básicos sobre los cuales se estará haciendo referencia a lo largo de este estudio.

Finca o Unidad de Producción

Es la unidad económica en la cual el agricultor practica un sistema de producción con el fin de lograr sus objetivos. El sistema de producción es la combinación determinada de los factores de producción.

Campo Micro-económico

En la economía se usa este término cuando se refiere a la aplicación de conceptos o técnicas a una unidad de explotación específica.

Campo Macro-económico

Cuando los conceptos económicos se aplican a grupos de unidades de producción los cuales constituyen la región o la nación. La macro-economía se refiere más al campo total que al individual.

El campo hacia el cual se dirige principalmente la Administración Rural es el Micro-económico, pues esencialmente se basa en la organización de fincas o unidades de producción. Según Guerra (1963) "el campo de la administración rural tiene que ver principalmente con la aplicación de los principios económicos y los conocimientos de la tecnología agrícola en la organización de las fincas individuales".

Sin embargo, a partir del campo Micro-económico las técnicas de Administración Rural tienen gran aplicabilidad en el campo Macro-económico y sus bases deben ser tenidas muy en cuenta al formular programas de desarrollo económico a nivel nacional.

c. Interrelación con otras disciplinas. Muchas ciencias son necesarias para darle al administrador un conocimiento y formación integral en la aplicación de los conceptos de la Administración Rural a la Empresa Agrícola.

En el manejo de la finca, el administrador debe afrontar problemas de diversa índole entre los cuales se pueden citar:

1) Decidir qué productos debe comprar o vender.
2) Tomar actitudes frente a las innovaciones.
3) Conocer sobre prácticas de conservación de suelos; planear el calendario de trabajo de acuerdo con los requisitos de cada cultivo; saber algo sobre insectos, malezas o enfermedades que afecten sus cultivos, etc.
4) Saber como mantener el ganado y tener idea sobre aspectos de desarrollo de los animales de su finca.
5) Decidir sobre la tecnología que debe prevalecer y sobre el tipo o número de construcciones y equipos que necesita.

Como se observa en la diversidad de los ejemplos anteriores la administración efectiva necesita del concurso de muchas disciplinas las cuales se pueden agrupar en cinco áreas principales.

Economía Agrícola - Por medio de los estudios de precios, mercados, selección y combinación de empresas agrícolas o pecuarias, elementos de política agraria, etc.

Sociología Rural - Mediante el conocimiento de la idiosincracia del sector rural, sus tradiciones, la influencia de las instituciones, la actitud frente a las innovaciones,etc.

Ingeniería Agronómica - A través de los conceptos agronómicos puros, tales como conocimiento sobre plagas, enfermedades, variedades de cultivo, tipos de suelos y demás aspectos fitotécnicos.

Veterinaria y Zootecnia - En especial para las explotaciones de tipo pecuario, los conocimientos zootécnicos sobre mantenimiento y desarrollo del ganado, así como las técnicas aplicables en el sector animal de la finca, hacen de estas ciencias elementos imprescindibles para el administrador rural.

Ingeniería Agrícola - Por medio de conocimientos sobre maquinaria, aspectos tecnológicos generales, bases de riego y drenaje, tamaño y uso adecuado de las construcciones rurales y demás conocimientos que puede brindar la Ingeniería Agrícola.

Además de estos grupos principales de ciencias, la Administración Rural necesita de la estrecha colaboración de los fundamentos de carreras dirigidas al estudio y conservación de los recursos naturales, tales como Geología, Ingeniería Forestal, etc.

Para el caso especial de la finca en que se vaya a trabajar se necesitará dar énfasis mayor a un grupo de conocimientos, aunque en la práctica es bastante común encontrar la situación de explotación diversificada y por tanto, se hace necesario conocer principios de varias disciplinas o buscar asesoría técnica para el manejo de una empresa determinada.

2. Los principios generales de administración en la finca. La administración en general tiene varios principios o funciones básicas cuya ejecución es plenamente aplicable en las empresas agropecuarias.

Se pretende que todo proyecto que vaya a llevarse a cabo en una finca siga un plan establecido que indique los fines que se persiguen, los medios a través de los cuales se piensa alcanzar estos objetivos, los recursos de que se dispone y los sistemas de evaluación y corrección que se vayan a hacer.

Muchos tratadistas, entre ellos Henry Fayol, definen a la administración como el proceso de "planear, organizar, integrar, ejecutar y controlar".

De acuerdo con este lineamiento general, se presenta a continuación una síntesis sobre algunos de los principios de administración que se deben aplicar en el negocio agropecuario:

Planear: Comprende el proceso de tomar decisiones sobre la operación de la finca y prever, hasta donde se pueda, sobre su funcionamiento. El agricultor debe planificar su unidad de producción para obtener los cultivos o la combinación de ellos que le brinde mayores beneficios, al tiempo que mantiene las condiciones físicas ó naturales de la finca (rotación apropiada de cosechas, prácticas de conservación de suelos, disponibilidad adecuada de irrigación en el futuro, etc.)

Organizar: Consiste en buscar la mejor manera para el funcionamiento de la empresa agropecuaria. En esta función se trata de asignar a cada una de las partes constituyentes de la empresa (trabajadores, colaboradores, etc.) sus tareas específicas. Se pretende que se tengan en cuenta principios básicos tales como:

- Delegación apropiada de autoridad.
- Definición de acciones y responsabilidades: Que cada persona trabajando sepa lo que tiene que hacer y tenga delimitadas sus funciones.
- Unidad de mando, lo cual equivale al principio tan conocido de que "cada persona no debe tener más de un sólo jefe".
- Reconocer la importancia de llevar en la finca un ordenado sistema de registros de producción y de contabilidad agrícola, etc.

Se puede organizar, en general, el funcionamiento de la explotación y ordenar adecuadamente el uso de los recursos.

Integrar: Tratar de que todas las partes constitutivas de la explotación agropecuaria se armonicen y trabajen conjuntamente como un todo, con el fin de lograr los objetivos establecidos previamente.

Hacer por ejemplo, que todos los cultivos o empresas ganaderas que se lleven en la finca estén eficientemente planeados y en lo posible que se complementen, para obtener los fines buscados por el agricultor.

Ejecutar: Consiste en tener la autoridad suficiente y los conocimientos técnicos y prácticos para hacer que el negocio marche normalmente. Tener la capacidad suficiente para saber resolver los problemas que se presenten en un momento determinado y aceptar la responsabilidad por cualquier decisión tomada.

Evaluar o Controlar: Comprobar periódicamente los resultados que se están logrando, con la finalidad de ver si ellos están de acuerdo con los objetivos propuestos.

Si por ejemplo, se decide cambiar por completo el plan de cultivos de la finca, se debe hacer una evaluación lo más pronto posible, para ver si este cambio trae en realidad los beneficios que se buscan, o en caso contrario, hacer las correcciones que sean del caso y que se puedan efectuar.

Es cierto que hay muchas teorías sobre la manera de llevar adelante una administración efectiva en la finca, pero de todas maneras es ampliamente reconocido que ella debe seguir principios claros sobre los cuales se basa el adecuado funcionamiento.

Uno de los puntos básicos que pretende la organización y manejo de los recursos de la finca es tratar de reducir al mínimo la improvisación, con el fin de evitar riesgos innecesarios.

3. Técnicas utilizadas en el proceso de organización. La fase de organización debe estar completamente definida; si se quiere que sea lo más adecuada posible, es necesario hacer uso de un conjunto de técnicas dirigidas a determinar la correcta estructura de la empresa, y la programación de actividades.

a. El organigrama. Es un esquema que trata de representar la estructura administrativa de la empresa analizada. Aunque es muy poco utilizado en la planeación de negocios agropecuarios, no se debe desconocer su importancia al tratar de especificar las líneas de autoridad en la finca.

b. El diagrama de Gantt o gráfico de Barras. Es una de las maneras más sencillas de presentar gráficamente las actividades de la empresa. Comunmente se le conoce también como Cronograma.

Consiste en representar en un cuadro las determinadas labores a realizarse y el tiempo posible que se necesitará para ejecutarlas. Si se planea adecuadamente puede ser de efectiva utilización en casos sencillos de organización siendo además de fácil confección.

A continuación se presentan en las tablas 1 y 2, a manera de ejemplo, programaciones posibles de actividades para un cultivo de cebada y para el primer año de una plantación forestal, los cuales permiten apreciar prácticamente cómo se elabora un Cronograma.

Las actividades o trabajos a realizar se indican por medio de barras paralelas las cuales muestran cómo se deben efectuar dichas labores en un tiempo determinado. La fila P señala dicha programación, mientras que la E (ejecución), sirve para que la persona vaya controlando la realización de las diferentes labores planeadas.

PERT y CPM:

Son métodos de reciente utilización y de gran aplicabilidad en empresas de carácter complejo.

Se trata de mostrar en modelos gráficos la relación de las diferentes actividades que se deben efectuar. La representación de estas labores se realiza desde que se inicia hasta que se termina el plan de trabajo.

Estas técnicas (PERT y CPM) son ampliamente utilizadas en el diseño y ejecución de proyectos agrícolas y forestales. No se profundiza en el análisis de ellas, pues su conocimiento efectivo requiere de suficiente tiempo dedicado específicamente a su detallada explicación y comprensión.

TABLA 1. PROGRAMACION (DIAGRAMA DE GANTT) PARA UN CULTIVO DE CEBADA EN LA SABANA DE BOGOTA

ACTIVIDADES	P : Programado / E : Ejecutado							
	Tiempo	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto
Preparación del Terreno y aplicación de matamalezas (pre emergente.)	P							
	E							
Siembra y abonamiento.	P							
	E							
Labores de cultivo.	P							
	E							
Cosecha.	P							
	E							
Limpia y Trilla	P							
	E							
Asistencia técnica y supervisión.	P							
	E							

TABLA 2. PROGRAMACION (DIAGRAMA DE GANTT) PARA EL PRIMER AÑO DE UNA PLANTACION FORESTAL

ACTIVIDADES	P : Programado / E : Ejecutado												
	Tiempo	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.
Preparación del terreno para vivero.	P												
	E												
Construcción de Eras.	P												
	E												
Siembra	P												
	E												
Tratamiento de semillero.	P												
	E												
Trasplante	P												
	E												
Producción de Plántulas	P												
	E												
Control técnico	P												
	E												

EJERCICIO PRACTICO

Elabore un Cronograma o Diagrama de Barras para las diversas labores a programarse y ejecutarse en un cultivo o actividad seleccionada por usted.

B. La Toma de Decisiones

1. Principios y procedimientos para tomar decisiones. Existe un problema económico cuando una persona desea lograr sus objetivos, tiene varias alternativas y debe escoger solo una de ellas.

Este proceso tiene que realizarlo en un "medio" o "marco", dentro del cual debe tomar las decisiones.

De Bishop (1966) se han tomado los cuatro elementos básicos del marco económico para tomar decisiones.

a. Quién toma la decisión. Puesto que a alguien debe dársele la responsabilidad de valorar y escoger entre las diferentes alternativas, disfrutar de sus beneficios o aceptar los riesgos según sea el caso.

b. Objetivos que se persiguen. Que pueden ser económicos, de índole personal como satisfacciones o sencillamente la suma de varios objetivos menores.

c. Condiciones en que se toman las decisiones. Todas se afectan por lo general ante una situación particular, que está compuesta por una serie de condiciones de las cuales unas pueden ser cambiadas por el administrador individual y otras no.

   1) Condiciones controlables: Como la cantidad de semilla, de fertilizantes, de riego, etc.
   2) Condiciones no controlables: Como el estado del tiempo, los factores institucionales, la inflación, las heladas, la superproducción, la escasez, etc.

d. Medidas de control. Para evaluar efectivamente el éxito del negocio o los usos de los recursos. Sin medida de control sería imposible decir si se tomaron o no las mejores decisiones.

2. Interrogantes generales que se deben resolver. En la finca, como en cualquier empresa, se debe tratar de afrontar un conjunto de interrogantes de tipo general, los cuales requieren de una acertada decisión.

A continuación se presentan estas preguntas principales:

a. Qué producir?. Se debe decidir qué cultivos, ganado o combinación de cultivos o empresa ganadera, son los más apropiados para la finca en consideración.

b. Cómo producir?. Es necesario contemplar diversos aspectos tales como: Qué equipo y maquinaria emplear, qué prácticas agrícolas deben seguirse, qué cantidad de insumos a utilizar, etc.

c. Cómo distribuír la producción?. Tener en cuenta los principales canales de comercialización y la manera más efectiva para vender la producción obtenida en la finca.

d. Cómo mantener la producción a través del tiempo?. Estar de acuerdo con el objetivo básico de la administración enunciado anteriormente, de buscar una adecuada utilización y combinación de los recursos no únicamente en un ciclo de producción aislado, sino con un criterio dirigido más hacia el largo plazo.

3. El procedimiento de manejo. Varios autores, entre ellos Wheeler y Guerra (1963) consideran que el procedimiento de manejo se divide en dos fases principales: Planeamiento y Ejecución. Esta secuencia está de acuerdo con el llamado Método Científico para reconocer y atacar un problema.

Los elementos de la fase de planeamiento son:

-Reconocimiento de los problemas.
-Observación y colección de datos.
-Identificación de las alternativas.
-Evaluación de dichas alternativas.

Los elementos de la fase ejecutiva son:

-Selección entre las anternativas.
-Actuación según la selección.
-Determinar las medidas de evaluación.
-Determinar las medidas de control.
-Aceptar la responsabilidad de la decisión.

Se explicará brevemente y con algunos ejemplos cada una de estas etapas del proceso de manejo.

a. Fase de planeamiento.

Reconocimiento de los problemas. El administrador debe conocer los problemas que afronta y si le es posible clasificarlos según la importancia. En el caso de una finca, ejemplo de esta etapa puede ser el problema de estar logrando bajos ingresos con la actual organización; a nivel nacional Grunig (1969) trae un buen ejemplo al presentar como problema la búsqueda de estímulos efectivos "para el desarrollo agrícola y el mejoramiento económico general".

Observación y colección de datos. Para obtener sus objetivos y tomar cualquier decisión el empresario rural debe poseer la mayor cantidad posible de información con respecto a los aspectos físicos y económicos de su producción: Visitar granjas experimentales o institucionales del sector agropecuario, para estar al día en cuanto a las nuevas variedades de cultivos y las informaciones de utilidad para su finca, llevar registros de producción, etc.

Clasificación de las alternativas. Esta fase consiste en el análisis de la información recolectada anteriormente y en la determinación de diversas alternativas o líneas de acción que traten de dar soluciones al problema planteado.

En el caso de la finca, algunas alternativas para aumentar los actuales ingresos del agricultor podrían ser: Introducir mejores variedades de cultivos, mecanización de la producción (comprar o alquilar tractor o equipo en general), diversificación o especialización en la finca, orientándose por una empresa ganadera o si ya existe: Aumentar el promedio de leche producida por vaca, mejores prácticas de tratamiento al ganado, etc.

Para el ejemplo presentado en la primera etapa a nivel nacional, Grunig plantea algunas alternativas: Inversión en fincas de gran extensión, invertir copiosamente en programas públicos para agricultores pequeños (educación, trasporte, redistribución de la tierra, mecanización de fincas pequeñas, etc.) inversión en fincas pequeñas y grandes, colonización, etc.

Evaluación de las alternativas. Teniendo en cuenta las alternativas planteadas, se deben hacer ahora las consideraciones del caso para determinar la factibilidad y aplicabilidad de cada una de ellas.

Se trata de encontrar la solución más apropiada de acuerdo al fin que se busca, la que mejor se adapte a las condiciones del agricultor o a las

características generales del problema, la que mejores perspectivas ofrezca en cuanto a reducción de costos y minimización de riesgos, así como la factibilidad de realización.

En esta evaluación puede ser de gran ayuda la técnica del Presupuesto Parcial, cuyo proceso de realización y método se explicarán posteriormente al hacer referencia a los métodos de planeación a nivel de la Unidad de Producción.

b. Fase ejecutiva.

Selección entre las alternativas. De acuerdo con la evaluación hecha anteriormente, se hace necesario seleccionar la alternativa más apropiada o la combinación de alternativas que se adapte a las condiciones específicas del agricultor. Es en este punto donde propiamente se toma la decisión y donde entra en juego el criterio de la persona, auxiliado por los instrumentos técnicos que le dan el enfoque integral a su selección.

Actuación según la selección. Una vez hecha la selección, se debe llevar a cabo y hacer los cambios necesarios para que tenga pronta ejecución.

Medidas de evaluación y control. Periódicamente se deben hacer evaluaciones sobre los resultados que se están obteniendo con la realización de la alternativa seleccionada, a fin de ver si en realidad permite llenar los objetivos planteados y si vale la pena continuar con ella o más bien hacer cambios en su aplicación.

Aceptar la responsabilidad. El administrador que quiera llevar a cabo un programa debe ser capaz de aceptar los resultados que su decisión origine, cualquiera que ellos sean: Pérdidas o Ganancias.

Uno de los factores de éxito en la administración es el recibir los resultados con el criterio de continuar mejorando el sistema de organización si se nota que es bueno, o en caso contrario, encontrar las causas del fracaso y corregir hasta donde se pueda.

Se ha hecho énfasis en que la administración es un proceso que requiere tiempo y que debe tender más hacia el largo plazo que a cortos períodos de tiempo.

4. Factores de éxito en la administración a nivel individual. El éxito de la administración depende de múltiples razones, sobre las cuales es muy difícil tratar de teorizar. Cada administrador y cada finca representa un caso especial, para el cual diversas consideraciones deben tenerse en cuenta.

Además de los principios y procedimientos que rigen la toma de decisiones y teniendo en cuenta que todas ellas están sujetas a factores generalmente variables que alteran la decisión tomada, a nivel individual se podrían citar algunos aspectos importantes a considerar:

-Organización.
-Previsión.
-Ejecución y actividad.
-Control.
-Conocimientos técnicos.
-Relaciones públicas.
-Visión comercial.
-Espíritu progresista.
-Perseverancia.
-Cooperación.
-Capacidad empresarial.

Con respecto a la capacidad empresarial, a manera de ejemplo explicativo se transcriben a continuación los llamados "Diez Mandamientos Gerenciales", cuyo planteamiento original se puede apreciar en el folleto "planeación y contabilidad de la gerencia o administración de fincas", publicado por el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) de Colombia en 1969:

a. Reconocer a la gente de una organización como el recurso más importante de todos.

b. Hacer utilidades para que se pueda continuar proveyendo servicio.

c. Acercarse a cada tarea en una manera concientemente organizada para que no se deje el resultado al azar.

d. Establecer objetivos concretos a corto y largo plazo para asegurar mejor desempeño.

e. Obtener el logro completo de los objetivos mediante un entendimiento y aceptación general de ellos por toda la gente.

f. Mantener a cada individuo del equipo con buena moral, asegurando que:

-El sabe lo que debe hacer.
-El sabe el desempeño que le espera.
-El sabe sus autoridades.
-El sabe cuáles deben ser sus relaciones de trabajo con otros.

g. Concentrarse en mejoramiento individual mediante análisis periódicos de desempeño y potencial.

h. Proveer oportunidades de ayuda y guía en autodesarrollo como un fundamento de crecimiento empresarial.

i. Mantener un sistema de premios y remuneración para aumentos en el esfuerzo humano.

j. Proveer satisfacción en el trabajo para aquellos que hacen el trabajo y para aquellos que se sirven con el trabajo.

Para finalizar el presente capítulo se trae a referencia un ejemplo expresado por el doctor Richard Hall y algunos veterinarios, con respecto a la administración de haciendas ganaderas, el cual ilustra sobre los distintos aspectos tratados en esta parte del presente curso:

"La buena administración del ganado incluye nutrición adecuada, abrigo apropiado, buena disposición de los corrales y de los terrenos para pastar, limpieza, atinados programas de vacunación y control parasitario"*.

El autor del concepto anterior ofrece a los ganaderos trece recomendaciones para el buen manejo de una ganadería:

1) Adquiere usted conciencia de los problemas que afrontará. Comience por considerar que las enfermedades son el resultado de muchos factores; descubra los que fallan y corríjalos hasta donde le sea posible. Trata de prevenir la enfermedad que se presente.

2) Mantengase bien informado sobre las enfermedades de la región sobre todo en relación con aquellas que pudieran afectar a su propio ganado; aplique los programas de vacunación consecuentes.

3) Lleve un registro cuidadoso de las medidas preventivas tomadas con sus animales: Qué medicamentos se han empleado? Qué vacunas han sido aplicadas? Qué males se han presentado?, etc. Este registro es una gran ayuda; no confíe en su memoria.

4) Evite hasta lo posible la angustia de los animales. Aumente cuanto pueda el lapso entre aquellas medidas que causan sobresaltos al ganado como la vacunación y el destete.

5) Aisle a los animales recién adquiridos durante tres semanas. Haga lo mismo con los animales enfermos. El corral de aislamiento y los demás deben estar separados varios metros.

* Hall, Richard F. Conceptos sobre el buen manejo de una ganadería. Universidad de Idaho. 1970. Diario "El Espectador", Bogotá, Colombia, Agosto 9, 1970. Pg. 3-D.

6) Establezca un buen programa de vacunación. Ajústelo a las necesidades específicas de sus animales.

7) Establezca igualmente un programa de erradicación de los parásitos. Obtenga regularmente muestras de materia fecal y analícelas en busca de lombrices. Observe si los animales tienen piojos u otros parásitos externos.

8) Mantenga sus instalaciones tan aseadas como le sea posible.

9) Adopte un buen programa de alimentación. Cerciórese perfectamente de la clase de alimentos que ingieren sus animales. Supla con cuidado las deficiencias.

10) Proporcione al ganado refugios, corrales y pastizales apropiados. Mantenga las instalaciones en buen estado.

11) No se limite a utilizar medicamentos y vacunas para mantener saludable su ganado. En el mejor de los casos representan apenas una buena ayuda, pero no pueden sustituír a un buen programa de sanidad animal.

12) Consulte periódicamente al veterinario. Aproveche sus conocimientos.

13) Haga algunos planes a largo plazo. Realice un buen esfuerzo para mantener a su ganado libre de enfermedades.

EJERCICIO PRACTICO SOBRE LA TOMA DE DECISIONES

Usted es el administrador de una finca en la cual trabajan dos empleados A y B como sus asesores. La finca tiene 10 obreros permanentes y algunos transitorios.

En el presente mes usted recibió una invitación para participar durante 8 días en un curso sobre Administración Rural, a dictarse en una ciudad cercana. Antes de irse, usted dejó encargados a los dos asesores de la organización general de su finca.

Al tercer día de estar en el curso, usted recibe una llamada urgente por parte de uno de los asesores, quien le solicita que regrese inmediatamente a la finca, pues se han presentado algunos problemas que necesitan de su decisión.

Usted solicita permiso en el curso por una hora y regresa a su finca, en la cual encuentra diversos casos que requieren de pronta atención. Usted debe tratar de dar respuesta a los más importantes e indicar a la gente sobre lo que debe hacer en los otros, mientras regresa del curso que está tomando.

Según su criterio y basándose en su sentido común, cuál sería su actuación y clasificación rápida, si encuentra situaciones como las siguientes:

1. El obrero X se ha rehusado a aceptar ordenes, pues uno de los asesores lo mandó a arreglar una cerca y a los cinco minutos el otro asesor lo quiso mandar a reparar el tractor.

2. Han hecho varias llamadas urgentes para saber si se instala en esta semana la cerca eléctrica que usted había ordenado.

3. El obrero Y ha informado que se le perdió el papel en que anotaba los datos sobre la producción diaria de leche por vaca y por tanto, no ha podido anotar nada en estos últimos dos días.

4. Varias cartas han llegado:

   a. Invitación a participar en una reunión pasado mañana, para discutir sobre algunos problemas del Distrito de Riego con algunos vecinos.

   b. Desean saber si usted quiere renovar la suscripción a dos revistas agrícolas.

   c. Le ofrecen un tractor a un precio que a primera vista le parece bastante barato a sus asesores.

   d. Exigen su pronta respuesta sobre una recomendación para un amigo suyo que lo ha citado como referencia.

5. Para fines de impuestos solicitan una relación rápida sobre las entradas y gastos de su finca en el semestre pasado.

Los anteriores son algunos de los problemas que los asesores tratan de resolver con su ayuda. El enfoque para la solución podría estar basado en los siguientes puntos:

1) Qué opina usted de la actual organización de la finca, de acuerdo a los problemas planteados? Cree que está bien, o se alcanza a dar cuenta de algunas fallas básicas?.

2) Es estrictamente necesario que usted haga el viaje a su finca para dar solución a estas situaciones? Con adecuadas mejoras en la actual organización, podría alguien reemplazarlo con eficiencia?

3) Según su criterio, como atacaría estos problemas? Trate de dar rápidas soluciones a cada uno de ellos, en una manera que esté de acuerdo con los principios básicos para tomar decisiones, y con un enfoque personal sobre una administración efectiva.

ADMINISTRACION RURAL

-EJERCICIO-

Doctor Héctor Murcia

PLANIFICACION A NIVEL DE LA UNIDAD DE PRODUCCION

1. En base a los siguientes datos obtenidos en tres fincas diferentes, calcular las medidas sobre el resultado económico y hacer una breve comparación a manera de conclusión, sobre los resultados económicos de las tres unidades de producción.

A. Gastos

		Fincas 1	2	3
1.	Gastos de cultivos	12.840	6.360	45.085
2.	Gastos de ganados (vacunos)	1.426	780	940
3.	Mano de obra asalariada	1.340	660	18.645
4.	Alimentos comprados para trabajadores	830	320	4.825
5.	Vacunos consumidos por los peones	900	-	-
6.	Compra de maquinaria y equipo.	40.000	-	48.600
7.	Reparaciones	2.000	160	6.455
8.	Alquiler de maquinaria	150	150	4.028
9.	Combustibles y lubricantes	6.000	-	12.635
10.	Superficie tomada en arriendo.	-	-	4.315
11.	Total gastos en efectivo			
12.	Disminución inventario maquinaria y equipo.	8.400	120	3.400
13.	Depreciación de maquinaria y equipo.	3.800	40	12.486
14.	Disminución inventario vacunos.	400	160	-
15.	Trabajo familiar no remunerado (excepto productor)	2.680	986	-
16.	Productos pecuarios consumidos por los peones.	400	160	1.200

A. Gastos	1	2	3
17. Productos agrícolas consumidos por los peones.	700	425	6.342
18. Total gastos no efectivos			
19. Total gastos del predio			

B. Ingresos			
1. Venta de cosechas	40.890	14.830	226.413
2. Venta de vacunos	6.420	1.200	-
3. Venta de leche	11.985	630	-
4. Venta de forrajes	700	35	-
5. Venta de maquinaria y equipo.	800	-	-
6. Alquiler maquinaria	620	-	6.824
7. Superficie dada en arriendo	960	320	-
8. Total ingresos en efectivo			
9. Aumento inventario maquinaria y equipo	30.800	86	32.714
10. Aumento del inventario de vacunos.	3.960	935	400
11. Total ingresos no efectivos			
12. Total ingresos del predio			

C. Otros			
1. Consumo de la casa			
a. Cosechas	2.300	3.206	-
b. Ganado vacuno	390	-	-
c. Productos pecuarios	1.200	948	-
d. Renta de la casa			

Nota: Finca 1: Valor inicial de la casa: $ 30.000,oo

Finca 2: Valor inicial $15.000,oo; 20 años de vida útil, 10% para salvamento.

2. Valor estimado del trabajo del agricultor en el predio.	1.200	645	9.400
3. Trabajo familiar fuera del predio.	640	964	-

D. Información Adicional

Finca 1

Capital inicial (en equipos, edificios, mejoras, animales, etc.)	$	185.000,oo
Valor de la tierra		80.000,oo

Finca 2

Capital inicial	25.000,oo
Valor de la tierra	18.000,oo

Finca 3

Capital inicial	130.000,oo
Valor de la tierra	30.000,oo

Las medidas del resultado económico que se deben calcular son las siguientes:

1. Ingresos del negocio
2. Retribución del negocio
3. Ingreso del agricultor
4. Retribución del agricultor
5. Ingreso familiar en efectivo
6. Ingreso del capital
7. Retribución del capital
8. Beneficio
9. Rédito

LA COMUNICACION INTERPERSONAL: DE PERSONA A PERSONA Y EN GRUPOS

HAGA UNA BUENA CHARLA

La DISERTACION o CHARLA es uno de los métodos más empleados en la Comunicación Colectiva. Su característica es la de que una persona -líder, maestro, funcionario, promotor, etc- hable haciendo que el público intervenga.

Pero la disertación como tal -comunicador / auditorio- es una técnica peligrosa porque facilmente el disertador, si no tiene habilidad, puede producir efectos contrarios a su intención. Por ello, toda charla exige el uso de ayudas que hagan agradable la exposición, a fin de permitir la comprensión de las ideas al auditorio, concretando los puntos sobresalientes, objetivizando los pensamientos, matizando el esfuerzo de escuchar.

A. Ventajas y Desventajas de la Disertación

1. Ventajas

a. La disertación permite a una persona ofrecer sus ideas a un grupo de personas.

b. Hace posible una presentación sistemática de ideas.

c. Permite a una persona exponer una gran cantidad de información.

d. Permite a un gran número de personas al mismo tiempo, sacar ventajas del conocimiento o experiencia de un individuo.

e. Es bastante eficaz para suministrar información.

2. Desventajas

a. Los miembros del grupo retienen solo una pequeña parte de la charla.

b. Pocos conferenciantes pueden mantener el interés y la atención y enseñar eficazmente al mismo tiempo.

c. El miembro del grupo no participa necesariamente y la situación no le exige pensar.

d. Si la charla es demasiado brillante es posible que el público al tratar de seguir el flujo de las ideas, olvide rapidamente lo que se ha dicho antes.

---

* Documento preparado por Aníbal Noguera Mendoza.

No es raro que una persona que sale de una conferencia pueda recordar los puntos principales aunque probablemente tenga una impresión sobre si la conferencia fue buena o mediocre.

e. En tanto que la charla sirve para presentar hechos o información, tiene menos valor para desarrollar habilidades, actitudes, actividades y la clase de comprensión que se necesita para poner a trabajar el conocimiento y los hechos en una situación concreta.

B. Prepare bien su Charla o Disertación

En la charla, como en todos los actos de comunicación, la preparación metódica y previa es indispensable.

Una persona que intente exponer un tema, aunque lo conozca, debe organizarlo si no quiere fracasar. Todo receptor espera llegar a las conclusiones sin saltos bruscos, y el orden mental del orador le proporciona esta satisfacción.

El planeamiento de una disertación no sólo se refiere al aspecto intelectual, sino, también a ciertos factores físicos que influyen decisivamente en su resultado, como el aprovechamiento de energía eléctrica, la comodidad de los concurrentes, las facilidades de acceso al sitio de la reunión, etc.

El objetivo de una disertación es el de producir cambios en el pensar (conocimientos), el sentir (actitud) y el actuar (conducta, hábitos) de las personas -lo cual obliga una serie de esfuerzos por parte del comunicador. El Conjunto de estos esfuerzos es la llave de su éxito.

C. Para que haga una buena Disertación o Charla siga estas Instrucciones

1. Familiaricese con el tema

Sin una completa información del tema no hay buena comunicación. Es imposible. Nadie puede hablar sobre lo que desconoce. Y si lo hace no llega a ninguna parte por más información que posea.

Sin embargo, no basta limitarse al texto o a los apuntos de la exposición. Es indispensable que usted conozca más de lo que va a decir. Su misión no es la de lavar cerebros sino la de vender ideas, y las gentes sólo las aceptan con conocimientos de causa. Recuerde que el público siempre quiere saber más, y toda pregunta merece una contestación de su parte.

2. Estudie su público

La identificación del público orienta sobre la escogencia de las armas para atacar los problemas. Las soluciones tienen que estar de acuerdo con las necesidades, los conocimientos, las experiencias, el sistema social, el marco de referencia, las capacidades económicas, etc., de las gentes, a fin de establecer las facilidades y las barreras para los cambios propuestos. Esto se conoce como Estudio de la Situación, o sea:

a. Quiénes me van a escuchar?
Sexo - Educación - Ocupación - Edad.

b. Cuál es la situación sociocultural de quienes me van a escuchar?
Clase social a la que pertenece -roles- sus líderes formales y de opinión, los grupos formales e informales que existen en la comunidad.

c. Cuál es su situación económica?
Tenencia de la tierra -ingresos- uso de crédito, desempleo, etc.

d. En qué situación tecnológica se encuentra?
Electrificación -mecanización- prácticas de cultivos.

e. Cuáles son sus actitudes y opiniones?
Costumbres - creencias - gustos - perjuicios - tabúes - tradiciones - valores.

f. Qué medios de comunicación frecuentan o le son disponibles?
Radio - periódicos - revistas - cine - etc.

Con el conocimiento del público se ajusta la estrategia de las comunicaciones en lo referente al uso de símbolos y signos, de contenido, aprovechamiento de líderes, trasmisión del mensaje, escogencia de medios, etc.

3. Defina sus objetivos específicos

Qué es lo que usted persigue con el público que le servirá de blanco?

Si no define bien los objetivos de su charla no podrá esperar que su auditorio actúe y responda como usted lo desea.

Tenga una noción clara del tipo de cambio que quiere producir. En principio, toda disertación se orienta a suministrar informaciones o conocimientos a las gentes para motivarlas favorablemente hacia determinados estímulos. Esos cambios son los objetivos de su charla y es imprescindible fijarlos para tener éxito.

4. Seleccione sus ayudas

Use las ayudas apenas indispensables para la disertación.

Demasiadas ayudas confunden al auditorio y dificultan la acción del orador. Hasta es posible que lo reemplacen y lo conviertan en un simple manipulador de cartones e imágenes. Hacen impersonal su labor.

Las ayudas, porque sí, no son un fin sino medios para captar la atención. Sirven para enfatizar los puntos básicos de la disertación (tableros, portafolios, fotos), resumir los diferentes apartes del discurso (tarjetas relámpagos), como elementos de expectativa (franelógrafo, diapositivas), como cortinas para hacer la traslación de un tema a otro o como descanso (maquetas, cine).

Unas ayudas bien seleccionadas y aprovechadas despiertan y mantienen el interés, y, por lo tanto, impactan al público.

Aproveche las ayudas pero no abuse de ellas.

5. Conozca previamente el escenario de su charla

Una imprevisión puede hacer inútil su esfuerzo.

Visite el salón donde realizará la charla. Este paso es tan importante como los otros.

a. Establezca el sitio en donde usted va a exponer en relación con la colocación de los oyentes, la entrada de luz, las áreas de desplazamiento, etc.

b. Compruebe si el salón tiene tablero. Si va a utilizar cine y otro medio luminoso que las instalaciones estén correctas y que la energía sea apropiada para sus proyectores.

6. Estudie las características individuales de los concurrentes

Si no averigua este aspecto, no podrá estar listo para afrontar las situaciones difíciles que se le presenten con su auditorio. Cada persona tiene su manera de actuar, y si usted se deja desconcertar está perdido. Estudie las "posibilidades del enemigo".

a. Posibles actitudes*: Situaciones personales.

1) El que quiere imponer sus opiniones; el "Sabelotodo"	(Incite a los otros participantes a que expongan libremente sus opiniones. Deje que el resto del grupo se encargue de él. Aliente la autoconfianza de los asistentes en forma de que este tipo de individuo no pueda hacer de las suyas).
2) El amigo de la polémica. A este tipo de individuo le agrada confundir al conductor. Armará un lío por una pregunta sin importancia, buscando de esta manera desconcertar a los demás.	(La mejor actitud que se puede adoptar ante esta clase de individuo, es la de permanecer indiferente. El conductor no debe permitir que ni él ni los otros participantes pierdan la cabeza en un momento dado. Hágale preguntas. Acorrálelo y deje que el grupo se encargue de él. Dele suficiente cuerda para que se equivoque y emita alguna idea absurda. No permita que los miembros personalicen. Obtenga siempre la opinión de la mayoría).
3) La persona que se resiente porque cree que se le está indicando la forma como debe hacer las cosas. Esta persona tiene la convicción de que puede hacer su trabajo mejor que nadie.	(Hágale comprender que su experiencia es valiosa para los demás; que el propósito de la conferencia es el de intercambiar ideas).
4) El individuo que habla demasiado y no le da a nadie oportunidad de decir palabra.	(Con mucho tacto, interrúmpale y pida a los demás que expresen sus opiniones. Puede que sea necesario en un momento dado, insinuarle que se abstenga de hablar para permitirles a los demás la oportunidad de hacerlo. Si ésto no se puede lograr sin herir la susceptibilidad

* Estas clasificaciones fueron tomadas del folleto CONDUCCION DE CONFERENCIAS.

del individuo, háblele en privado. No le haga caso, no le observe cuando vaya a hacer una pregunta. Diríjase deliberadamente a otra persona y hágale a ésta la pregunta. Establezca la norma de que ningún participante debe hablar demasiado. Tenga una lista de las personas que han expresado sus opiniones y enséñesela para que vea que no todos han tenido la oportunidad de intervenir).

5) El tímido

(Llámelo por su nombre cuando desee que exprese una opinión; hágale una pregunta sencilla que pueda facilmente contestar, elogiándolo una vez que haya contestado. Busque algo en que pueda cooperar durante la conferencia, tal como elaborar un informe, colgar los afiches, ayudarle a hacer una demostración, etc.).

6) El testarudo que no tiene tiempo para "ir al colegio" y que, por lo tanto, no cree en nuevas ideas.

(Puede acabar con la conferencia si no se le trata como es debido. Usando mucho tacto dé por terminada la discusión y exija que el asunto que se discute sea sometido a votación. Estudie la persona; averigue cuáles son aquellas cosas que le interesan. Trate de ganar su amistad. Destaque los buenos procedimientos de su departamento para ilustrar los puntos que se discuten).

7) El indiferente

(Hágale preguntas directas referentes a su trabajo. Pídale consejos relativos a cualquier fase de la conferencia. Cite discretamente alguna declaración que le haya hecho a usted fuera de la conferencia. Escoja un caso de su departamento y empléelo como

	ejemplo. Dirija cuidadosamente la discusión hacia aquellos temas que usted sabe que le interesan).
8) La persona que en vez de dar su opinión trata de obtener la del conductor.	(Dirija primero la pregunta al grupo y luego devuélvasela a él).
9) El resentido	(Evite discutir puntos que puedan herir su susceptibilidad. Explíque le que si se discute un problema es por que se desea obtener beneficios para la mayoría; que no se permitirán discusiones de carácter personal. Si existe resentimiento entre dos de los participantes evite las discusiones entre ellos y procure ubicarlos en diferentes grupos).
10) La persona que está equivocada, pero a quien, por el respeto que merece, los demás no se atreven a corregir.	(Evite siempre las críticas directas; los comentarios sarcásticos o redículos. Emplee métodos indirectos. Analice casos similares sin personalizar. Háblele en privado).

ENSAYE, ENSAYE y . . . . . .ENSAYE

La inseguridad es el peor enemigo de quien va a dirigirse a un público.

La mejor manera de vencer el miedo es ensayando. Primero. hágalo sólo; después con unos amigos.

No sea vanidoso. Acepte las críticas cuando sean constructivas.

b. En el momento de la disertación

Que sus ayudas estén bien ordenadas y a la mano.

Sea amigo de los concurrentes. Una sonrisa o un apretón de manos oportunos le crean simpatía.

Inicie su charla con palabras corteses y agradezca la asistencia a la reunión.

Después que use cada ayuda no la deje a la vista de los receptores. Le pueden robar la atención del auditorio.

Cuando termine la exposición de cada aparte solicítele a uno de los concurrentes que haga una síntesis de lo expresado.

Si la charla es de promoción y va a usar proyecciones de cine procure realizarlas al final. Asi usted hará que se recuerden determinados aspectos de su exposición.

Estimule la participación activa de los oyentes.

Como el público en la mayoría de los casos es remiso a hacer preguntas que la iniciativ salga de usted. Dele agilidad a la reunión.

c. Aplique estos casos al suyo*: Diferentes clases de preguntas.

Ejemplos

1) SUGERENTES

La pregunta que sugiere una respuesta determinada	Despediría o trasferiría al trabajador en este caso?

2) INFORMATIVAS

Preguntas solicitando hechos, datos, informaciones.	Cuáles son los efectos que produce un supervisor propenso a la ira?

3) DIRECTIVAS

Preguntas dirigidas específicamente a una persona.	Sr. Fulano, qué importancia tiene para usted este punto que discutimos?

4) GENERALES

Preguntas dirigidas al grupo en general y las cuáles puede responder cualquiera.	Qué se entiende por buena supervisión?

5) AMBIGUAS

Preguntas que encierran uno o más significados.	Les parece buena norma despedir a un trabajador?

* Estas clasificaciones fueron tomadas del folleto CONDUCCION DE CONFERENCIAS.

6) CONTROVERTIDAS

Preguntas que pueden tener dos o más respuestas, y que estimulan la discusión.	Son las cualidades de un buen conductor innatas o adquiridas?

7) PROVOCATIVAS

Preguntas que provocan respuestas.	Qué piensa usted cuando se dice "La mayoría de los supervisores tratan a sus subordinados con demasiada firmeza?"

8) REDIRIGIDAS

Preguntas hechas al conductor; pero que este traspasa a otro.	Como contestaría usted, la pregunta del Sr. Fulano?

9) SI o NO

Preguntas que recibirán un si o un no por contestación	Asistió usted a la conferencia?

10) POR QUE, CUANDO, DONDE QUE, QUIEN, CUAL, COMO

Preguntas que comiencen con estas palabras se hacen cuando previamente se ha obtenido un si o un no por respuesta. Se utilizan para estimular el análisis mental.	Por qué es tan importante la puntualidad? Qué motivo le impidió asistir a la conferencia?

EVALUACION DE CHARLAS COMUNICACION

Participantes: _____

PLANEAMIENTO

1o. Preparación del guión _____

2o. Estudio del público _____

3o. Preparación de la presentación _____

DESARROLLO

1o. Introducción _____

2o. Secuencias _____

3o. Preguntas _____

4o. Resumenes _____

5o. Ayudas _____

6o. Recursos verbales _____

7o. Lenguaje usado _____

8o. Facilidad de Expresión _____

9o. Defensa ante, "el enemigo" _____

10o. Participación del grupo _____

LA LEGISLACION DE REFORMA AGRARIA EN ALGUNOS PAISES DE AMERICA LATINA

Por: Jorge Orchard Pinto
Especialista en Derecho Agrario
IICA-CIRA

A partir de la aprobación en el año de 1961 de la Carta de Punta del Este, 14 países han promulgado Leyes de Reforma Agraria y 16 adelantan programas en este campo. En esta charla pretendemos analizar algunos aspectos relevantes de la Legislación de Reforma Agraria en algunos paises en América Latina. Por razones de tiempo no podemos hacer un examen exhaustivo de esta legislación, pero si analizar los puntos básicos necesarios para cualquier acción de reforma agraria.

Como punto previo, a mi juicio, es indispensable establecer cuál es el entendido que para el proceso de reforma agraria tienen o parecen tener los Gobiernos Americanos. Para lograr este objetivo, es necesario revisar los más importantes declaraciones que nuestros gobiernos han hecho en diferentes reuniones a distintos niveles, en las cuales se esboza el concepto gubernamental de la Reforma Agraria en América.

En agosto de 1961 en Punta del Este, Uruguay, se celebró una Reunión Extraordinaria del Consejo interamericano Económico y Social a nivel Ministerial. En esta reunión los representantes de las Repúblicas Americanas acordaron constituir la Alianza para el Progreso, que definieron como un basto esfuerzo para procurar una vida mejor a todos los habitantes del Continente y convinieron en trabajar para alcanzar distintas metas principales en la década de 1960 que recien comenzaba.

El documento que suscribieron se denomina "Carta de Punta del Este", que en su punto 6 contiene el enunciado básico en materia de reforma agraria. Dicho punto dice así: "Impulsar dentro de las particularidades de cada páis, programas de reforma agraria integral orientada a la efectiva trasformación de las estructuras e injustos sistemas de tenencia y explotación de la tierra donde así se requiera, con miras a sustituir el régimen del latifundio y minifundio por un sistema justo de propiedad, de tal manera que, mediante el complemento del crédito oportuno y adecuado, la asistencia técnica y la comercialización y distribución de los productos, la tierra costituya para el hombre que la trabaja, base de su estabilidad económica, fundamento de su profesivo bienestar y garantía de su libertad y dignidad".

Esta declaración es la primera en la cual nuestros gobiernos se obligan a impulsar programas de reforma agraria tendientes a cambiar en su integridad las estructuras de tenencia y expropiación de la tierra por sistemas que fueran más justos, dentro del punto de vista social, como del punto de vista económico. Por otra parte se deja claro en

esta declaración que la reforma agraria no es solo un programa de trasformación de las estructuras de tenencia y explotación sino que debe ser complementado por la asistencia técnica crediticia, nuevos sistemas de comercialización y distribución de los productos agropecuarios, de tal manera que se cumplan los objetivos de una reforma agraria, que como la misma declaración lo indica, son el otorgar al campesino que trabaja la tierra una estabilidad económica que permita su progreso con libertad y dignidad.

En diciembre de 1964, se celebró en Lima la III Reunión del Consejo Interamericano Económico y Social a Nivel Ministerial, donde los Estados Americanos junto con reiterar lo expuesto en la Carta de Punta del Este, aclaran y amplían los conceptos en ella emitidos. El documento que salió de esta reunión se denomina "Declaración sobre la Reforma Agraria" y sus puntos principales son los siguientes:

Los Gobiernos Americanos entienden que los cambios estructurales que la reforma agraria implica son condiciones fundamentales para que los países de la región puedan lograr el desarrollo.

Complementando el punto anterior declaran, asi mismo, que para que la reforma agraria sea valida deberá cumplir los siguientes objetivos:

a. Producir un cambio en la estructura de tenencia de la tierra que permita aumentar el ingreso del campesino y utilizar la combinación de los factores de la producción en el agro.

b. Dar a la tierra su función social, impidiendo que aquella y la renta que genera, se convierta en instrumento de especulación y de dominio económico.

c. Modernizar la vida rural integrando al campesino a la economía nacional y dando lugar al incremento de la demanda de productos de otros sectores.

d. Mejorar la estructura de poder, mediante una real participación del campesino en las decisiones y en las oportunidades políticas, económicas y sociales.

Esta declaración agrega que en general los esfuerzos realizados hasta esa fecha habían sido insuficientes; que existe una relación entre la anacrónica estructura de tenencia y la marginalidad de los campesinos; que no es aceptable que la promoción agraria y la colonización puedan sustituir la reforma agraria; que la reforma agraria debe ser integral; que debe ser integrada, o sea, que su planeamiento y ejecución deben estar en armonía con el desarrollo planificado de los otros sectores de la economía; que la programación de reforma agraria debe efectuarse sobre la base de la utilización de los elementos disponibles evitando perfeccionismos dilatorios y que hecha la urgencia de los problemas agrarios, los gibiernos deben superar a corto plazo los obstáculos legales, financieros, administrativos y políticos que están postergando el cumplimiento de los compromisos de Punta del Este, particularmente en la afectación de la propiedad rural y en las expropiaciones.

Esta declaración es bastante más completa que la de Punta del Este antes referida, y a mi juicio, su importancia radica en que reconoce que la tierra debe cumplir una función social y que por tanto no debe servir de instrumento de especulación y de dominio económico; que la reforma agraria es una condición esencial para el desarrollo de nuestros países y que al aumentar el ingreso del campesino integrándolo a la economía nacional es posible incrementar la demanda de productos de otros sectores.

Por último, vale la pena destacar que es la primera declaración de los gobiernos que deja entrever que la reforma agraria es en el fondo un problema político y que por tanto es necesario mejorar la estructura de poder, dando participación al campesino en las decisiones que se tomen al respecto. En ella hay un reconocimiento implícito de que el campesino es un hombre marginado, al cual se le han negado por nuestra sociedad las oportunidades políticas, económicas y sociales.

Con posterioridad hay diversas declaraciones, tanto de los organismos políticos de los Estados Americanos como de los organismos técnicos internacionales que en diversas formas dejan constancia que el ritmo y grado de ejecución de la reforma agraria de nuestros países no han estado de acuerdo con la magnitud y urgencia del problema.

Es así como en el año de 1965 el Comité Interamericano de la Alianza para el Progreso establece que una de las causas de tensión en el hemisferio es "la lentitud de los países en llevar a cabo las reformas económicas y sociales que fueran previstas para movilizar sus recursos internos y para crear un espíritu de participación en el esfuerzo y un sentido de justicia social y de progreso interno real".

La misma lentitud se hace notar en el documento que preparó el Secretariado de la XI Conferencia Regional de la FAO para América Latina para el Comité Técnico de Reforma Agraria, que se reunió en Caracas en octubre de 1970, inmediatamente antes de que se celebrara dicha conferencia regional. Dicho documento anota : "Muchas de las estrategias que se han elaborado en América Latina para superar los problemas del sector agrario se formularon sobre todo con la preocupación de aumentar la producción y la productividad mediante una modernización tecnológica, pero sin considerar los cambios estructurales; es decir, sin conceder atención necesaria a la creación de nuevas formas de tenencia, sin reorientar la distribución de los ingresos originados en la agricultura y de la estructura de poder que la rige y sin facilitar un acceso más amplio a la cultura y al progreso económico y social por parte de los campesinos, que constituyen la gran mayoría de la población rural... Estas estrategias, que se apartaron de la recomendación formulada en Punta del Este, limitaron el desarrollo a una sola de sus dimensiones y resultaron ineficaces incluso cuando el objetivo central fue aumentar la producción y la productividad.

Por último, quisiera referirme al documento denominado "Marco Conceptual FAO IICA sobre Reforma Agraria" que fue elaborado en Santiago de Chile en enero de 1970 con el objeto de aclarar, detallar y articular diversos conceptos que se venían utilizando en las declaraciones internacionales sobre reforma agraria y respecto de los cuales

no existió una interpretación común. Dicha reunión logró que tales conceptos conformaran un principio de Marco Teórico General capaz de traducir en forma unitaria, cuál era la visión latinoamericana de la reforma agraria y del desarrollo, que pudiera servir de pauta a las acciones de los organismos que intervinieron en la reunión como también esbozara una estrategia que permitiera el uso de ese Marco Teórico como elemento de conducción ante las declaraciones gubernamentales de carácter general y los enunciados específicos conque cada país hubiera instrumentalizado legalmente tales declaraciones de orden general. Este Marco Conceptual se presentó a consideración del Comité Técnico de Reforma Agraria de la XI Conferencia Regional de la FAO para América Latina que se realizó en Caracas en octubre de 1970. Este Comité aprobó la declaración por unanimidad y lo propuso a la conferencia, la que a su vez, por unanimidad acordó recomendar a los Estados Miembros y al Director General de la FAO que el citado Marco Conceptual se adopte "como fundamento para una acción conjunta de programas de Reforma Agraria durante el segundo decenio de desarrollo...". Las proposiciones centrales de este Marco Teórico pueden resumirse así:

1. Desarrollo, no quiere decir solamente crecimiento económico con finalidad restringida al aumento cuantitativo de la capacidad de la producción, sino que es un concepto ideológico que implia reorientación del poder político y social, redistribución de los ingresos y amplia participación de todos los sectores de la población en las Instituciones Sociales y Políticas.

2. Las estrategias del desarrollo que se preocupan solo de la modernización tecnológica sin cambio de tipo estructural, limitan el desarrollo a una sola de sus dimensiones y acaban por perder su eficacia, incluso en cuanto al cambio tecnológico, llevando a una situación de estancamiento y poder de conservación de la sociedad tradicional.

3. La reforma agraria como parte integrante del concepto y la estrategia del desarrollo surge así como un proceso de reorientación de los elementos básicos de la convivencia del campesino con los otros sectores de la vida social. En otras palabras la reforma agraria no puede entenderse solamente como un reordenamiento en el régimen de tenencia de la tierra sino que además como una reorientación integral de las relaciones entre las personas en la sociedad.

4. Como proceso que se realiza en un contexto de realizaciones sociales conflictivas, la reforma agraria surge como resultante de una presión nacional sobre la estructura agraria. Esto supone que los campesinos logren una capacidad de pensar críticamente sobre su realidad, organicen su solidaridad y procuren formular de manera autónoma su propia participación en el proceso de trasformación social. Surge de esta manera un sistema de objetivos que oriente la presión campesina a conseguir acceso a la tierra y a los otros bienes de producción, como a obtener acceso al poder decisorio tanto al nivel de empresa como al nivel de los organismos públicos y de todo el sistema político.

5. Como parte de una estrategia global de cambio la reforma agraria no puede ser realizada aisladamente sino que también deben ser modificados los otros sectores de la estructura económica y social.

6. Enfocada como condicionante de detalle global, la reforma agraria camina hacia la creación y ampliación de nuevos sistemas de tenencia que deben cumplir mínimamente los siguientes objetivos:

a. Reorganización empresarial de los nuevos titulares que los conduzca a un incremento de la producción y a una mejor utilización de los recursos productivos.

b. Costitución de Unidades de Tenencia y Formas Asociativas que permitan a los beneficiarios a optar tecnologías convenientes, estimule mayores inversiones y aumente el nivel de ingreso.

c. Medidas que conduzcan a asegurar una distribución más activa del ingreso en el sector rural.

d. Organización de los campesinos que les permita participar en los procesos de toma de decisiones que el país afronta.

e. Adecuación de los nuevos sistemas de tenencia al contexto del sistema social en que van a operar las nuevas unidades. Estas nuevas unidades deben tener la flexibilidad necesaria para incorporar la población campesina excedente que no tenga posibilidad de empleo en otras partes dentro del programa de desarrollo.

Otro punto importante es aquel donde se deja costancia de los obstáculos que se presentan cuando se busca materializar el objetivo de reforma agraria.

En la declaración se señala, a manera de ejemplo, los siguientes, que están estrechamente relacionados unos con otros:

-Obstáculos relacionados con el poder que disponen los grupos e intereses afectados por la reforma agraria para oponerse a su implantación o para distorsionarla en las etapas de su ejecución.

-Obstáculos relacionados con la inadecuación de las concepciones e instrumentos jurídicos para reglamentar el proceso de reforma.

- Obstáculos relacionados con la inexistencia o insufiencia de presión campesina organizada.

-Obstáculos derivados de la inadecuación de los organismos del Estado para llevar a cabo el proceso de reforma agraria.

Los documentos anteriores tienen el valor de permitirnos conocer el concepto y los objetivos que los Gobiernos Americanos se han fijado para la reforma agraria, así como los puntos esenciales que debe contener una legislación de reforma agraria.

Corrientemente la legislación de reforma agraria se entiende como mecanismos de adquisición de tierras, ya sea a través de la expropiación o utilizando otras figuras jurídicas como la compra-venta directa o la reversión, sin embargo el problema es bastante mas complejo por cuanto la adquisición de tierra nos permite iniciar la reforma agraria, en el sentido de que todo proceso de reforma agraria lo primero que hace es remover la antigua estructura de tenencia. Pero necesitamos otros mecanismos legales para ejecutar la parte más importante y compleja, cual es construir la nueva estructura de propiedad que elimine los vicios estructurales que queremos sustituir.

Desde este punto de vista y en concordancia con las declaraciones de los Gobiernos veamos cuál debe ser el contenido esencial de una legislación de reforma agraria.

Para iniciar el estudio de una legislación de reforma agraria, el primer paso será examinar la Constitución Política del Estado en lo que respecta al contenido del derecho de propiedad, ya que normalmente contienen normas que garantizan un respeto irrestricto al derecho de propiedad individual que entrarán en contradicción y harán inaplicables posteriormente los mecanismos de adquisición de tierras que la ley establezca para afrontar la primera etapa de remoción de la antigua estructura de tenencia, hasta que no se modifiquen las normas costitucionales en concordancia con la nueva legislación que se pretende implantar. Las nuevas normas deberán establecer por tanto claramente que la propiedad debe cumplir una función social y autorizar la adquisición por el estado de las tierras que no cumplen dicha función social, permitiendo la toma de posesión inmediata de las tierras y su pago en los plazos y condiciones que la economía del país permita. También en este punto deberá estudiarse la conveniencia de establecer la figura de la reversión, en aquellos casos en que la tierra esta abandonada por sus dueños.

El estudio de una nueva legislación de reforma agraria, en relación con la primera etapa de remoción de la antigua estructura, puede contener entre otras materias las siguientes:

Revisión de la legislación institucional de los organismos del sector agrícola para que puedan ejecutar en forma planificada, coordinada y agil la política del Gobierno en materia de reforma agraria, la que a su vez deberá estar relacionada con los objetivos que un plan general de desarrollo le señale.

Mecanismos de adquisición de tierras o de traspaso de las tierras del Estado que permitan sustituir en forma rápida y efectiva el regimen de latifundio y minifundio por un sistema justo de propiedad.

Normas sobre aguas que nos permita una utilización más racional del recurso, no solo en relación con los objetivos de reforma agraria sino también en relación con el plan general de desarrollo.

Normas sobre subdivisión de la propiedad agrícola, que impidan por un lado la formación de nuevos minifundios y por el otro lado impidan la división de la gran propiedad que haga en el hecho imposible la aplicación posterior de las normas de adquisición de tierras para la reforma agraria.

Normas que permitan la organización campesina, para que sirva de elemento de apoyo a la decisión política del Gobierno de efectuar la reforma agraria.

Normas que permitan la participación efectiva del campesinado, a todo nivel, en todas aquellas decisiones que los afectan.

Normas que permitan mejorar las condiciones de vida de los trabajadores rurales en materia de educación, vivienda, salud, condiciones de trabajo etc.

El estudio de esta legislación, en relación con la segunda etapa de construcción de una nueva estructura deberá contener entre otras materias las siguientes:

Normas sobre la nueva estructura de propiedad que se desea tener en el campo.

Normas sobre la organización empresarial de los nuevos titulares, en las cuales se deberá dar atención preferente a las formas asociativas de producción y de servicio, tanto de primero como de segundo grado.

Normas sobre crédito, asistencia técnica, comercialización, producción de insumos, maquinaria agrícola, etc.

Normas sobre conservación de los recursos naturales.

Es evidente que podrán haber muchas otras materias, pero lo que he querido es darles una idea del contenido más importante de una legislación de reforma agraria.

Legislación de Reforma Agraria de Algunos Países

A continuación quisiera hacer un análisis muy somero de sólo un aspecto de la legislación de reforma agraria en dos países Chile y Perú, cual es el mecanismo de adquisición de tierras para la reforma agraria. He elegido estos dos países porque sin duda, tienen hoy en día la legislación más avanzada en esta materia.

El Caso de Chile. La Ley de Reforma Agraria que rige dicho país, lleva el No. 16640 de 28 de julio de 1967 y fue modificada por la Ley 17.280 de 17 de enero de 1970.

Objetivos de la Ley. La ley no señala expresamente cuáles son sus objetivos, pero uno de sus autores manifiesta que "pretende promover en forma simultánea el aumento de la producción y de la productividad agrícola, mediante una mejor y más justa distribución de la propiedad de la tierra y de los derechos de agua, así como la transformación del campesinado en una fuerza social de carácter dinámico que participe activamente en el progreso económico, social y cívico del país. De esta manera Chile estaría otorgando al campesino las oportunidades de desarrollo que éste reclama, garantizándole el más pleno ejercicio de sus derechos, dentro de un régimen político de libertad y del mas amplio respeto de la persona humana, así como también se obtendrá un aprovechamiento más eficiente de los recursos naturales y tecnológicos disponibles". (Introducción al texto de la Ley 166640 sobre Reforma Agraria. Corporación de la Reforma Agraria, 1967, pág. XIII).

Adquisición de tierras para la Reforma Agraria: La Ley distingue entre predios rústicos de propiedad estatal y los predios rústicos pertenecientes a los particulares.

En relación con los predios de propiedad estatal, la ley autoriza al Presidente de la República para transferirlos gratuitamente a la Corporación de la Reforma Agraria (CORA). Asimismo dispone que las Instituciones y Empresas del Estado deberán transferir sus tierras susceptibles de uso agrícola o ganadero a dicha Corporación, que es el organismo ejecutor de la reforma agraria, a menos que se trate de terrenos que algunas de esas personas jurísidcas hayan adquirido para fines de viviendas.

En relación con los predios de propiedad de particulares, el artículo 2o. de la Ley establece lo siguiente "Con el objeto de que la propiedad agraria cumpla su función social, declárase de utilidad pública y autorízase la expropiación total o parcial de los predios rústicos que se encuentren en cualquiera de las situaciones que se expresan en los artículos 3o. a 13 de la ley." Estas disposiciones son las que establecen las causales de expropiación.

Las principales causales de expropiación son las siguientes:

a. Son expropiables todos los predios que se encuentren abandonados y mal explotados.

b. Los predios de que sea dueña una misma persona natural, cualesquiera que sea su ubicación en el territorio nacional y que exceda la superficie socialmente aceptable, que establece la misma ley. Para estos efectos se toma como un solo predio, los pertenecientes a cualquiera de los conyuges conjunta o separadamente, aun cuando estén separados de bienes.

c) Los predios de que sean propietarias o copropietarias personas jurídicas de derecho público o privado, exceptúadas las cooperativas campesinas y de reforma agraria y ciertas sociedades de personas que cumplan algunos requisitos establecidos por la propia ley.

e. Los predios dados en arrendamiento o en cualquier otra forma de explotación por terceros o en mediaria, cuando se infringieren algunas disposiciones específicas de la legislación que regula dichos contratos.

f. Los predios que sean ofrecidos transferir a la Corporación por sus dueños.

g. Los minifundios para el efecto de reagruparlos y asignarlos posteriormente a los campesinos.

h. Los que se encuentren comprendidos dentro de un área donde el Estado esté realizando o vaya a realizar obras de riego o de mejoramiento .

i. Predios que se hayan dividido con el objeto de evadir la aplicación de las normas de la ley.

La ley declara inexpropiables los predios inferiores a la propiedad socialmente inaceptable, salvo que estén abandonados o mal explotados, sean minifundios o estén en un área de riego etc.

En caso que se expropien predios por exceder de la superficie declarada por la ley socialmente aceptable, su propietario tendrá derecho a conservar en su dominio hasta un máximun de 80 hectáreas de riego básico, a menos que su predio estuviere abandonado o mal explotado o los terrenos estén dados en arrendamiento o cualquier otra forma de explotación por terceros. A su vez el arrendatario que no tuviere su predio mal explotado, abandonado o subarrendado, podrá adquirir de la CORA una superficie que no exceda de las 80 hectáreas de riego básico.

Monto de la Indemnización. Los terrenos se pagan de acuerdo al avalúo vigente para los efectos de la contribución territorial y las mejoras se tasan por CORA al valor que tengan al momento del acuerdo de expropiación.

Forma de Pago. El monto de la indemnización se paga con una cuota al contado que varía del 1 al 10% y el saldo en Bonos de la Reforma Agraria, que pueden ser a 25 o 30 años, según sea la causal de expropiación utilizada. Las mejoras útiles y necesarias construidas después de cierta fecha se pagan al contado.

Toma de posesión: Aprobado el monto de la indemnización y la forma de pago por la CORA, se deposita el monto de la cuota al contado ante el Tesorero Fiscal. Con esta constancia se requiere la entrega del predio. En caso que el propietario no se allane a entregar se requiere del Intendente de la Provincia respectiva el auxilio de la fuerza pública para llevar adelante la diligencia.

Derecho de reclamo. La ley no concede un derecho amplio de reclamo al propietario sino para ciertos y determinados actos. Es así como siempre puede reclamar del valor que CORA haya asignado a sus mejoras, así como de la forma de pago y del desconocimiento del derecho de reserva, pero no puede reclamar de la expropiación en si misma ni impedir la toma de posesión material. Para los efectos de los reclamos la ley establece tribunales Agrarios de Primera y de Segunda Instancia, los primeros compuestos por dos profesionales del agro y un Juez y los segundos por dos Jueces y un profesional del Agro.

El caso del Perú. La ley de Reforma Agraria del Perú, fue dictada en el año 1969, tan pronto como el Gobierno Revolucionario de dicho país asumió al poder. Lleva el No. 17716 y debido a la gran cantidad de modificaciones que fue necesario incluírle, en el año de 1970 se publicó un Texto Unico Concordado, que lleva el mismo número de Ley.

Principios Básicos. En sus seis primeros artículos la Ley de Reforma Agraria del Perú establece seis principios básicos, que tienen mucha importancia no solo por cuanto señalan las características del proceso de reforma agraria de ese país y las finalidades de la Ley, sino también porque sirven de pautas interpretatorias de la Ley. Los más importantes están en sus tres primeros artículos.

En su artículo 1o. la ley establece que:

"Artículo 1o. La Reforma Agraria es un proceso integral y un instrumento de trasformación de la estructura agraria del país; destinado a sustituír los regímenes del latifundio y minifundio por un sistema justo de propiedad, tenencia y explotación de la tierra, que contribuya al desarrollo social y económico de la nación, mediante la creación de un ordenamiento agrario que garantice la justicia social en el campo y aumente la producción y la productividad del sector agropecuario, elevando y asegurando los ingresos de los campesinos para que la tierra constituya, para el hombre que la trabaja, base de su estabilidad económica, fundamento de su bienestar y garantía de su dignidad y libertad.

El artículo 2o. establece que:

"La Reforma Agraria como instrumento trasformador formará parte de la política nacional de desarrollo y estará íntimamente relacionada con las acciones planificadas del Estado en otros campos esenciales para la promoción de las poblaciones rurales del país tales como la organización de una Escuela Rural efectiva, la asistencia técnica generalizada, los mecanismos de crédito, las investigaciones agropecuarias, el desarrollo de los recursos naturales, la política de urbanización, el desarrollo industrial, la expansión del sistema nacional de salud y los mecanismos estatales de comercialización, entre otros.

En su artículo 3o. señala que:

"Artículo 3o. En armonía con las finalidades señaladas la legislación de la Reforma Agraria debe:

a. Regular el derecho de propiedad de la tierra para que se use en armonía con el interés social y señalar las limitaciones a que está sujeta la propiedad rural;

b. Difundir y consolidar la pequeña y la mediana propiedad explotada directamente por sus dueños;

c. Garantizar la integridad del derecho comunal de propiedad de las comunidades campesinas sobre sus tierras, y adjudicarles las extensiones que requieran para cubrir las necesidades de su población;

d. Fomentar la organización cooperativa y normar los sitemas comunitarios de explotación de la tierra;

e. Asegurar la adecuada conservación, uso y recuperación de los recursos naturales;

f. Regular los contratos agrarios y eliminar las formas indirectas de explotación a fin de que la tierra sea de quien la trabaja;

g. Normar el régimen de trabajo rural y de seguridad social, teniendo en cuenta las peculiaridades propias de las labores agrícolas y abolir toda relación que, de hecho o derecho, vincule la concesión del uso de la tierra a la prestación de servicios personales;

h. Promover el desarrollo agrícola y ganadero con la finalidad de aumentar la producción, la productividad y asegurar su comercialización; y lograr una justa distribución de la renta en el sector agropecuario;

i. Regular el crédito rural para ponerlo al alcance del hombre del campo; y

j. Establecer el seguro agropecuario para cubrir los riesgos de sequía, heladas y otras calamidades".

Mediante el artículo 4o. el Estado asume la obligación de financiar la reforma agraria; por el artículo 5o. se declaran de utilidad pública y de interés social la expropiación de predios rústicos de propiedad privada en las condiciones establecidas por la ley y en el 6o. declara que todos los predios rústicos del territorio peruano, cualquiera sea su forma de adquisición, quedan sujetos a la legislación de reforma agraria.

Un último principio, que establece la ley peruana a través de una serie de disposiciones, es con respecto al derecho de propiedad, respecto del cual ha tratado de suprimir la concepción privatista e individualista, que considera a la tierra como factor de renta y de especulación mercantil, a la que se tiene acceso a través del libre juego de la oferta y de la demanda, considerándola en cambio como recurso productivo que debe ser del hombre que la trabaja, definiéndola como un bien social entendida en término de servicio, como un modo de realización colectiva del hombre, dentro de una sociedad solidaria. Por tanto no basta ser dueño de una propiedad sino que es necesario trabajarla y el ejercicio del derecho de propiedad es una función social derivada de la naturaleza social de la propiedad. Esto tiene bastante importancia práctica ya que un poseedor inscrito que no la trabaja puede perder el dominio de su tierra porque la puede adquirir por prescripción quien la trabaja o porque puede revertir al Estado para que se la adjudique a otra persona.

De las tierras para la reforma agraria

Al respecto podríamos decir que el ámbito general de aplicación de la ley, 1a. del artículo 6o. ya referido, por el cual están sujetos a esta ley todos los predios rústicos ubicados dentro del territorio peruano, cualquiera sea su forma de adquisición.

En relación con los predios rústidos destinados a fines de Reforma Agraria, están destinados a este fin las tierras siguientes:

a. Las abandonadas, las eriazas y las que revierten al dominio del Estado;

b. Las que pertenecen al dominio privado del Estado y las de propiedad de personas jurídicas de derecho público interno;

c. Las que por ser de propiedad de personas jurídicas de derecho privado, sean afectadas o expropiadas, con arreglo a la ley;

d. Las comprendidas en parcelaciones privadas debidamente calificadas;

e. Las habilitadas por el Estado con fines agrícolas, mediante la ejecución de obras financiadas con fondos públicos, y

f. Las que provengan de donaciones, legados y actos similares en favor de la Reforma Agraria.

Para los efectos de su adquisición la ley distingue, según quien sea su titular. Es así como la adquisición de predio de propiedad de personas de derecho privado se verifique mediante la afectación, que es un procedimiento administrativo destinados a adquirir un predio rústico o parte de él, imponiéndole una serie de limitaciones en forma expresa o individualizada. De acuerdo a la Ley se limita de tal manera el derecho de

propiedad, que al propietario no le cabe otro recurso que trasferirla al Estado, conservando su derecho a reclamar ante el Fuero Agrario del monto de la indemnización. En caso de que este tramite administrativo de la afectación fracase por no producirse la transferencia voluntaria del predio rústico, se pasa a un trámite judicial mediante el cual se produce la traslación forzosa mediante la expropiación.

El organismo encargado de ejecutar la reforma agraria es la Dirección General de Reforma Agraria y Asentamiento Rural del Ministerio de Agricultura.

Las causales de afectación se dividen en ordinarias y especiales.

Las ordinarias son las siguientes: 1) tierras ociosas; 2) tierras deficientemente explotadas; 3) tierras ocupadas por feudatarios; 4) tierras explotadas por arrendatarios; 5) tierras en litigio judicial; 6) tierras pertenecientes a condominios; 7) predios de propiedad de personas jurídicas de derecho privado; 8) predios conducidos directamente por sus propietarios, en la superficie que exceda de los límites fijados por la ley según la ubicación de los terrenos, siempre que estén comprendidos dentro de una Zona de Reforma Agraria. Este límite inafectable es en realidad un mínimun condicionado porque puede desaparecer ante el requerimiento general de tierras por parte de las comunidades campesinas, feudatarios y otros trabajadores agrícolas o bien puede aumentar cuando se cumplan las condiciones que la propia ley establece; 9) tierras destinadas a cultivos agro-industriales o sea, cuyo cultivo principal esté destinado al abastecimiento de determinada planta industrial que constituya conjuntamente con la tierra una sola unidad o empresa económica. En este caso la Dirección General de Reforma Agraria y Asentamiento Rural asume el total del activo y pasivo de la empresa, resultando de esta manera afectado el complejo en su totalidad.

Los casos especiales de afectación son los siguientes: 1) Las areas ocupadas por feudatarios y pequeños arrendatarios dentro de predios rústicos ubicados fuera de Zonas de Reforma Agraria, siempre que no excedan de determinada superficie; 2) Tierras ocupadas por comunidades campesinas o campesinos a título individual; 3) Predios rústicos en los que se den situaciones contrarias a la legislación laboral; 4) predios rústicos que tengan vecindad con una comunidad campesina a la cual le falten tierras; 5) Predios rústicos fragmentados o parcelados contraviniendo las normas de la legislación de Reforma Agraria; 6) Predios rústicos en los que se hayan simulado parcelaciones o divisiones; 7) Predios rústicos de propiedad de personas que efectúen actos de perturbación posesoria; 8) Predios rústicos en los cuales se hubiera aplicado el Título XV de la Ley 15037 y 9) Predios rústicos transferidos sin que el adquirente se haya obligado a asumir los servicios personales que estén prestando los trabajadores estables del predio.

Además existen otras formas de adquisición de tierras, por incorporación al dominio público que se aplica a las tierras abandonadas y a las incultas. Se estiman tierras abandonadas aquellas en las cuales el propietario ha dejado de ejercer sus derechos posesorios

por tres años permaneciendo incultas. Dicho término se presume transcurrido si no se ha cultivado el predio o parte de él durante el año agrícola anterior y aquellas que están explotadas, por más de un año, por campesinos sin vínculo contractual con el propietario, sin que éste haya interpuesto la correspondiente acción judicial. Se estiman tierras eriazas aquellas que no están cultivadas por falta o exceso de agua y todas las tierras improductivas, salvo las de forestación, las lomas de pastos naturales y los terrenos urbanos y de uso industrial.

Antes de terminar este punto es necesario aclarar que la afectación no sólo puede comprender el bien inmueble propiamente tal, sino que también se puede afectar el ganado, la maquinaria agrícola, vehículos y demás bienes muebles que puede comprender el inventario de una empresa agrícola.

Monto de la indemnización. Corresponde a la Dirección General de Reforma Agraria y Asentamiento Rural efectuar la valorización de la tierra, pero éste se ofilializa una vez que la Dirección General de Contribuciones la empadrone. La valorización puede comprender la totalidad del predio rústico o parte de él. No comprende el ganado ni los animales que se encuentren en el predio, las plantaciones ni los frutos, maquinarias y edificaciones, siempre que su retiro no vaya en detrimento del predio. El valor a pagar por la expropiación será el que oficialice la Dirección General de Contribuciones o en su defecto aquel que hubiere designado el propietario para el pago de los impuestos correspondientes al año 1968.

Cuando el predio esté explotado por arrendatarios y agricultores que conduzcan extensiones mayores al triple de la unidad agrícola o ganadera familiar, se pagará con base al promedio que resulte de capitalizar al 6% anual la renta líquida sobre la que se pagó impuesto a la renta predial durante los tres años anteriores a la fecha de la valorización. En caso de que no se hubiere pagado impuesto predial el valor será aquel asignado a la última trasferencia de dominio a título prediado u oneroso, sobre la cual se hubiere pagado impuesto antes del 26 de junio de 1969. En el caso de predios explotados por feudatarios u otros agricultores cuya superficie no superen el triple de la unidad agrícola o ganadera familiar, se utilizará la misma regla anterior, pero en ese caso se capitalizará el 9% anual de la renta líquida.

Las construcciones se valorizarán con el mismo sistema de valorización de tierras, pero en este caso la decisión oficial corresponde efectuarla a la Dirección General de Contribución.

El valor de las plantaciones permanentes se determina por la Dirección General de Reforma Agraria y Asentamiento Rural en función de los costos de instalación, hasta que la plantación empiece a producir económicamente a lo cual se anota un interés del 12% anual.

El ganado se valoriza en función de los precios promedios de plazas, bonificaciones, por edad, actitud para la producción, reproducción y renta de carne según el caso.

Una vez concluída la valorización de los puntos señalados anteriormente se determina el monto de la indemnización.

Forma de pago. Para determinar la forma de pago existen distintas reglas, entre las más importantes están las siguientes:

a. Tierras conducidas directamente y cuyo valor no excedan de 100.000 soles, se pagan íntegramente al contado y cuando su valor exceda de dicha suma se abonan 100.000 soles al contado y el saldo en bonos de la clase "A".

b. Las tierras arrendadas y las conducidas directamente que no han demostrado el cumplimiento de todos los requisitos de buena explotación, se pagan al contado cuando su valor no exceda de 50.000 soles y cuando su valor exceda de dicha suma, se pagan 50.000 soles al contado y el saldo en bonos de la clase "B".

c. Las tierras ociosas y enfeudadas se pagan al contado cuando su valor no exceda de 25.000 soles y cuando su valor exceda de dicha suma se pagan 25.000 soles al contado y el saldo en bonos de la clase "C".

Cuando una persona es propietaria de dos o más predios expropiados, para los efectos de determinar la cuota al contado, se suma el valor total de los predios.

El ganado se pagará siempre en efectivo.

En relación con las plantaciones, instalaciones y construcciones, la regla es la siguiente: Cuando se expropian plantaciones, instalaciones, construcciones, equipos agrícolas o industriales que forman parte de la negociación, su valor será pagado en efectivo hasta un monto que no exceda de 1'000.000 de soles y el saldo en bonos de la clase "A" o "B", según se trate, de predios conducidos directamente o arrendados.

Los bonos de clase "A", "B" y "C" se redimen mediante amortizaciones anuales iguales en plazos de 20, 25 y 30 años y devengan intereses anuales por 6, 5 y 4 por ciento respectivamente.

Derecho de Reclamo. En relación con el procedimiento de afectación ya hemos señalado que es un procedimiento netamente administrativo. El comienza en la Zona Agraria, continúa posteriormente en la Dirección General de Reforma Agraria para llegar en definitiva al Ministerio de Agricultura.

En estos casos los propietarios tienen el derecho a hacer observaciones a los distintos actos de autoridad y reclamar por la vía administrativa, ante la autoridad superior.

Además la Ley de Reforma Agraria ha creado el Fuero Agrario, que está formado por Jueces de Tierra, que existen en cada una de las provincias, que son los tribunales de primera instancia. La segunda instancia está a cargo del Tribunal Agrario, compuesto por tres vocales elegidos por el poder ejecutivo, que tiene un rango equivalente al de la Corte Suprema.

En realidad el Fuero Agrario tiene una competencia mas basta, que el de la sola Ley de Reforma Agraria, ya que por ley conoce de todas las materias relacionadas con la propiedad, posesión y tenencia de predios rústicos, aguas y en general del derecho agrario.

Los propietarios afectados por la ley de reforma agraria pueden ejercer ciertos derechos ante los Jueces de Tierra. Estos reclamos se relacionan fundamentalmente con el monto de la indemnización determinada por la autoridad administrativa.

Con los puntos anteriores hemos pretendido dar una visión muy somera de lo que es la Ley de Reforma Agraria de Chile y Perú, en lo que respecta a la adquisición de tierras para la Reforma Agraria. Sin duda, ambas leyes son mucho más completas y sólo he pretendido señalar algunos de sus aspectos más relevantes.

JO/ct/VIII/17/72

LA LEY Y LOS ASENTAMIENTOS CAMPESINOS

Por: Jorge Orchard Pinto
Especialista en Derecho Agrario
IICA-CIRA

El método de adjudicación de la tierra tiene importancia extraordinaria en todo proceso de la reforma agraria que busque corregir los injustos sistemas de tenencia, superar la situación de marginalidad del campesino, su atraso económico y social y aumentar la producción y productividad en la economía agraria tanto en beneficio del país como del propio campesino.

Habíamos señalado que la reforma agraria comprende dos fases, la primera de las cuales pretende eliminar una estructura social agraria considerada como antieconómica e injusta y la segunda fase pretende construír una nueva estructura agraria que reemplace la anterior.

La primera etapa se caracteriza como un conjunto de acciones destinadas a eliminar la estructura social agraria tradicional, realizando acciones en tres campos que serían: La Tenencia de la Tierra, la Producción y los Servicios Auxiliares.

La segunda etapa pretende crear un nuevo orden, desde el punto de vista jurídico económico, social y político que elimine los vicios que presentaba la estructura anterior. En esta etapa uno de los puntos básicos es el diseño de la unidad básica de tipo productivo que será el pilar fundamental de la nueva estructura agraria que se pretenda crear.

En todo proceso de reforma agraria es necesario cumplir completamente ambas etapas ya que en caso contrario no se lograrán los objetivos fundamentales de todo proceso de reforma agraria y por tanto, subsistirán los valores y deficiencias de la antigua estructura y no se podrá lograr la creación de una nueva orden en el campo tanto del punto de vista económico como social y político. En América Latina existen dos ejemplos bastante claros de los efectos que produce un proceso de reforma agraria que no es completa sino que queda a medio camino sin construír por tanto, una nueva estructura agraria. Estos ejemplos son el caso Mejicano y el caso Boliviano, donde se inició y terminó con mucha fuerza la primera etapa de remoción de la antigua estructura, pero sin crear o dar los elementos para crear una nueva estructura agraria. En dichos países a través de distintas vías se están volviendo a repetir los vicios de la antigua estructura con el agravante de que dado el tiempo transcurrido hoy resulta mucho más fácil y complejo el iniciar la etapa de construcción de la nueva estructura.

En general, las preocupaciones de los países americanos se han centrado fundamentalmente en la primera de las etapas enunciadas. Es así como las leyes, las políticas y las acciones realizadas se han orientado básicamente a eliminar la estructura agraria tradicional. Lo anterior no significa que esta etapa ha sido cumplida, muy por el contrario las acciones hasta ahora realizadas por la mayor parte de los países han resultado insuficientes para lograr el objetivo antes señalado.

En los dos países en que más se ha avanzado en la primera etapa, que son Chile y Perú, la preocupación fundamental de los organismos de reforma agraria se ha concentrado en los complejos problemas que implica crear una nueva estructura agraria.

El profesor Antonio García afirma que la naturaleza de la nueva estructura de tenencia de la tierra -formas, alcance, profundidad y ritmo del proceso- se definen de acuerdo con las líneas ideológicas que inspiran y conforman un cierto modelo político de desarrollo nacional y de reforma agraria.

Antes de entrar a definir los distintos modelos de dotación que se están utilizando en los procesos de reforma agraria de nuestros países, quisiéramos entrar a aclarar ciertos puntos esenciales en relación con la empresa agraria.

El profesor Ballarín Marcial hace radicar la esencia del fenómeno agrario en la organización de una serie de cédulas productivas a las que por su importancia económica y social se refieren las regulaciones agrarias. Estas cédulas serían las empresas. La empresa agraria sería una realidad socioeconómica en la cual se distinguirían los siguientes elementos:

1. El empresario que sería la persona natural o jurídica que teniendo el uso y disfruta de la tierra y demás elementos organizativos de la explotación, cumple en nombre propio una actividad de cultivo pecuario, forestal o mixta.

2. La explotación que constituiría el aspecto patrimonial de la empresa y cuyo principal elemento sería la tierra.

3. La actividad agraria que sería la acción del empresario sobre el conjunto de bienes que integran la explotación.

Por tanto, en la empresa pueden distinguirse tres situaciones: Su organización, su funcionamiento y su conservación.

Las diferentes regulaciones del derecho agrario se referirían invariablemente a uno de estos aspectos, aportando así al concepto de empresa una visión integradora del derecho agrario.

No obstante, según el mismo Ballarín, el problema fundamental sigue siendo el de las relaciones entre propiedad y empresa, pues existe una evolución que desplaza el centro

de la gravedad del sistema jurídico de la propiedad a la empresa operándose una transición de un derecho social agrario.

Sin duda, el concepto de propiedad viene a ser determinante de las formas empresariales. La propiedad tradicional de tipo individualista dio origen a una empresa de tipo capitalista, por el contrario en los procesos de socialización, originados en la aplicación de leyes de reforma agraria , se ha dado origen a nuevas formas empresariales donde se valoriza en mayor forma el factor trabajo que el factor capital, que se rigen en forma preponderante por principios de tipo comunitario, en contraste con el criterio individualista que colonizaba más el factor capital que el factor trabajo.

De esta manera vemos como el proceso de reforma agraria adquiere una nueva dimensión, cual es la de crear nuevos modelos de empresa que serán las unidades básicas de la nueva estructura agraria que se pretende crear.

Esta nueva empresa agraria tendría que albergar las modificaciones que se han venido introduciendo al concepto de propiedad a través de los procesos de reforma agraria y también responder a los requerimientos económicos, sociales y políticos de la nueva estructura agraria que se pretenda edificar teniendo como base este nuevo tipo de empresas.

Diferentes tipos de empresas en los procesos de reforma agraria. De un estudio muy somero que ha hecho el IICA se puede citar a vía de ejemplo los siguientes tipos de empresas que hoy se están dando en los procesos de reforma agraria:

a. El asentamiento panameño que se define como "una etapa transitoria inicial y económica de los campesinos, durante la cual se explotan las tierras de la reforma agraria, con plena participación de ellos".

b. Las uniones de prestatarios en Venezuela que son aquellas "organizaciones campesinas dirigidas fundamentalmente a la obtención del crédito y, subsidiariamente a la utilización en común de otros servicios relacionados con la producción agropecuaria".

c. Las empresas campesinas en ese mismo país, que han sido definidas como "organizaciones económicas agrarias, de régimen colectivo con personalidad jurídica, las cuales mediante la elaboración de un plan agroeconómico y crediticio, suministran servicios básicos para el desarrollo".

d. El Centro Agrario (Venezuela) se caracteriza como "una institución típicamente agraria, que asume la personería jurídica de un conjunto de campesinos, individual o colectivamente dotados por el Instituto Agrario Nacional, IAN, en un mismo lugar o en lugares muy próximos y que tiene por finalidad promover sin fines de lucro, el desarrollo de la vida comunitaria y la organización de la respectiva empresa agraria".

e. La empresa comunitaria en Colombia definida como "una forma asociativa de producción en la cual las cuotas de capital y trabajo se hacen en términos iguales por las mismas personas, las cuales son copropietarios de las utilidades de reserva y capitalización y asumen por igual las responsabilidades de gestión, administración y trabajo".

f. El asentamiento chileno que la ley establece que es "la etapa transitoria inicial de la organización social y económica de los campesinos para explotar las tierras expropiadas desde la toma de posesión material hasta su asignación definitiva".

g. El centro de reforma agraria de ese mismo país se define como "etapa transitoria inicial de la organización de los campesinos destinada a aplicar, evaluar y mejorar métodos y sistemas de organización, manejo y control social de la producción agropecuaria".

h. Las sociedades agrícolas de interés social (SAIS), del Perú que se definen como "una modalidad autogestionaria de empresa campesina, que compensa los desniveles socio-económicos de un área, distribuyendo los beneficios de la empresa colectiva de acuerdo con las necesidades de desarrollo de cada uno de los grupos campesinos que son sus copropietarios".

De las definiciones prescritas anteriormente, vemos claramente dos modalidades, una asignación o dotación de tipo provisional como es el caso del asentamiento chileno y panameño y el centro de reforma agraria y otra que sería una asignación o dotación de carácter definitivo como es el centro agrario en Venezuela, las empresas comunitarias en Colombia y las sociedades agrícolas de interés social en el Perú, lo cual tiene bastante importancia desde un punto de vista jurídico ya que los problemas que generan una y otra forma son diferentes.

En el IICA caracterizamos la empresa comunitaria en los siguientes términos:

"Aquellas formas asociativas de producción, derivadas de los procesos de reforma agraria, donde todos los socios tienen los mismos derechos y obligaciones y por tanto participan por igual en las responsabilidades de gestión y administración de la empresa, cada socio aporta su trabajo personal y el de los miembros de su familia que la laboren, no utiliza asalariados sino en forma ocasional, las utilidades se reparten en proporción al trabajo aportado y está sometida a la 'supervigilancia' del Estado, a través de los organismos de reforma agraria, los que además pueden cooparticipar en su gestión y administración".

Abandono de la dotación individual. De las definiciones dadas queda claro, que el modelo de dotación escogido en cada país, como unidad básica de la nueva estructura agraria, está en estrecha relación con el tipo de reforma agraria que se ha adoptado.

En casi todas las leyes vigentes en los países latinoamericanos se da preferencia a las dotaciones individuales en unidades agrícolas familiares, sin embargo, en la práctica esta tendencia ha sido rectificada dando preferencia en el hecho a las dotaciones de tipo colectivo, efectuándose dotaciones de carácter individual sólo por la vía de la excepción.

Esta misma tendencia que ha sido de hecho ha provocado que en varios países, ante la carencia de una legislación especial se haya utilizado la legislación común para efectuar dotaciones de carácter comunitario. Esta utilización de la dotación común ha provocado problemas serios en las empresas por cuanto quedan sin resolver una serie de problemas, relacionados fundamentalmente con su organización interna, situación tributaria, ingreso y retiro de socios y la situación relacionada con la herencia de los socios que fallecen, que no pueden resolver ni modificar otras leyes.

En otros casos se han presentado situaciones específicas que tienen bastante importancia. Entre ellas se puede citar el caso de los asentamientos de Panamá y de los Centros Agrarios en Venezuela, los cuales carecen de posibilidad de adquirir personería jurídica. En el caso de Colombia donde existen impedimentos legales para mantener indefinidamente la indecisión de los predios adjudicados y garantizar la continuidad de las empresas comunitarias; también en ese país y en Venezuela se discute qué dotación se debe dar a las empresas comunitarias entre los diferentes tipos de sociedades de tipo civil.

Lo anterior lo he señalado con el objeto de recalcar la necesidad que las nuevas formas asociativas de empresa que están surgiendo en los procesos de reforma agraria, ya sean de tipo provisional o definitivo deben tener su propia legislación. El que este tipo de empresas carezcan de legislación no solo tiene consecuencias jurídicas, ya que estudios que hemos efectuado nos permiten comprobar que cuando las formas jurídicas de una empresa no son claras los campesinos no las entienden y ello provoca una sensación de inestabilidad en los miembros de la empresa, que se traduce en un contínuo ingreso y salida de socios, lo que dificulta la formación de la comunidad y en definitiva afecta el desarrollo de la Empresa.

Las razones que han tenido los países para abandonar los sistemas de asignación individual, podríamos resumirlos en los siguientes puntos:

1. Necesidad de agilizar los procesos de entrega de tierras, facilitar la planificación de la producción, la prestación de asistencia técnica y la utilización del crédito.

2. Posibilidad de aprovechar la economía a escala en unidades de explotación de mayor extensión, lo que resultaba imposible en las unidades productivas demasiado reducidas de las asignaciones individuales.

3. Las asignaciones individuales no permitían una verdadera integración de los campesinos, en los cuales se acentuaba su criterio individualista.

4. Las unidades de reducida extensión no permitían fortalecer la naciente economía campesina y los campesinos no podían competir con los grandes agricultores en materia de precios por sus productos y costos por los insumos.

5. Los costos de las asignaciones de tipo individual resultaban mucho más agravosas para el Estado que las asignaciones de tipo comunitario.

6. Las asignaciones individuales reforzaban los valores tradicionales de los campesinos y dificultaban la acción del Estado destinado a cambiar los patrones culturales, sociales y políticos de los campesinos.

Analicemos a continuación, en algunos aspectos las formas asociativas de producción en Colombia, Chile y Perú.

La Empresa Comunitaria en Colombia. El Instituto Colombiano de la Reforma Agraria, INCORA, puso a funcionar explotaciones de tipo plural, que se denominarón Empresas Comunitarias a principios del año de 1969.

Para poder construír este tipo de empresas y ante la falta de una legislación especial, el INCORA ha debido recurrir a instituciones jurídicas de derecho común, adaptándola a la necesidad de esta forma asociativa de propiedad y producción.

Dicho Instituto escogió la sociedad colectiva civil, como el tipo de asociación que más se compadecía con las finalidades que perseguía en la implantación de las empresas comunitarias. Al efecto, un informe de la subgerencia jurídica de dicho Instituto establece lo siguiente: "La facilidad que existe para constituír la sociedad colectiva en el derecho colombiano la consideración que se tiene de las personas que han de formar parte de una sociedad de este tipo, y en fin, la compatibilidad que existe entre esta clase de asociación y los fines económicos y sociales que persigue la empresa comunitaria nos ha hecho imperiosa su escogencia."

Según INCORA se ha elegido este tipo de asignación con el propósito de incorporar al campesinado a nuevas formas de producción, en las cuales se identifiquen en una misma persona los conceptos de empresario-propietario y trabajador; se elimine la desigualdad distribución de la riqueza general, se eleve el nivel de vida de los nuevos gestores; se tecnifiquen los procesos de la economía, se oriente la planificación local en consonancia con los programas nacionales y se reduzcan los costos.

He revisado algunos contratos celebrados por INCORA en las Empresas Comunitarias y ellos son muy similares a los celebrados entre cualquier particular. Por ejemplo, en ellos no se establece que la explotación del predio debe ser en forma comunitaria, tampoco se establece cuál va a ser la estructura interna de la nueva empresa ni las funciones de la Asamblea General de la Junta Directiva ni de los Comités de Trabajo.

Esto ha llevado a que en las empresas , en virtud de las explicaciones verbales dadas por los propios funcionarios de INCORA, exista una especie de reglamento interno, a veces escrito, la más de las veces verbal que sufre las deficiencias del contrato y que hace que las empresas funcionen en forma comunitaria. Naturalmente que este tipo de pactos no contemplados en la escritura social puede funcionar mientras no existan dificultades entre los socios pero puede ocasionar serios problemas futuros.

Otra dificultad jurídica importante que ha encontrado INCORA se deriva de que en algunas de estas empresas ha existido un proceso contínuo de retiro e ingreso de nuevos socios, lo cual obliga a modificar en cada oportunidad el pacto social. Otro punto a destacar es la situación tributaria, ya que, al ser una sociedad colectiva civil, debiera tributar como cualquier empresa particular, pero en el hecho no tributan, lo cual puede traerles dificultades en cualquier momento.

INCORA está consciente de esta situación y ha solicitado, en repetidas oportunidades, al Gobierno de ese país la urgente necesidad de dictar una ley sobre el particular. El proyecto de ley correspondiente se encuentra en el Congreso Nacional y ha sufrido una dilatada tramitación, pese a que INCORA tiene más de 500 empresas comunitarias.

El Caso de Chile. Este tipo de experiencias se iniciaron en ese país durante el año 1965, con lo que se llamó el Asentamiento Campesino. En un comienzo dichas empresas se constituyeron como Sociedad Colectiva Civil presentándose dificultades similares a las relatadas en el caso colombiano, hasta que en el año 1967 se dictó una ley sobre el particular.

De acuerdo a dicha ley los objetivos del asentamiento son los siguientes:

1. Explotar eficientemente las tierras que comprenden el asentamiento.

2. Preparar y capacitar a los asentados para que asuman responsabilidades de propietarios y empresarios agrícolas.

3. Orientar e impulsar el desarrollo de la comunidad.

4. Promover la capitalización de los asentados.

5. Construír la infraestructura necesaria para el desarrollo de la vida familiar y comunitaria de los asentados.

Es necesario destacar que para los efectos de su relación con terceros, la ley en dicho país autorizó para que la Corporación de la Reforma Agraria celebrara con los campesinos lo que se denomina Sociedades Agrícolas de Reforma Agraria, (SARA).

De acuerdo a la ley estas sociedades tienen por objeto principal la explotación agrícola, ganadera y forestal de él o los predios en que hubiere instalado el asentamiento y la organización y promoción social, económica y cultural de los campesinos y de sus familias, de acuerdo con los objetivos básicos señalados para el período de asentamiento, sin perjuicio de poder dedicarse a otras actividades necesarias para el cumplimiento de sus fines.

En el hecho el asentamiento y la sociedad agrícola de reforma agraria se confunden y funcionan como un todo.

La ley señala que estas sociedades se prueban y se forman por escritura privada, sin embargos, en lo que respecta al ingreso o retiro de socios no se necesita modificar al pacto social, sino solo dejar constancia en lo que se denomina el Registro de Socios.

La constitución de estas sociedades se hace en una reunión citada previamente por la Corporación de la Reforma Agraria a la cual concurren los campesinos personalmente o representados por los campesinos que se designan especialmente. La constitución se realiza ante la presencia de un funcionario de esa Institución que tiene la calidad de Ministro de Fe.

La CORA aporta el usufructo del predio o el uso o goce de lo que posea cualquier título y los campesinos su trabajo personal y los enseres de trabajo que posean. Ingresan a esta sociedad todos los campesinos que tengan la calidad de asentados, entre los cuales se da preferencia a los trabajadores del o los predios que se trate. Los mayores de 16 años y las mujeres casadas la ley los considera plenamente capaces para ingresar a estas sociedades. Con respecto al funcionamiento y administración podríamos decir que el órgano superior de la sociedad es la Asamblea General compuesta por todos los socios y que está encargada de determinar las políticas generales de la sociedad; aprobar el plan anual de explotación, elegir los miembros campesinos del Consejo de Administración, servir de organismo contralor y pronunciarse sobre otras materias de interés, entre las cuales están las de destituir por causa plena y justificada a los miembros campesinos del Consejo de Administración y privar de la calidad de socio a algún campesino que cometa falta grave.

El Consejo de Administración tiene la administración y la representación de la sociedad, está compuesto por un número variable de campesinos. A dicho Consejo de Administración puede pertenecer algún funcionario de la CORA, lo cual sólo se hace por la vía de la excepción.

La designación de los Miembros del Consejo de Administración se hace por los socios campesinos en votación directa y secreta.

Además, existen lo que se denomina Comités Ejecutivos que son órganos de ejecución de actividades específicas de la sociedad, formados por personas que el Consejo de Administración señale, el cual también les señala sus atribuciones.

De acuerdo a la ley, la responsabilidad de los socios campesinos queda limitada al monto de sus aportes y la de la Corporación de la Reforma Agraria al monto del avalúo del predio que hubiere aportado o a la suma que se indique en el propio contrato.

La Ley determina que la sociedad no se disuelva por el fallecimiento de un socio o por la pérdida de esta calidad.

Estas sociedades gozan de ciertas excepciones de tipo tributario establecidas por el Presidente de la República y están sometidas a la fiscalización de la Corporación de la Reforma Agraria en relación a las normas financieras y administrativas necesarias para el adecuado funcionamiento de la sociedad.

Cuando asumió el nuevo gobierno de dicho país, se restablece una nueva política por la cual las dotaciones de tipo provisional en torno a lo que se denominan Centros de Reforma Agraria. Las razones formales para innovar la estructura anterior han sido la de que el asentamiento limitaba su ingreso sólo a los trabajadores del predio y que no permitía resolver el problema desempleo en el campo, y que además los campesinos tenían una visión exclusiva predial y no solidarizaban con los problemas de la clase campesina. Este tipo de centros de reforma agraria, han sido reglamentados directamente por la Corporación de Reforma Agraria, sus objetivos son: (1) Estructurar la participación de los campesinos en la dirección, manejo y control de las tierras y su aceptación para una organización social de la producción; (2) encuadrar las nuevas áreas dentro de una eficiente, oportuna y ejecutiva planificación agropecuaria, comunal, provincial, zonal y nacional; (3) procurar paulatinamente el máximo empleo de la mano de obra campesina; (4) obtener para los campesinos un nivel de vida superior mediante un justo sistema de remuneraciones o incentivos ligados a la producción; (5) recoger los excedentes de las utilidades, en fondos de compensación y capitalización comunal que nivele los distintos rendimientos y permita a cada comuna agraria construír la infraestructura necesaria y financiar obras de bienestar social; (6) establecer y mantener los vínculos con los Consejos Comunales Campesinos y con el aparato del Estado.

La organización interna de estos centros de reforma agraria es bastante similar a los asentamientos, con la diferencia de que la Asamblea General es mucho más amplia por cuanto a ella pertenecen, no sólo los trabajadores del predio sino también su conyuge, sus hijos y parientes mayores de 16 años y los trabajadores de temporada.

Como se ha dicho la principal diferencia entre el asentado y el CERA es que el segundo ingreso como socios no solo los trabajadores, sino también la conyuge, sus hijos y parientes mayores de 16 años y los trabajadores de temporada.

Estos Centros de Reforma Agraria han sido muy resistidos por los campesinos por cuanto ellos prefieren el asentamiento y no aceptan que las utilidades del Centro pasen a fondos de tipo comunal.

En el hecho estos Centros de Reforma Agraria, dada la resistencia de los campesinos están hoy día funcionando como asentamientos y no han podido cumplir sus objetivos señalados anteriormente por cuanto el Gobierno de ese país no ha presentado un proyecto de ley que le permita cumplir dichos objetivos, ya que varios de ellos no pueden cumplirse por la vía de la reglamentación interna.

El Caso del Perú. Dicho país tiene una frondosa legislación en materia de reforma agraria y en ella se han establecido diversas formas de dotación que son: La Cooperativa Agraria de Producción, las Comunidades Campesinas, las Sociedades Agrícolas de interés Social; los Grupos Campesinos y las Personas Naturales.

Las formas más utilizadas han sido la de la Cooperativa Agraria de Producción y las Sociedades Agrícolas de Interés Social.

Las Sociedades Agrícolas de Interés Social (SAIS) son personas jurídicas de Derecho Privado, de responsabilidad limitada y de capital variable integrada por beneficiarios de la ley de reforma agraria, que se constituyen cuando la Dirección General de Reforma Agraria y Asentamiento Rural lo consideran necesario y se rigen por los principios básicos de la Sociedad de Persona y del sentido Cooperativo.

Sus objetivos son:

1. Constituír una organización socioeconómica que permita alcanzar el bienestar social y el desarrollo de sus socios, sirviendo como agente dinámico para la consecución de una sociedad solidaria.

2. Mejorar los sistemas de producción agropecuaria conducentes al incremento de la producción y la productividad.

3. Realizar la trasformación de la producción agropecuaria y otros, mediante la ubicación de plantas en beneficio industrial.

4. Elevar la condición social, económica y cultural de los socios contribuyendo al desarrollo local, regional y nacional de conformidad con el plan de desarrollo del sector agrario.

En relación con su régimen administrativo y económico la ley señala que se regirán por las normas de la legislación cooperativa con algunas pequeñas variables que se refieren fundamentalmente a que su organización y asesoría estén a cargo de la Dirección de Reforma Agraria, sin perjuicio de que en la marcha administrativa, financiera y económica y la revisión de sus balances y cuentas estará a cargo de la Oficina Nacional de Cooperativas.

Los socios de las SAIS son personas jurídicas ya sean comunidades campesinas, cooperativas de servicios u otras.

Respecto de su régimen administrativo está a cargo de la Asamblea General de Delegados, del Consejo de Administración, del Consejo de Vigilancia y de Comités Especializados. Su autoridad máxima es la Asamblea General de Delegados y a ella le corresponde evaluar la ejecución del Plan de Desarrollo Anual; remover por causa justificada a los miembros del Consejo de Administración y Vigilancia, autorizar la contestación de créditos y la trasferencia o adquisición de bienes muebles o inmuebles, autorizar cambios en los sistemas de producción y de servicio, etc.

La Asamblea General está compuesta por dos Delegados Titulares y un Delegado alterno, elegidos por la respectiva Asamblea General de la Comunidad Campesina o Cooperativa Social.

Respecto del Consejo de Administración es el órgano responsable de la marcha administrativa, económica y financiera de las SAIS, está integrada por seis Miembros Titulares y dos Suplentes elegidos en la Asamblea General de Delegados en votación directa y secreta.

Sus miembros son solidariamente responsables de la marcha administrativa, económica y financiera de la empresa. De sus miembros se elige un Presidente que es el Representante legal de la SAIS, el Vicepresidente, Secretario, Tesorero y el resto son Vocales.

Corresponde al Consejo de Administración designar al Gerente de la Empresa que es el funcionario propiamente ejecutivo de la sociedad.

Un punto importante es que el capital de la SAIS está formado por certificados de aportación que hacen las comunidades o cooperativas socias, que ganan un interés no superior al 2% anual.

Los remanentes que arroja el balance anual de resultados, luego de deducirse los costos de operación, gastos generales, provisiones para depreciaciones, reservas sociales, etc. se distribuyen en el siguiente orden:

1. No menos del 10% para constituír o incrementar el fondo de reserva.

2. No menos del 5% para el fondo de educación.

3. No menos del 10% para el fondo de previsión social.

4. No menos del 10% para el fondo de reinversiones.

5. No menos del 10% para el fondo de desarrollo cooperativo.

6. La suma necesaria para pagar los intereses sobre los certificados pagados de aportación.

7. El saldo resultante se distribuye entre los socios de acuerdo a sus aportes.

Estos excedentes podrán ser capitalizados obligatoriamente cuando las necesidades financieras así lo exijan. En caso contrario se pagarán en dineros o en especies con la finalidad que se destinan al fortalecimiento y desarrollo de la respectiva comunidad o se utilizan en la implementación de servicios a favor del conjunto de personas que componen la Institución Social.

En realidad la SAIS es una Institución bastante compleja y las limitaciones de tiempo disponible no permiten continuar más allá.

En todo caso creo que en esta presentación les he dado una visión general de cuáles son las formas de dotación actualmente en aplicación y una visión más específica de aquellas que consideraba más representativas.

JOsmdeb - VIII-18-72

EVALUACION DE EMPRESAS AGRICOLAS
-UN CASO PRACTICO-

Jaime Ortiz Egas

ESQUEMA DE UN BALANCE GENERAL ACTIVO

Activo Corriente

Caja	$ 5.000,oo	
Banco	75.000,oo	
Cuentas por cobrar	135.000,oo	
Productos para vender	260.000,oo	
Animales para vender	340.000,oo	
Inversiones	10.000,oo	
Cultivos	750.000,oo	1.575.000,oo

Activo Fijo

Maquinaria y equipo	180.000,oo	
Herramientas	35.000,oo	
Vehículos	120.000,oo	
Terrenos	1.200.000,oo	
Construcciones	50.000,oo	
Mejoras	90.000,oo	
Animales de trabajo	45.000,oo	
Equipo de oficina	30.000,oo	
Animales de producción	750.000,oo	
Muebles de uso personal	-0-	
Cultivos permanentes	860.000,oo	3.360.000,oo

Otros Activos

Gastos pagados por anticipado (diferidos)		
a. Gastos seguros	5.000,oo	
b. Gastos de planeación	3.000,oo	
c. Intereses	12.000,oo	20.000,oo

Asistencia técnica (pagada anticipada cuando son varios cultivos)		
TOTAL ACTIVO		4.955.000,oo

PASIVO

Corriente o exigible		
Cuentas por pagar	$ 200.000,oo	
Documentos por pagar	1.100.000,oo	
Impuestos	30.000,oo	1.330.000,oo
A largo plazo		
Hipotecas	200.000,oo	
Obligaciones bancarias	300.000,oo	500.000,oo
Pasivo a favor de terceros		1.830.000,oo
Patrimonio y reservas		
Para prestaciones sociales	76.000,oo	
Legal	25.000,oo	
Depreciación	18.000,oo	119.000,oo
Patrimonio		3.006.000,oo
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		4.955.000,oo

ESQUEMA DE UN ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS O ESTADO DE INGRESOS Y EGRESOS DEL 1o. DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE, 1972

Ventas		$ 500.000,oo
Costo de lo vendido		
Inventario inicial (stocks)	100.000,oo	
(Más) Producción	400.000,oo	
(Menos) Inventario final (stocks)	100.000,oo	400.000,oo
Utilidad bruta		100.000,oo
Ingresos financieros		
Arrendamientos	10.000,oo	
Dividendos	5.000,oo	
Intereses	2.000,oo	17.000,oo
		117.000,oo
(Menos) Gastos Generales		
Ver anexo No. 1		15.000,oo
Utilidad antes de impuestos renta y reservas.		102.000,oo
(Menos) Reservas		
Para impuestos	4.000,oo	
Reserva estatutaria	5.000,oo	
Reserva para protección inventarios.	2.000,oo	11.000,oo
Utilidad líquida		91.000,oo

SUBCUENTAS DE COSTOS Y GASTOS

Costos

Jornales (por actividad)	130.000,oo
Semillas	10.000,oo
Abonos	35.000,oo
Insecticidas	5.000,oo
Fungicidas	6.000,oo
Depreciación de maquinaria	17.500,oo
Combustibles y lubricantes	22.000,oo
Herramientas	17.000,oo
Empaques	4.000,oo
Fletes y acarreos	5.000,oo
Trasportes	12.000,oo
Intereses	16.000,oo
Seguros	8.000,oo
Concentrados	16.000,oo
Drogas y vacunas	4.000,oo
Prima	9.000,oo
Vacaciones	17.000,oo
ICSS	27.500,oo
SENA	11.000,oo
Impuesto predial	23.000,oo
Otros gastos	5.000,oo
	400.000,oo

Gastos generales

Administración	9.070,oo
Utiles de escritorio y papelería	800,oo
Postes y telegramas	200,oo
Agua, luz y teléfono	450,oo
Reparación, mantenimiento de instalaciones.	1.800,oo
Reparaciones generales de la finca.	1.400,oo
Honorarios	1.000,oo
Otros gastos	280,oo
	15.000,oo

Valor agregado (a precios de mercado)			
Valor de la producción			517.000
A deducir materiales y servicios			313.500
1. Materiales		119.000	
-Semillas	10.000		
-Abonos	35.000		
-Concentrados	16.000		
-Productos químicos	15.000		
-Combustibles y lubricantes.	22.000		
-Empaques y otros	21.000		
2. Servicios		194.500	
-Mantenimiento y trasporte	20.200		
-Intereses, comisiones	16.000		
-Mano de obra asalariada	80.000		
-Seguros, prestaciones, honorarios.	62.500		
-Servicios generales	15.800		
Valor agregado (por costo de factores)			203.500
A. Ingreso de los factores Productivos			152.000
1. Remuneración del trabajo	50.000		
2. Utilidad de la empresa	102.000		
B. Depreciación			17.500
C. Impuestos indirectos			34.000
Valor agregado			203.500
Total insumos			313.500
Valor de la producción			517.000

1. Productividad del trabajo (13.000 jornadas)

$$PT = \frac{203.500}{13.000} = 15.7$$

2. Productividad de la tierra (500 hectáreas)

$$PT = \frac{203.500}{500} = 407$$

3. Productividad del capital

$$PK = \frac{203.500 \times 100}{4.955.000} = 4.1\%$$

También se le denomina relación producto-capital

-Rentabilidad del capital

Indica la relación porcentual que representan las utilidades anuales respecto del capital empleado:

$$RK = \frac{\text{Utilidad líquida}}{\text{Patrimonio}} \times 100$$

$$RK = \frac{91.000 \times 100}{3.006.000} = 3.0\%$$

En la medida de las utilidades obtenibles por cada unidad de recursos totales empleados en la empresa.

-Relación beneficio-costo

Es la relación por conocimiento que existe entre beneficios obtenibles (Ingreso) y los costos:

$$R.b.c. = \frac{\text{Ingresos}}{\text{Costos}} = \frac{\text{Costos x Utilidad}}{\text{Costos}}$$

$$R.b.c. = \frac{517.000}{415.000} = 1.24$$

Velocidad de Rotación del Capital y la Intensidad del Capital

La relación entre el valor bruto de la producción y el capital total arroja la velocidad de rotación del capital.

El valor recíproco se estimó para determinar la intensidad del capital.

1. $$VRK = \frac{\text{Costos x Utilidad}}{\text{K=Patrimonio}}$$

$$VRK = \frac{517.000}{3.006.000} = 0.17$$

2. $$IK = \frac{3.006.000}{517.000} = 5.8$$

Solvencia de la empresa

1. Liquidez:

Es la relación que existe entre el efectivo en Caja más los títulos de fácil liquidación, con las deudas corrientes a corto plazo.

$$\text{Coef. de L} = \frac{\text{Caja + Bancos + Cuentas por cobrar}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

$$\text{Coef. de L} = \frac{215.000}{1'330.000} = 0.16$$

2. Coeficiente entre el activo y pasivo totales en cuenta corriente

$$\text{C.A y P} = \frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

$$\text{C.A y P} = \frac{1.575.000}{1.330.000} = 1.2$$

Sería la liquidez de la empresa a mediano plazo.

3. Cuociente entre el activo fijo y las obligaciones

A largo plazo

$$\text{C. entre A. y } D_L = \frac{3.360.000}{1.830.000} = 1.8$$

Sería la liquidez de la empresa a largo plazo.

EVALUACION DEL SEMINARIO SOBRE ADMINISTRACION RURAL Y ECONOMIA DE LA PRODUCCION

(FEDECAFE)

Bogotá, julio 31 a agosto 11 de 1972
Total de participantes 32
Contestaron la evaluación 30

I. ASPECTOS GENERALES

A. Objetivos

1. Los objetivos del seminario fueron expuestos:

	No.	%
-Claramente	25	83.3
-Confusamente	5	16.6

2. Los objetivos se cumplieron:

-Parcialmente	22	73.3
-Totalmente	8	26.6

B. Aspiraciones y utilidad

1. El seminario ha satisfecho las aspiraciones de los participantes:

-Parcialmente	22	73.3
-Sí	8	26.6
-No	-	-

2. Para el ejercicio de las funciones profesionales, el seminario será:

-Util	21	70
-Poco útil	9	30
-No útil	-	-

II. ASPECTOS DE ORGANIZACION Y EJECUCION

1. Se estima que la dirección del seminario fue:

-Acertada	26	86.6
-Desacertada	2	6.6
-No contestó	2	6.6

	No.	%
2. La duración del seminario fue:		
-Suficiente	19	63.3
-Corta	8	26.6
-Larga	1	3.3
-No contestó	2	6.6
3. Fue necesario utilizar tiempo adicional, además de las horas de clase:		
Si	20	66.6
No	8	26.6
No contesta	2	6.6

III. ASPECTOS ACADEMICOS Y DIDACTICOS

1. Ambientalmente el seminario resultó para los participantes:		
-Término medio	21	70
-Atractivo	7	23.3
-Monótono	2	6.6
2. Se considera que el nivel académico de los participantes fue:		
-Regular	18	60
-Alto	10	33.3
-Bajo	1	3.3
-No contesta	1	3.3
3. El ritmo de trabajo en el seminario fue:		
-Adecuado	23	76.6
-Inadecuado	7	23.3
4. Ayudó el seminario a desarrollar capacidades de análisis:		
-Mucho	22	73.3
-Poco	8	26.6
-Nada	-	-
5. Permitió el seminario desarrollar la creatividad de los participantes:		
-Mucho	15	50
-Poco	15	50
-Nada	-	-

6. Logró el seminario aportar, a los participantes, nuevos elementos para desarrollar trabajos en el campo:

	No.	%
-Si	18	60
-Término medio	10	33.3
-No	2	6.6

7. De acuerdo con los propósitos del seminario el tipo de material distribuido fue:

-Apropiado	26	86.6
-Inapropiado	2	6.6
-No contesta	2	6.6

EVALUACION DE LOS TEMAS

CONCEPTO : La utilidad del contenido de los temas tratados en el seminario fue:

	TEMA I				TEMA II		TEMA III		TEMA IV		TEMA V				TEMA VI		TEMA VII	
	A		B								A		B					
EQUIVALENCIA	No	%	No.	%	No.	%	No	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%
UTIL	29	96.6	30	100	30	100	20	66.6	15	50	28	93.3	27	90	7	23.3	24	80
POCO UTIL	1	3.3					9	30	11	36.6	1	3.3	1	3.3	15	50	2	6.6
NO UTIL									3	10			1	3.3	8	26.6	3	10
NO CONTESTA							1	3.3	1	3.3	1	3.3	1	3.3			1	3.3

La metodología de enseñanza fue :

	TEMA I				TEMA II		TEMA III		TEMA IV		TEMA V				TEMA VI		TEMA VII	
	A		B								A		B					
EQUIVALENCIA	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%
BUENA	16	53.3	18	60	27	90	19	63.3	16	53.3	18	60	23	76.6	3	10	21	70
REGULAR	13	43.3	11	36.6	2	6.6	8	26.6	9	30	11	36.6	6	20	15	50	5	16.6
MALA	1	3.3	1	3.3	1	3.3	2	6.6	4	13.3					12	40	2	6.6
NO CONTESTA							1	3.3	1	3.3	1	3.3	1	3.3			2	6.6

RELACION DE LOS TEMAS

Tema I. ADMINISTRACION RURAL

A. Principios Generales (Dr. H. Murcia)

B. Instrumentos de Administración Rural (Dr. J. Ortiz)

Tema II. CONTABILIDAD AGRICOLA (Dr. J. Levy Vargas)

Tema III. ECONOMIA DE LA PRODUCCION (Dr. A. Carrasco)

Tema IV. PAPEL DE LA ASISTENCIA TECNICA (Dr. I. Ansorena)

Tema V. EVALUACION DE EMPRESAS AGRICOLAS

A. Principios Generales (Dr. H. Murcia)

B. Aspectos Específicos (Dr. J. Ortiz)

Tema VI. MERCADEO DE PRODUCTOS DIFERENTES AL CAFE (Dr. P. Torrealba)

Tema VII. ACUERDO DE INTEGRACION SUBREGIONAL ANDINO (Dr. T. Lackington)

RESUMEN DE LA REPUBLICA MEXICANA

Henri-Audirac Padilla*

El Estado de Jalisco es el iniciador de las Técnicas Modernas de Catastro, de Fotogrametría, Ortofotos, Valuación masiva con revisión y cómputo por infinitésimos, aplicación del color en Catastro y control y cómputo de la actualización de la emisión y del catastro por automatización electrónica, siguiéndole en la aplicación de dichas técnicas el Estado de México y perfeccionándolas el Estado de Tabasco.

El Estado de Jalisco definió al catastro como el inventario de bienes y recursos de sus poblaciones y regiones con objeto de:

- Conocer el estado actual cuantificado y valorizado.
- Analizar y clasificar los datos obtenidos para normar y elaborar programas de desarrollo agropecuario, urbano e industrial.
- Establecer la política agrícola y de vías de comunicación.
- Precisar la titularidad de la propiedad.
- Actualizar el Registro Público de la propiedad.
- Establecer un sistema fiscal equitativo.

La Tesorería del Estado ha dividido el catastro en Urbano, Sub-urbano y Rural, contratando con diversas Compañías su ejecución, reservándose el derecho a través de su oficina de Catastro, de fijar las normas, coordinar, supervisar y revisar los trabajos.

Adoptó este sistema porque después de varias experiencias, probó ser el más rápido y económico ya que en un momento dado, cuenta con todo el personal necesario para la ejecución de los trabajos, sin compromisos laborales posteriores.

* Observador del Estado Jalisco (México) en el Seminario Regional de Catastro Rural

Las etapas de catastro se agruparon como sigue:

URBANO	RURAL
Vuelo altopara Mosaico escala 1a30000 para codificar.	Vuelo alto para Mosaico escala 1:50000 para codificar.
Vuelo bajo para restitución a color escala 1a2500	Vuelos medianos para ortofoto By N. escalas 1a10000 y 1a20000.
	Vuelos infrarrojos de color para evaluación agrológica de los suelos. (Fertilidad y Humedad).
Delimitación de linderos sobre amplificación fotográfica.	Delimitación de linderos sobre amplificación fotográfica.
Control terrestre.	Control terrestre.
Cálculo topográfico y de áreas.	Cálculo topográfico y de áreas.
	Aerotriangulación.
Dibujo Cartográfico por Manzanas. Escala 1:500	Ortofotos por Modelo.
Cartografía y reducciones 1 a 2000	Ortofoto Mapas y cartografía escala 1.a 2:500 y 1 a 5:000
Valuación de Fincas con base en plano de valores y valores de construcciones Tipo aprobado por juntas catastrales. Verificación a base de infinitésimos del censo de elementos de construcción de la finca.	Valuación de tierras en función de su productividad potencial, afectadas por un factor de comercialización en función de proximidad a vías de transporte y centros de consumo. Verificado con las fotos de infra rojo de color.

Codificación de los datos para su control automatizado, de actualización, cobro del impuesto correspondiente, control de pagos, cómputo de rezagos y control de adeudos.

Correlación del Catastro con el registro público de la propiedad a través de los padrones automatizados.

Clave

La experiencia nos ha enseñado que el éxito o fracaso de un catastro están regidos por su facilidad de actualización, la cual sobre todo está en función de la clave.

El Estado de Jalisco ha adptado la clave cartográfica, en base a reglas de urbanismo tanto para urbano como para lo rústico.

01 - 004 - 18 - TLA 28 - 007 - 19 - TLA

Las dos primeras cifras nos indican la región o zona catastral en que está dividido el municipio, las tres siguientes corresponden a la manzana para lo urbano y subzona para lo rústico, los dos últimos números indican el número de predio, y las letras las iniciales o abreviaturas del Municipio.

Este sistema tiene la ventaja,

Primero de que puede ser totalmente automatizado,

Segundo prevee cualquier creación de centros urbanos dentro del municipio, sin necesidad de recodificar,

Tercero deja para desarrollos urbanísticos, fraccionamientos o aparcelamientos suficientes números, sin que haya necesidad de repetir la codificación existente ni tampoco la interferencia de claves duplicadas.

Todo el Trabajo de codificación se efectúa sobre mosaicos.

Vuelos

Para los vuelos de la zona urbana se ha adoptado la escala de 2500 en color. Si bien aumenta el costo del vuelo, en las etapas posteriores se recupera, por la facilidad de identificación de los linderos de las propiedades y de determinar y dimensionar los aleros que en blanco y negro y a escalas más pequeñas las sombras impiden delimitar.

Los vuelos de blanco y negro para la ortophoto catastral se vuelan a la escala indicada, para lograr ortofoto-planos a las escalas de 2500 y 5000, y son las que se encontraron como las más apropiadas para el catastro de Jalisco.

Los vuelos de infra rojo de color se usan como censo remoto para la valuación de las tierras.

Linderos

Los linderos tanto en campo como en lo urbano se identifican sobre una amplificación fotográfica.

Control

El control topográfico se hace por banda, dos puntos por foto en la zona de tricongruencia, el empleo de rayo infrarrojo para la medición de distancias nos da por término medio un error en las poligonaciones de 1 en 62500.

En el catastro urbano se permite el puenteo por banda. Es decir se hace control terrestre en una banda sí y en la siguiente nó. Dándole control a la banda intermedia, con apoyo a puntos comunes a las bandas laterales que pueden ser de gabinete.

En el catastro rústico se permite la aerotriangulación analógica en bloques de 3 X 10 con control terrestre periférico y de nivelación en el quinto modelo.

Cálculo Topográfico y de Areas

El gobierno del Estado de Jalisco admite cualquier método de calculo siempre y cuando las planillas de cálculo sigan un patrón uniforme, las cuales exige junto con las libretas de campo a fin de verificar todos los cálculos en su computador.

De todas las compañías contratadas se ha distinguido FOTOCA por sus procesos electrónicos que le han permitido no solo el cálculo del trabajo sino el control de su personal de topografía, mediante sus programas de selección de ángulos que detecta los errores cometidos en campo, por centrado de aparato, puntería, refracción y reververación.

En el cálculo de áreas esta compañía se ha distinguido por la introducción del sistema de integración analógica, por pesada en báscula electrónica de las áreas por determinar, método comparable en sus resultados con el del cordinatógrafo electrónico, con la ventaja que es comparable en cualquier momento y con un costo inferior al del coordinatógrafo electrónico.

Cartografía

La cartografía general según normas nacionales, se dibuja sobre cuadrícula de proyección transversal de Mercator como no es posible que las ligas al sistema cartográfico nacional se verifiquen previamente, se permite que la cartografía urbana manzanera se presente sobre proyección ortogonal orientada según el meridiano local.

Para el catastro rural se adoptó el sistema de ortofotomapas porque la riqueza de detalles que proporciona es muy superior a cualquier carta convencional y porque es un sistema que autodetecta errores de restitución y enlace, lo cual hace su verificación de precisión sencillísima. En base al ortofotomapa se calca una cartografía convencional para indicar los parcelamientos, sus áreas, su clave de identificación y los parámetros de avalúo por su productividad potencial y los factores de comercialidad que tengan por su proximidad a centros urbanos, de consumo, de distribución y a vías de comunicación, anotándole sus índices de humedad y fertilidad y conservación del suelo, detectadas en el vuelo infrarrojo de color. Aclaramos que actualmente está en estudio la cuantificación de los infinitésimos correspondientes para llegar a la valorización equitativa de los predios rústicos.

En la valuación urbana se emplea la tabla de valores unitarios aprobados para la tierra, y para las construcciones los valores unitarios de los distintos tipos afectados por coeficientes de edad, uso, conservación.

La verificación de estos avalúos se hace en función del sistema de infinitésimos del censo de elementos de construcción de los inmuebles, sobre el costo de reposición afectado de los mismos coeficientes de edad, uso y conservación.

Actualmente todavía no se ha desarrollado una técnica de ortofoto para la cartografía urbana por lo que se siguen empleando los métodos fotogramétricos tradicionales. Para evitar los errores de cálculo se restituye sobre material scribing a la escala de 1 a 500 con lo que se logra una precisión media de $\pm$ 5 a $\pm$ 10 cms. en cualquier medida y un error de áreas hasta de 2% en áreas inferiores a 100 m^2, e inferior a 0.5% en áreas superiores a 1000 m^2. Se supervisa y controla la precisión por el método de pentápodos (calibrador hecho con material indeformable, con las medidas de los frentes de los predios). La cartografía escala 500 reducida fotograficamente a 2000 produce un plano urbanístico con toda la riqueza de detalles del plano catastral.

Un catastro no sería operante si no fuera base de una política fiscal equitativa.

Si se tiene una cartografía confiable, una valuación sobre bases técnicas con uniformidad característica y el mínimo de subjetividad, y una clave de identificación agil, si se trata de imponer sin un estudio de las condiciones político socio económicas de una región, esta condenado al fracaso. En nuestro país se han tenido que desarrollar programas de computación basados en valuaciones anteriores y la valuación realizada para que por medio de un análisis matemático estadístico, de dispersión cuadrática, trazar la curva que nos permita fijar la tasa impositiva más conveniente para el causante.

En base a estos estudios se ha podido bajar las tasas e incrementar la recaudación hasta cinco (5) tantos sin levantar oposición e inconformidades en los causantes.

Más importante que hacer un catastro es conservarlo.

Se ha desarrollado un sistema de actualización que junto con el control de pagos, recargos y rezagos, simultaneamente actualiza y detecta cualquier anomalía que afecte la buena marcha del Catastro.

SG/cdet VIII-31-1972

EXPERIENCIA SOBRE CATASTRO RURAL EN LA REPUBLICA DE PANAMA

Abel A. Pérez D.*
Alberto Taylor R.*

A. Objetivos

Dentro de todas las operaciones que intervienen en el levantamiento de un Catastro Rural Planificado, la operación de identificación de predios y tenencia de la tierra provee al proyecto de la unidad básica de referencia: el predio rural.

A esta unidad habrán de referirse a fin de cuentas, todas las informaciones recabadas por las demás operaciones, para lograr un avalúo equitativo de cada propiedad.

Esta etapa del Catastro Rural que consiste en delimitar cada una de las fincas rurales, tiene como objetivos primordiales:

1. Determinar la localización, forma y superficie de cada uno de los predios rurales.

2. Conocer el tiempo de ocupación, tenencia, mejoras y otras informaciones adicionales.

3. Proporcionar las bases para el avalúo de las tierras rurales y sus mejoras.

El desarrollo de esta operación significa el primer esfuerzo realizado en Panamá para inventariar, ordenar y clasificar según tenencia, las tierras que componen el sector rural, trayendo como consecuencia gran cantidad de material gráfico (presentado en forma de mapas catastrales) y de informaciones de gran valor sobre la tierra y sus ocupantes.

B. Area del Proyecto

El área del proyecto incluyó el territorio nacional comprendido al Sur de la Cordillera Central desde la frontera con Costa Rica hasta el Corregimiento de Chinina, en el Distrito de Chepo. Además incluye toda el área metropolitana de las ciudades de Panamá y Colón.

---

* Participantes al Seminario Regional de Catastro Rural.

Se estima que esta área contiene más del 90% de los establecimientos agropecuarios del país y un porcentaje igual de la población total. Es por ésto, por lo que se le dió prioridad en este primer programa, dejando las provincias de Bocas del Toro, Darién y demás zonas, para ser trabajadas posteriormente.

Se utilizaron 4.000 fotos 1:10.000 para cubrir el área del proyecto. Un dato interesante es el de que cada foto cubre 1.600 hectáreas y el área total del proyecto es de aproximadamente 4.000.000 hectáreas.

C. Organización del Personal

Para poder realizar una labor de tal magnitud, se requirió la integración de dos equipos: uno de oficina y otro de campo, con suficiente adiestramiento en trabajos de cartografía e interpretación de fotografías aéreas. Además, fue necesario establecer un método adecuado de trabajo que se ajustara a la realidad existente y dotar al personal de todas las facilidades y equipos necesarios.

D. Material Básico

El material básico de que se vale la operación de predios y tenencia es el siguiente:

1. Fotografías aéreas a escala 1:10.000.

2. Fotografías aéreas a escala 1:16.000.

Para la operación de identificación de predios, la escala 1:10.000 (1 cm = 100 metros y 1 cm^2 = 1 Ha.), resulta adecuada. Sin embargo, debe tomarse en cuenta que su negativo original está a la escala 1:16.000 y que las fotos 1:10.000 que se emplean son aplicaciones de aquellas.

Como el tamaño de 40 x 40 cms., que tiene la foto ampliada no permite la estereovisión con estereoscopios de bolsillo, la identificación del predio se complementa con el uso de las fotos a escala original o sea 1:16.000 la cual sí permite tal estereovisión.

Con el fin de asegurar la estereovisión y una completa cobertura de un área, las fotos se traslapan. Un traslapo normal toma el 60% del área cubierta de una foto a otra. Para llevar a cabo la identificación de predios, el catastro rural consideró económicamente ventajoso la ampliación de las fotos en orden alterno. Así se han ampliado las fotos pares o las impares de una línea de vuelo según el caso, que en este orden alterno producen un traslapo aproximado de 20%.

E. Procedimiento General para el Inventario Rural

1. Suministro de material básico. El personal de oficina a través de su sección de archivos, se encargó de: proveer al personal de campo de los materiales y equipo que requiere la investigación; controlar los documentos ya trabajados y que son recibidos del campo periódicamente; distribuir este material entre los diferentes grupos que procesan la información; mantener un archivo ordenado de todos los documentos ya procesados y atender todas las solicitudes que formulen tanto las demás operaciones catastrales, como otras agencias del Estado.

A medida que los archiveros obtenían las fotos del Departamento de Cartografía del Catastro, procedían a confeccionar los Mapas Indices, utilizando para ello los mapas censales de 1960, por distrito, preparados por la Dirección de Estadística y Censo de la Contraloría General.

En estos mapas se marcó el centro de cada foto y la dirección de las líneas de vuelo.

2. Trabajos de campo. Tan pronto se confeccionaban los mapas índices, se ordenaba el material por distrito y se enviaba al personal de campo.

Fueron responsabilidades del personal de campo:

a. Demarcar los linderos de los predios en las fotografías aéreas 1:10.000, efectuando para ésto un recorrido de los mismos, en compañía del usuario o de alguna persona conocedora del lugar.

b. Consignar en el formulario No. 1, informaciones sobre el usuario y la tierra que ocupa (Nombre, cédula, años de ocupación, tipo de tenencia, hectareaje, etc.)

c. Llenar el formulario No. 2 relacionado con las mejoras incluídas dentro de cada predio (vivienda, galeras, graneros, canales de riego, pozos, electricidad, etc.)

d. En el formulario No. 1-A, tomar informaciones sobre la ayuda recibida por el usuario de otras instituciones (IFE, Ministerio de Agricultura, etc.).

e. Verificar los límites político-administrativos demarcados en los mapas censales de 1960.

El orden que se siguió en los trabajos de campo, fue impuesto por la disponibilidad de fotografías aéreas de difícil acceso durante la estación seca, dejando las más fáciles para la estación lluviosa.

Aunque la unidad política básica de la operación de predios y tenencia es el distrito, el personal de campo organizó su trabajo por corregimientos debido a razones de control y supervisión. Además, los límites de los corregimientos fueron tan cuidadosamente verificados como los de distrito.

También se indicaron en el campo detalles tan importantes como ríos, quebradas y los caminos de acceso al predio, según su importancia y materiales de construcción.

3. Cálculo de áreas. A pesar de que los registradores en el campo determinaban aproximadamente el área de cada predio por medio de plantillas cuadriculadas, en la oficina se procedió a medir las áreas usando el planímetro.

Con este instrumento, el grupo de calculistas obtuvo mediciones más precisas, las cuales llegaron hasta una precisión de décimos de hectárea.

Cabe advertir que el hecho de usar fotografías altemas y no rectificadas produce un desplazamiento que impide una medición exacta; pero esta ligera diferencia no afectó seriamente los propósitos del programa.

4. Dibujo de mapas catastrales. A medida que los predios de cada foto eran planimetreados, los dibujantes procedían a calcar todos los detalles indicados por el personal de campo en la fotografía. En esta forma, los mapas catastrales quedaron igualmente, a escala 1:10.000.

F. Metodología para la Demarcación de Predios

Generalidades.

Para los efectos de este programa, entiéndese por predio toda porción de terreno que está bajo un mismo régimen de tenencia, a cargo de una misma persona natural o jurídica y que está ubicada, según la legislación vigente, dentro del área rural de un mismo distrito.

Con base en esta definición, se consideraron como dos o más predios diferentes los casos en que: (a) un solo globo de tierra estaba integrado por porciones de diferentes regímenes de tenencia, aunque estuviesen a cargo de un mismo usuario. (b) Siendo del mismo usuario, estaban separados físicamente por predios de otros usuarios. Es decir, no formaban un solo globo de terreno. (c) El terreno estaba constituído por un solo globo pero era atravesado por un límite de distrito. En estos casos, cada porción constituyó un predio diferente en cada uno de los distritos. En cambio, se consideraron como un solo predio, los siguientes casos:

a. Porciones de terreno divididas por una carretera o camino.

b. Porciones de terreno divididas por un río o quebrada.

c. Porciones de terreno divididas por un límite de corregimiento.

Cabe advertir que se excluyeron de este programa, los predios incluídos en las áreas urbanas (lugares poblados con más de 150 habitantes según legislación vigente) y aquellos que, sin estar ubicados en áreas urbanas, formaban núcleos para fines residenciales.

Demarcación de los predios en las fotos.

1. Trazado de linderos. El registrador en su recorrido, visitó todos los predios que aparecían dentro de la foto que se le había asignado y demarcó en ella, el perímetro de cada uno según tamaño y forma en que estaban las cercas o, en su defecto, tal como le indicaba el informante.

Para definir claramente los límites del predio, se procedió a recorrer sus linderos y a demarcarlos con un lápiz rojo en la fotografía a escala 1:10.000. Las fotos 1:16.000 solo se usaron como referencia y para obtener la visión estereoscópica.

Los predios demarcados cierran en todos sus lados. La única excepción aceptable para no cerrar un predio en todos sus lados fue en la línea de traslape, siempre que se tratara de un predio muy extenso. En este caso se indicó con una flecha que el predio continuaba en otra foto. Si el predio se extendía a través de una carretera (la Panamericana, por ejemplo), se cerró a ambos lados de la carretera, formando así dos porciones separadas con el mismo número de identificación. Esto nos indica que se trataba de una sola finca dividida por una carretera.

En cambio, cuando un río ó quebrada dividía un globo de terreno, los linderos se trazaron a través de éstos, formando así una sola porción y por ende, un solo predio.

El registrador tenía instrucciones precisas y terminantes de que no debía quedar un solo pedazo de tierra sin ser demarcado en la foto. Esto significaba que incluso debían aparecer como predios las tierras nacionales o municipales, aunque estas fuesen manglares, selvas, pantanos o cualquier porción aislada no destinada a labores agropecuarias.

G. Estudio de Ejidos

El hecho de que se haya emprendido en esta ocasión un programa de Catastro Rural, obliga a una separación entre el área que por naturaleza debe cubrir, del concepto opuesto: lo urbano.

1. Objetivos. Para lograr tal separación siguiendo criterios técnicos y legales, el Catastro Rural formó una pequeña sección que, dentro de la operación de predios y tenencia y trabajando en coordinación con los municipios, definió las tierras bajo responsabilidad de la reforma agraria de las tierras bajo el control municipal.

Otros objetivos que persiguió el programa de demarcación de ejidos son los siguientes:

a. Hacer valer el derecho de los municipios de regir sobre sus asuntos.

b. Facilitar la tramitación de los títulos sobre la tierra.

c. Diferenciar lo urbano de lo rural para toda consideración legal.

d. Facilitar los estudios de los servicios públicos.

e. Facilitar la publicación de datos estadísticos.

2. Criterios.

a. Población: se estudiaron los ejidos de aquellos establecimientos humanos que, a la fecha, contaban con 150 habitantes y más. Este dato podía referirse al último censo o a una proyección de la población a la fecha del estudio.

b. Area: se consideró una hectárea por cada 10 habitantes.

c. Expansión futura: se tomó en cuenta la tendencia de crecimiento del poblado según vías de acceso, accidentes físicos, proyectos de parcelaciones, establecimientos de nuevas industrias, etc.

d. Interés municipal: se incluyeron aquellas áreas en las que el municipio, por diversas razones, tenía un interés especial.

e. Area poblada: Hasta donde fue posible, se trató de incluir todas las casas cuyos moradores dijeron pertenecer a esa población.

f. Uso de la tierra: se evitó al máximo incluir dentro del ejido, predios dedicados a actividades agropecuarias con el fin de separar estas tierras de las que eran objeto del Catastro Rural.

3. Procedimiento para el estudio. El Catastro Rural juzga que el límite de ejidos es la línea que define convenientemente las tierras que ha de manejar la reforma agraria de las que ha de regular y controlar el municipio. Este límite le da al municipio una extensión conveniente para su futura expansión y permite a la reforma agraria un programa de mayor permanencia.

Aunque el programa de Catastro Rural realizó el estudio de ejidos de todas las ciudades y poblaciones dentro del área del proyecto, la mayoría de ellas se encuentran aun pendientes de monumentación y legalización. Por tanto, este programa se continúa en la actualidad, a medida que los municipios van manifestando su interés en continuar los trámites del caso.

Así pues, el procedimiento que se describe a continuación corresponde únicamente al estudio de los ejidos; excluyendo las fases de su legalización:

a. Recolección de informaciones (datos de población a 1960 o su proyección a la fecha del estudio, proyectos de parcelaciones, planos de los viejos ejidos aun vigentes, etc.)

b. Obtención del material básico (fotografías áreas 1:10.000 y 1:16.000).

c. Estudio y demarcación preliminar en las fotos, de los nuevos ejidos según los criterios antes mencionados.

d. Reunión con las autoridades municipales para discutir el estudio preliminar y efectuar modificaciones según sus intereses.

e. Identificación en el campo de los puntos seleccionados para los nuevos ejidos a fin de guiar a los agrimensores en la monumentación.

f. Presupuesto de los trabajos de monumentación y confección del plano definitivo de los nuevos ejidos.

Este presupuesto sólo se refiere a los gastos de viáticos, trasporte y materiales los cuales deben ser cubiertos por el municipio. Según leyes vigentes, el Estado sólo contribuye con el personal técnico y el equipo necesario.

g. Ejecución de los trabajos de agrimensura.

h. Envío al municipio de una copia del plano final debidamente aprobado y de todos los documentos que le han de servir para continuar la tramitación legal de los nuevos ejidos.

Las etapas descritas en los puntos d., f. y g. se llevan a cabo después de ser aprobados por el respectivo concejo, mediante acuerdos municipales, copias de los cuales son enviadas a la Oficina de Catastro Rural.

H. Avalúo de las Propiedades Rurales

Es al componente de Avalúo a quien corresponde recoger toda la información obtenida por los otros componentes y traducirla en términos de valores, que representen el valor real de cada propiedad y para cada caso en particular.

Para la realización del avalúo rural se utilizaron tablas de valores que se confeccionaron después de realizar investigaciones para obtener informes registrados sobre las propiedades tituladas, incluyendo precios de venta, información sobre la venta, número de hectáreas y las condiciones que afectan los precios de venta, lo cual incluye:

a. Entrevistar a dueños de propiedades para verificar los informes de ventas registradas, determinando la opinión de los mismos en cuanto a los precios vigentes del mercado, obteniendo información pertinente al rendimiento del suelo, costo de producción y venta en el mercado.

b. Entrevistar numerosos propietarios para obtener información pertinente al rendimiento del suelo y el costo de producción y venta en el mercado.

c. Entrevistar a los Directores Provinciales de Reforma Agraria para obtener información relacionada al rendimiento productivo del suelo, precios de mercado y costo promedio de venta y producción de la variedad de semillas que se cultivan en sus distritos. También obtener su opinión sobre tendencias de precios y avalúos dentro del distrito.

d. Entrevistar agentes de préstamos agropecuarios de por lo menos unos de los principales bancos de cada área, para obtener información pertinente a ratas de interés, variaciones en los avalúos realizados por ellos en sus actividades de préstamo y otra información valiosa relativa a valores específicos y tendencias de avalúo en el área.

e. Obtener información del Instituto de Fomento Económico sobre el rendimiento del suelo y costo de producción de varias áreas, para complementar los informes recogidos de nuestras propias investigaciones.

f. Hacer numerosos viajes al campo para registrar descripciones físicas de todos los tipos de edificios para los cuales se requerían avalúos y desarrollar las especificaciones de edificios para cada tipo general de estructuras.

g. Entrevistar contratistas y otras fuentes de información de costos de construcción para obtener el precio de los varios tipos de estructuras en el lugar, lo mismo que el costo de componentes individuales de construcción. Las fuentes de las cuales se obtuvo dicha información fueron: en la Provincia de Panamá, el Instituto de Vivienda y Urbanismo, la Sociedad Panameña de Ingenieros y Arquitectos y 11 contratistas y establecimientos de materiales de construcción; tres en la Provincia de Chiriquí y un promedio de dos, en cada una de las demás provincias dentro del área de estudio.

h. Confeccionar tablas tentativas de costos aplicándolas aproximadamente a 400 edificios de costo conocido, valor de venta conocido, o ambos, para

probar su exactitud y obtener datos relativos a la pérdida del valor debido a la depreciación física causada por la edad y el mantenimiento defectuoso.

i. Desarrollar normas y procedimientos de avalúos de tierras y edificios a través de extensas tabulaciones y a través de análisis de todos los datos arriba mencionados.

Una vez desarrolladas las tablas de costos bases de reemplazo de los diferentes tipos de estructuras, y a las tablas de valores de tierras basadas en los resultados obtenidos de las investigaciones de valores del mercado se realizó el siguiente proceso para la aplicación de las mismas.

a. Demarcación de líneas de clasificación de capacidad del suelo y los números que designan la clase de capacidad del suelo en fotos 1:10.000.

b. Medición del número de hectáreas de cada clasificación de capacidad del suelo de las propiedades individuales, y registro de las mismas en el mapa catastral.

c. Cálculo del valor de cada parcela de tierra, de acuerdo con las áreas indicadas en el Mapa Catastral y los valores por hectáreas, indicados en las normas de avalúo rural.

d. Calcular el valor de cada estructura permanente, de acuerdo con el costo aplicable del edificio, y las tablas de depreciación de las normas de avalúo rural.

e. Totalizar valores, por la revisión en el campo de muestras representativas de avalúos terminados, para comprobar que dichos avalúos eran reales, disminuyendo así la posibilidad de un error sin descubrir y haciendo ajustes en caso necesario, para asegurar que las evaluaciones representarán los precios vigentes del mercado.

Para evaluar la tierra se utilizó como indicadores de sus valores catastrales la accesibilidad y la capacidad agrológica. El avalúo de las mejoras existentes se calculó de acuerdo con el material predominante y la edad de la estructura, y está basado en la aplicación de tablas de valores diseñados para tal fin.

I. Procesamiento de la Información Catastral

Resulta innegable el valor que los datos recabados por el Catastro Rural tiene para el ordenamiento, distribución y valuación de tierras. En lo que respecta a las informaciones

sobre el hombre de campo, el predio que trabaja y el justo valor de ese predio, éstas representan la piedra angular para la solución de los múltiples problemas que actualmente afronta el campesino.

La investigación del binomio hombre-tierra efectuada por el Catastro Rural sobrepasa los límites de lo técnico, para repercutir directamente en el campo de lo legal y de lo administrativo.

En efecto, la aplicación de sus resultados requiere no sólo un cambio en los métodos técnicos tradicionales, sino que obliga a una revisión de las leyes que rigen la materia y a una reestructuración de aquellas oficinas que intervienen en la distribución, titulación, tributación y avalúo de las tierras rurales.

Conscientes de este hecho, los planificadores del proyecto consideraron desde su inicio, la necesidad de ordenar toda la información recogida en el campo mediante tabulados especiales que cumplieran diferentes propósitos. Fue así como, llegado el momento oportuno, se estableció la Sección de Procesamiento de la Información a la cual, bajo la operación de tenencia de la tierra, predios y ejidos, se le encomendaron las funciones específicas de investigar, ordenar, analizar, codificar y tabular la información catastral.

Aunque los listados finales se presentan en forma simple y de fácil interpretación, cada uno de los datos que en él aparecen fueron objeto de cuidadoso estudio.

Este proceso significó:

a. La selección de las informaciones a tabular.

b. Establecimiento de códigos adecuados.

c. Diseño de tarjetas y formularios.

d. Formación de un grupo con personal experimentado.

e. Coordinación de esfuerzos con otras oficinas vinculadas al manejo de tierras.

Siguiendo la práctica de someter a prueba cada una de las etapas programadas por el Catastro Rural, la sección de procesamiento de la información inició sus labores realizando un ensayo en un distrito piloto cuyos resultados sirvieron de base para introducir las modificaciones del caso en los planes originales y así lograr el procedimiento definitivo que se llevó a cabo con la colaboración efectiva de diferentes agencias del Estado.

La función de ordenar y procesar la información catastral requiere la ejecución de una serie de actividades, las cuales deben ser cumplidas sistemáticamente y en forma

coordinada. Su eficaz realización depende de factores de diferente índole, entre los cuales se mencionan: la calidad del material básico; el grado de precisión de los trabajos de campo que ejecuta la operación de tenencia de la tierra, predios y ejidos; la habilidad y experiencia del personal y la participación directa de otras oficinas del Estado.

Las actividades a desarrollar se pueden desglosar en cuatro fases esenciales:

a. Investigación.

b. Análisis.

c. Codificación.

d. Procesamiento mecánico.

La fase de investigación comprende búsqueda de materiales e informaciones existentes en otras oficinas que puedan servir de control y como base de referencia para constatar la veracidad de los datos recabados por el Catastro Rural, a través de la operación de tenencia de la tierra, predios y ejidos (fuente primordial: el registro de la propiedad).

La fase de análisis es la más compleja y se refiere a la localización y cotejo de las fincas o predios titulados con el material obtenido en otras oficinas, la determinación de discrepancias y la explicación hasta donde ello es posible de tales discrepancias.

La codificación recoge los datos en formularios especiales, con el fin de traducirlos al lenguaje apropiado para las máquinas procesadoras IBM.

El procesamiento mecánico, realizado parcialmente por el Catastro Rural, se ejecutó en el departamento de procesamiento automático de datos del Ministerio de Hacienda y Tesoro, mediante acuerdo previo entre el Catastro Rural y ese Ministerio, con el fin de producir datos ordenados sobre un tema en el que mantienen intereses comunes.

J. Notificaciones

El programa de notificaciones rurales estuvo a cargo de un grupo de funcionarios del Departamento de Avalúo, debidamente adiestrados en el registro y avalúo de propiedades rurales, los cuales se instalaron por un período de dos a cuatro semanas en la Alcaldía de cada Distrito a notificar. Durante ese tiempo se atendió a todos los propietarios o usuarios que tenían tierras en el distrito y que se apersonaron a la Alcaldía, con el fin de notificarse de los valores asignados a sus fincas o posesiones. También se atendieron todas las reconsideraciones o correcciones que se presentaron, y durante los últimos cinco días hábiles se fijaron los listados con los nuevos valores catastrales, tal como lo establece la ley.

El gobierno de mi país cuenta actualmente con los avalúos catastrales de predios y fincas ubicados en las áreas más desarrolladas de la República de Panamá, donde como se deja dicho, se encuentran ubicadas más del 90% de las explotaciones agropecuarias.

De este total de 105.000 predios y fincas notificados, se recibieron 124 reconsideraciones, que representan el uno por mil lo que deja ver claramente, la aceptación de los nuevos valores catastrales de parte de los propietarios y usuarios.

K. Conservación Catastral

La Dirección de Catastro Fiscal completó el Catastro Rural en el área del Proyecto y está desarrollando en forma acelerada, el Catastro Urbano en los principales centros urbanos del país.

Sin embargo, cada día ocurren cambios en los inmuebles con motivo de: cambio de propietario, segregaciones, fusiones, mejoras, demoliciones, que deben ser captados, registrados y evaluados con el fin de mantener actualizadas las informaciones catastrales y para ofrecer valores ajustados a los cambios ocurridos.

1. Funciones. Simultáneamente con el Avalúo General, debe procederse a organizar y coordinar su conservación para evitar que, al perder actualidad, se pierdan también los dineros y esfuerzos invertidos. En el caso de Panamá, desde el año 1970 se organizó, dentro del departamento de inventario una pequeña sección de conservación catastral, con las siguientes responsabilidades:

   a. Establecer contacto y recibir informaciones del Registro Público de la Propiedad, Ingeniería Municipal, Oficina de Seguridad, Comisión de Reforma Agraria y otras agencias, para registrar y localizar los cambios en los inmuebles.

   b. Comprobar en el terreno los cambios detectados.

   c. Modificar los registros, mapas y planos catastrales, según los cambios comprobados en el campo.

En el sector rural están pendientes de cumplimiento las fases siguientes:

   a. Fijación de nuevos valores a los inmuebles afectados.

   b. Notificación de los nuevos valores a los contribuyentes.

   c. Comunicación de los cambios de valores a la Dirección General de Ingresos.

2. Procedimiento. Los pasos que se siguen en el proceso de conservación catastral son similares a los del avalúo general descritos en capítulos anteriores. Esto tiene que ser así, para poder uniformar los criterios técnicos y las normas empleadas en el avalúo general y los que se emplean en los avalúos específicos causados por los cambios que ocurren en los inmuebles.

A pesar de que ya está funcionando una sección encargada exclusivamente de atender la conservación de las informaciones, la Dirección de Catastro Fiscal ha iniciado los estudios tendientes a lograr procedimientos permanentes y una coordinación adecuada con la dirección general de ingresos y con las demás oficinas que intervienen en las operaciones inmobiliarias. Entre estos estudios vale mencionar:

a. Definir las funciones del catastro fiscal como única entidad, dentro del Ministerio responsable de la fijación de valores a los inmuebles. Sobre esta parte debe explicarse que, hasta la fecha, los valores son actualizados directamente por la dirección general de ingresos en base a los valores inscritos en el registro público de la propiedad.

b. Centralizar los archivos de todas las informaciones relacionadas con las fincas y posesiones. Esto es con el propósito de separar el archivo de informaciones catastrales de las relacionadas con el cálculo y procesamiento del impuesto.

c. Utilizar un número convencional entre todas las oficinas interesadas en el tema inmobiliario para identificar los inmuebles. Cabe decir que sobre ésto existen tres numeraciones diferentes:

-Registro de la propiedad: para inmuebles que gozan de plena propiedad, inscritos legalmente (Finca, Tomo, Folio).

-Dirección General de Ingresos: Número de orden que se les asigna a aquellos inmuebles que no han sido inscritos en el registro de la propiedad, pero que sus ocupantes han declarado su posesión ante el Ministerio de Hacienda y Tesoro.

-Dirección de catastro fiscal: numeración que asigna el catastro a todas las fincas y predios, según su ubicación geográfica.

d. Utilizar la información catastral como un instrumento básico para la localización de inmuebles y de contribuyentes para fines de recaudación. Sobre este tema, se han iniciado cursos de adiestramiento en una provincia, a manera de plan piloto, con la intención de extenderlos a las demás provincias del país, con el propósito de reducir la morosidad.

Al describir las funciones aun pendientes y los temas en estudio se ha pretendido dejar establecido que, en Panamá, la conservación catastral está en su etapa de iniciación. Sin embargo, la Dirección de Catastro Fiscal está tomando medidas aceleradas para completar su organización de tal manera que una vez terminado el Avalúo General, existan canales permanentes y adecuados para que la información catastral no pierda su vigencia.

L. Política Fiscal Rural

El tema de política fiscal rural se está estudiando con base en el siguiente principio general:

La política fiscal debe considerar principalmente que el resultado de su acción produzca incrementos en las inversiones del sector privado, aumente el nivel económico del sector público, y que la combinación del logro de ambas metas represente un incremento neto en la economía nacional.

Por tanto, la política fiscal del sector rural, parte integral de la política fiscal general del país, debe ser un instrumento de acción de la política agraria nacional para evitar que el desarrollo de la producción del sector agropecuario quede frustrada por acciones fiscales desmedidas y arbitrarias.

A fin de lograr la determinación de una política fiscal justa y equitativa que represente beneficios netos a la economía del país, esta dirección está realizando los estudios e investigaciones necesarias para llegar a establecer de manera concisa y objetiva, cuáles son las diferentes alternativas o caminos de acción que se pueden seguir en la implantación de los nuevos valores de inmuebles rurales al sistema tributario nacional, para luego, una vez escuchado a los representantes de las partes interesadas, el Ministerio proceda a tomar la decisión final sobre el método y la forma en que se han de convertir los nuevos valores catastrales en valores impositivos.

M. Comentarios

Toda información recabada en campo y plasmada en los mapas catastrales rurales, ha sido utilizada para el cálculo de valores tanto de la tierra, como de las estructuras y otras mejoras. El abundante material informativo que sobre el sector rural se mantiene, es de gran utilidad y en muchas ocasiones indispensable en el desarrollo de las actividades de otras instituciones gubernamentales.

La unidad de este material incluye informaciones que por vez primera se obtienen en nuestro país. Así tenemos que:

1. El inventario revela la dimensión real y la estructura de la tenencia de la tierra.

2. La elaboración de mapas catastrales ubica geográfica y políticamente, cada uno de los predios rurales y da una idea clara y de conjunto, de su superficie, colindantes y accesibilidad.

3. Las investigaciones de campo permiten conocer con exactitud la ubicación y dimensión de la tierra estatal baldías.

4. Mediante una elaboración adecuada de listados, suministra el número y nombre de los usuarios sin tierra propia.

5. Pone en evidencia los predios titulados cuyas formas y dimensiones reales, no se ajustan a las inscripciones del registro de la propiedad.

6. Con una legislación apropiada en base a la información obtenida a través del proyecto, se logrará un sistema de impuestos justo sobre la tierra rural.

7. Pone a disposición de otras oficinas, empresas y público en general, su material básico constituído por fotografías aéreas recientes, las cuales forman una colección de gran utilidad para múltiples propósitos.

8. Los mapas catastrales facilitan el estudio de interrelaciones entre el predio como unidad primaria y los aspectos físicos y económicos.

9. Las informaciones recabadas significa un instrumento valioso para cotejar, revisar y completar los resultados de investigaciones efectuadas por otras oficinas.

10. Abre ante las agencias encargadas, una nueva y amplia posibilidad para agilizar la titulación de tierra y sienta las bases para un Catastro Legal.

11. El adiestramiento y los trabajos de campo dejan al país un grupo de técnicos en la fotointerpretación y el dibujo, con un conocimiento completo de las diferentes regiones del país.

12. Las nuevas técnicas empleadas ponen de manifiesto una serie de fallas en la organización y método de otras oficinas relacionadas con el manejo y titulación de tierras, lo cual puede ser mejorado substancialmente mediante el aprovechamiento de las experiencias adquiridas en el curso de las actividades catastrales.

El dinamismo que acusa en Panamá el fenómeno de la ocupación de la tierra rural y el programa acelerado de titulación en que está empeñada la reforma agraria, promueven la recomendación de una oficina permanente de Catastro Rural con miras a mantenerse actualizados los mapas e informaciones resultantes de esta operación.

RECOMENDACIONES

1. El programa de catastro debe ser permanente en sus componentes de: inventario de predios, tenencia de la tierra, avalúo y recursos humanos.

2. Se deben intensificar los estudios socioeconómicos de las áreas rurales, pues el hombre del campo es el que tiene a su cargo la modificación del paisaje rural, mediante el mejoramiento de su standard de vida en base a un mejor aprovechamiento de la tierra que trabaja.

3. Es de justicia reconocer la labor realizada por el catastro por cuanto permite un mejor conocimiento de la estructura agraria de los países.

4. En futuros seminarios debe dársele énfasis al factor humano, el hombre frente a la tierra.

5. Debe iniciarse una campaña encaminada a lograr el patrocinio y creación de becas para especialización y perfeccionamiento de personal dedicado a las diferentes ramas.

6. El Estado debe asegurar los fondos que garanticen la estabilidad del catastro rural y la continuación de los programas actualmente en desarrollo.

7. El catastro deberá mantener una adecuada coordinación con todos los organismos nacionales, oficiales y particulares de manera tal, que pueda lograrse el intercambio de la mayor cantidad de información posible, en función de los estudios que realiza cada uno.

8. Un factor importante para la amplia utilización de la información catastral, es una divulgación bien orientada. Por tanto, se recomienda:

   a. Toda la información debe compilarse y publicarse en una serie de volúmenes que sean asequibles para el público, especialmente para el hombre del campo y útil para las Instituciones del Estado vinculadas al tema.

   b. Suministrar a otras dependencias del Estado mapas e informaciones recogidas en el campo que sean de interés para elaborar programas de desarrollo; dictar charlas sobre tópicos específicos a funcionarios de las agencias del gobierno, que así lo soliciten.

   c. Realizar seminarios a nivel nacional y divulgar ampliamente la información que se tiene, tanto para el sector público como para el sector privado, por ejemplo: ganaderos, agricultores, economistas, para que éstos se formen en un concepto del mejor uso de la tierra y sus recursos.

d. Interesar a los bancos y a la empresa privada para el uso de la información del catastro.

9. La información recogida por el catastro compromete definitivamente a la administración pública, a realizar cambios estructurales en aquellas oficinas directamente afectadas por esta información. Entre otras se pueden mencionar: el Registro de la Propiedad, las Notarías y los Municipios.

10. El Catastro debe establecer todos los controles posibles para mantener las informaciones actualizadas.

11. La labor del Catastro se ve limitada, si no se pone en marcha un programa coordinado de:

Titulación.....	Reforma Agraria
Créditos	Organismos de Fomento Económico.
Asistencia Técnica..	Ministerio de Agricultura y Ganadería.

12. Es de imperativa urgencia y de amplia necesidad la realización de futuros seminarios regionales sobre el tema.

ALGUNAS NOTAS INTERESANTES

1. Valores Catastrales Promedios por Hectáreas de las siguientes Provincias.

Provincia	Valor promedio/Hectáreas
Chiriquí	70
Coclé	55
Colón	50
Herrera	75
Los Santos	75
Panamá	60
Veraguas	49

2. El 95% de los propietarios o usuarios de inmuebles rurales están tributando a base de un valor catastral mínimo de B.30.00 por hectárea.

   Actualmente el sector rural contribuye con menos del 5% del impuesto inmobiliario nacional, es decir, que el gobierno recibe un promedio de B.0.10 por hectárea por año de las áreas comprendidas por las fincas y predios de todo el país.

3. Cada foto cubre 1.600 hectáreas, pero sólo se utiliza el 60%, ya que el resto es de traslapo. Se cubren en cada foto 960 hectáreas.

4. El promedio de predios que tiene cada foto es de 30.

5. Cada registrador investiga un promedio de ocho predios diarios.

6. El promedio de fotos trabajadas cada mes es de 80, luego el registro mensual de predios es de 2.400.

7. Se preparan 80 mapas catastrales cada mes.

8. De las 260.000 fincas que se calcula tiene el país, sólo 90.000 tienen título o sea el 35%. En cuanto a los predios rurales de las 105.000 que se ha estimado en este proyecto, sólo hay unos 21.000 titulados o sea el 20%.

SG/cjr VIII-30-1972

CATASTRO RURAL DEL PERU

Ministerio de Agricultura*

A. Concepto y Finalidad

El catastro rural peruano, tiene por objeto el levantamiento del inventario físico de la propiedad rural del país para facilitar la recaudación del impuesto a la propiedad rural, determinar la forma de tenencia de la tierra, establecer un régimen adecuado de distribución de las aguas de regadío y posibilitar los estudios inherentes al establecimiento de la estadística agraria. En consecuencia, el citado levantamiento catastral tiene una orientación eminentemente fiscal.

B. Antecedentes

Hasta fines del año 1968, el levantamiento del catastro rural estuvo encomendado a diferentes entidades estatales, cada una de las cuales utilizaba procedimientos particulares con el fin de satisfacer sus necesidades específicas.

Por Decreto-Ley No. 17371 de 14 de enero de 1969 todas las oficinas de catastro fueron centralizadas constituyéndose en un solo organismo estatal (Servicio de Catastro Rural) al cual se le asignaron las siguientes funciones:

- Establecer las normas y especificaciones técnicas del catastro rural
- recopilar, ordenar y calificar los catastros rurales existentes
- levantar el catastro rural del país
- actualizar y distribuir permanentemente los registros catastrales

El mencionado dispositivo legal, en su artículo 3o. establece que "EL CATASTRO RURAL A QUE SE REFIERE EL PRESENTE DECRETO-LEY, NO ESTABLECE NI MODIFICA EL DERECHO DE PROPIEDAD", asignándole consecuentemente un carácter FISCAL y no jurídico.

* Dirección General de Reforma Agraria y Asentamiento Rural. Lima, Perú, Julio 1972.

A partir de la dación del Decreto-Ley No. 17716 de Reforma Agraria de 24 de junio de 1969, la Dirección de Catastro Rural, dependiente desde su creación de la Dirección General de Aguas, Irrigación y Catastro, pasó a formar parte de la Dirección General de Reforma Agraria y Asentamiento Rural. Es a partir de esta fecha que el levantamiento del catastro rural recibe un verdadero impulso, dotando a la Dirección de Catastro de todos los medios necesarios para el mejor cumplimiento de las funciones que le fueron asignadas.

C. Normas y Especificaciones Técnicas

El manual de NORMAS Y ESPECIFICACIONES DE CATASTRO RURAL ha sido editado en octubre de 1971, contemplando fundamentalmente los siguientes aspectos:

- Disposiciones legales y administrativas
- organización y funciones de la Dirección de Catastro Rural
- normas y especificaciones técnicas de:
  - Cartografía catastral
  - Información catastral de campo
  - Procesamiento de datos catastrales
- distribución de la información catastral.

Las especificaciones técnicas han sido establecidas teniendo en cuenta las siguientes consideraciones:

a. Los planos catastrales deben apoyarse en levantamientos topográficos obtenidos por restitución fotogramétrica, de tal manera de obtener información tanto planimétrica como altimétrica.

b. Los planos topográficos estarán ligados a un sistema único de coordenadas (red geodésica nacional) y a un solo datum vertical (nivel medio del mar).

c. El catastro se representará gráficamente sobre planos fotogramétricos a escala 1:25.000 - 1:10.000 ó 1:5.000 de formato pre-establecido, salvo en las zonas de selva baja en las que se usarán foto-mosaicos.

d. Los linderos de las unidades catastrales se obtendrán por fotoidentificación.

e. La mensuración catastral tolerará discrepancias en la determinación de la superficie de las unidades catastrales en una magnitud no mayor de 5%.

f. La información catastral será registrada en cintas o discos y procesado electrónicamente.

g. Las NORMAS Y ESPECIFICACIONES TECNICAS relativas al MANTENIMIENTO DEL CATASTRO, se encuentran en fase experimental y serán publicadas en el trascurso del año 1973.

D. Fases del Levantamiento Catastral

El levantamiento del catastro implica desarrollar diversas actividades, las mismas que se realizan como se detalla a continuación:

1. Fase cartográfica.

   -Ejecución de los vuelos fotográficos

   -Establecimiento del control geodésico suplementario

   -Aerotriangulación espacial

   -Restitución estéreo-fotogramétrica

   -Dibujo

2. Fase catastral de campo.

   -Foto-identificación de los linderos

   -Empadronamiento de propietarios y conductores

   -Confección de los padrones de campo

3. Procesamiento de la información catastral.

   -Incorporación de los linderos a los planos fotogramétricos

   -Determinación y ajuste de áreas

   -Perforación y verificación

   -Procesamiento electrónico de datos

4. Distribución de la información catastral.

-Distribución entre los diferentes usuarios de acuerdo a cuadro pre-establecido.

E. Programa 1969 - 77

Se fijó en ocho años el plazo para levantar el inventario físico de la propiedad rural del Perú, de acuerdo con el siguiente detalle:

1969 - 1975 :	Regiones de Costa, Sierra y Ceja de Selva	62'000.000 has.
1976 - 1977 :	Selva Baja	66'000.000 has.

Por razones obvias, se asignó primera prioridad a las zonas declaradas de REFORMA AGRARIA y a los SECTORES DE CULTIVO INTENSIVO de Costa y Sierra.

En el citado lapso (1969-77) deberían inventariarse aproximadamente UN MILLON de unidades según dato establecido tomando como base el último censo peruano realizado en el año 1961 (851.957 unidades).

El levantamiento del catastro habrá de requerir paralelamente la realización de un esfuerzo cartográfico sin precedentes en la historia del Perú. Efectivamente, será necesario levantar 24'000.000 de hectáreas a escala 1:25.000 para completar 62'000.000 de hectáreas que es la superficie que abarca la Costa, Sierra y Ceja de Selva; será preciso además levantar 5'000.000 de hectáreas a escala 1:10.000 ó 1:5.000 para disponer de planos a escala grande sobre la totalidad del área dedicada a cultivo intensivo.

El área agrícola nacional ha sido estimada en 3'000.000 de hectáreas de cultivo intensivo y 28'000.000 de hectáreas de pastos naturales.

F. Información Cartográfica y Catastral Disponible a Junio de 1969

Los siguientes datos ilustran la información cartográfica y catastral disponible a la fecha de la dación del Decreto-Ley No. 17716 de REFORMA AGRARIA:

-Planos a 1:25.000	38'000.000 has.
-Planos a 1:10.000	302.300 has.

-Unidades registradas	30.956
-Porcentaje de unidades registradas.	3%

G. Avances de Julio de 1969 a Julio de 1972

En el lapso indicado se han logrado los siguientes avances:

-Planos a 1:25.000	12'266.000 has.
-Planos a 1:10.000 y/o 1:5.000	2'525.000 has.
-Unidades registradas	235.537
-Planos a 1:25.000 (acumulado)	50'266.000 has.
-Superficie por levantar a 1:25.000	11'734.000 has.
-Planos a 1:10.000 y/o 1:5.000 (acumulado)	2'827.300 has.
-Superficie por levantar	2'172.700 has.
-Porcentaje disponible a 1:25.000	81%
-Porcentaje disponible a 1:10.000 y/o 1:5.000	56%
-Porcentaje de unidades registradas	24%

H. Financiación y Costo

Se estimó en CUATROCIENTOS MILLONES DE SOLES la inversión total requerida para el levantamiento del Catastro Rural, a un costo unitario de S/.400.00 por predio sobre un total de 1'000.000 de predios.

A julio de 1972 el gasto asciende a la suma de S/. 152'500.000 que se descompone como sigue:

-Fuente de financiamiento TESORO PUBLICO	S/.	137'800.000
-Fuente de financiamiento BID		14'700.000
TOTAL :		152'500.000

El total de S/. 152'500.000 correspondiente a 235.537 unidades registradas, representa un costo unitario de S/. 650.00 (US$16.00).

Sin embargo, el costo antes citado es superior al costo real, por las siguientes razones:

a. Se ha incluído el gasto inicial de equipamiento.

b. El año 1969 fue destinado básicamente al entrenamiento del personal.

c. Se ha cargado la inversión correspondiente a los vuelos fotográficos y levantamiento de planos sobre áreas que no están consideradas en la superficie empadronada.

d. La aplicación de la Ley de Reforma Agraria ha exigido el levantamiento prioritario de latifundios obligando a la realización de diversas acciones locales.

e. La elevación de sueldos, salarios y gastos de viaje de conformidad con disposiciones del Supremo Gobierno.

Por las consideraciones antes expuestas es posible afirmar que el costo real unitario no supera la cifra inicial estimada (S/.400.00).

I. Beneficios Indirectos

El levantamiento del catastro rural, además de cumplir con sus finalidades específicas relacionadas con la recaudación del impuesto predial (Gobierno Central), trasformación de la tenencia de la tierra, distribución de las aguas de riego y establecimiento de la estadística agraria, ha producido y continúa produciendo positivos beneficios indirectos en otros sectores y actividades del país. Entre ellos se deben citar los siguientes:

a. El Archivo aerofotográfico nacional, dispone de información fotográfica actualizada de los sectores bajo cultivo, la misma que se utiliza permanentemente por los sectores público y privado.

b. El programa de levantamiento de la Carta Nacional a 1:100.000 ha recibido un visible impulso desde que su obtención es posible por simple reducción de la restitución a 1:25.000 utilizada en los sectores de pastos naturales.

c. Los planos levantados a 1:25.000 - 1:10.000 y 1:5.000 son de múltiple utilidad ya que, respetando las normas internacionales, contienen toda la información planimétrica necesaria para los diferentes tipos de estudios, tales como, inventario de recursos naturales, estudio preliminar de carreteras, estudios de expansión urbana, proyectos de irrigación, etc.

SG/cjr VIII-30-1972

LAS AYUDAS VISUALES DE EXHIBICION

Isabel Pinzón López

El comunicador debe buscar permanentemente la manera de llamar la atención del público hacia el mensaje que está interesado en trasmitir, de estimular el debate acerca de las nuevas ideas y de llevarlo a experimentar las nuevas técnicas para lograr cambios favorables en sus actitudes. Uno de los muchos medios de lograrlo es mediante la utilización de las ayudas visuales de exhibición bien concebidas y organizadas.

Como ayudas visuales de exhibición se consideran los CARTELES, LAS EXPOSICIONES, LOS PERIODICOS Y LOS NOTICIEROS MURALES.

A. El Cartel

Un cartel es una hoja de papel o de cartón con un mensaje y una ilustración simples. Se define el cartel como "un grito en la pared" y está destinado a llamar la atención del transeunte; fijar en su mente una idea o un hecho; estimularle para que apoye esta idea, busque más información y se decida a actuar.

Nadie tiene tiempo para detenerse a leer y estudiar un cartel, su cometido debe cumplirlo con una ojeada que se le de, así que la imagen debe ser muy clara y el mensaje muy sencillo. Los trabajos complicados y los mensajes rebuscados no tienen cabida en un cartel. Con esta base, el cartel debe ser algo muy atractivo por el diseño y el uso del color y muy concreto en el mensaje que lleva.

1. Usos del cartel. Los carteles complementan otros medios de comunicación, pero jamás pueden remplazarlos. Se usan con mucha frecuencia para despertar interés acerca de un programa en desarrollo, como preámbulo de una campaña y para reforzar los conocimientos de una acción educativa una vez que esta se ha iniciado. Sirven como efecto repetidor de un mensaje. Cuanto mayor sea el número de carteles utilizados en un área, mayor será el grado de influencia que se ejerce sobre la audiencia. Sin embargo, esto no quiere decir que deban llenarse todos los rincones de la comunidad con el mismo cartel. La profusión produce cansancio, descenso de la atención y en muchos casos, reacción contraria al mensaje.

El buen gusto y el sentido de la estética del comunicador, darán la pauta de su utilización.

2. Algunas sugerencias para el diseño de un cartel. Use líneas gruesas, letras sencillas y colores vivos para atraer la atención y lograr contrastes. Evite a toda costa la confusión que puedan causar la mala utilización del color y la distribución de los elementos.

Antes de decidirse a hacer un cartel, defina el público para el cual va dirigido el mensaje.

Concrete el mensaje, y decida lo que usted espera que el público haga.

Teniendo estas ideas bien claras, escriba el mensaje tratando de sintetizarlo al máximo sin restarle claridad y viveza. El mensaje de un cartel para el sector rural no debe llevar más de SIETE PALABRAS.

Ahora, traduzca el mensaje a imagen. Con estos dos elementos: mensaje-imagen se hace el boceto del futuro cartel. Recuerde que imagen y mensaje deben captarse de un solo golpe de vista y producir una acción en quien lo mira.

Sería muy bueno que el boceto fuera interpretado por un artista; cuanto más real resulte el dibujo, más claro será el mensaje para la audiencia rural.

De acuerdo con las necesidades del programa, se define el tipo de impresión para la reproducción del cartel. Si se requieren carteles en cantidad deberán imprimirse en Offset o en serigrafía.

3. Ensayo del cartel. La palabra ENSAYO tal como la utilizamos en el presente trabajo, significa la realización de pruebas o ensayos de los carteles antes de imprimirlos y utilizarlos con el público. La "evaluación" significa una apreciación del valor de los materiales mientras están en uso o después de haberlos usado.

El ensayo evita pérdida de tiempo y de dinero y nos da pautas para la preparación de otras ayudas visuales que se vayan a usar en el mismo programa. Estos ensayos deben hacerse con los bocetos utilizando personas similares a aquellas con las cuales vamos a emplear los carteles. El que resulte mejor comprendido será el que se lleva a arte final y reproducción.

4. En dónde se colocan los carteles? Los carteles deben colocarse en todo sitio y lugar en donde haya afluencia de gente considerada dentro de nuestra audiencia: en los árboles, en las paredes, las tiendas, las vitrinas, los mercados, las carteleras de las oficinas, en los buses, etc., pero siempre, a la ALTURA VISUAL DEL TRANSEUNTE.

B. Las Exposiciones

Siempre puede haber oportunidad para trasmitir un mensaje mediante una exposición, ya sea en un evento de gran tamaño y afluencia de gente como una feria o sencillamemente en una vitrina, en un corredor o en el pasillo del lugar en donde se celebra una reunión.

Las exposiciones tienen algunas características de los carteles. Están destinadas a llamar la atención del transeunte; fijar en su mente una idea o un hecho; estimularlo para que apoye la idea, busque mayor información acerca del tema y el decida a actuar. Se diferencian de los carteles en su tamaño, en que utilizan materiales de tres dimensiones y que pueden dar mayor información, eso sí, siempre tratando un solo tema.

Su colocación en sitios especiales, pabellones de ferias, vitrinas, corredores y pasillos por donde la gente se mueve con lentitud, hace que el público se detenga un poco más al pasar frente a ella y pueda captar más detalles. Sin embargo esos períodos no son tan largos, esto depende del tiempo reinante si se hacen al aire libre y de la facilidad para transitar, si se hacen en lugares cerrados. El tiempo de visión puede variar de uno a diez minutos. Para asegurarnos de que nuestro mensaje puede ser captado, debemos pensar en desarrollar la idea para ser captada en un promedio de tres minutos. Esto nos indica que debemos realizar toda clase de esfuerzos para lograr que la exposición sea lo suficientemente atractica y capaz de retener la atención del público para que capte el mensaje y se decida a pedir mayor información.

1. Planeamiento de la exposición. Las exposiciones que tienen como propósito fundamental informar al público sobre nuevas ideas deben prepararse con todo cuidado teniendo en cuenta las características del público al cual están destinadas. El comunicador tiene la responsabilidad de buscar que el mensaje llegue en forma comprensible e interesante. Si nuestra exposición hace parte de un pabellón de tipo educativo en una feria o evento similar y la gente acude a distrarse, la píldora educativa tiene que llevar gran poder de atracción y mucha claridad en las ideas expuestas.

Las exposiciones de mayor eficacia son las que se desarrollan sobre un solo tema con un mínimo de información adicional.

Antes de decidir cómo va a ser su exposición, visite el lugar; conozca los alrededores y los posibles vecinos; mida el área de exhibición y calcule el espacio para los transeuntes. Con estos datos, haga una pequeña maqueta de cartón, así conocerá la apariencia que va a tener la definitiva y puede calcular la cantidad de material que va a necesitar. Sobre la maqueta puede ensayar diseños y colores y seleccionar los que más convengan al caso.

Para llamar la atención y sostener el interés a través de su exposición, coloque algo que atraiga: un animal vivo, una bonita combinación de colores, una proyección de cine o de diapositivas, fotos con gentes del lugar. Toda exposición debe llevar "algo" que diga:

"aquí hay una respuesta a sus inquietudes, quédese un rato" y el responsable de encontrar ese algo es el encargado de realizarla.

El exceso de objetos en exhibición es el peor enemigo de una exposición. Coloque solamente los materiales indispensables para trasmitir el mensaje, llamar la atención y retenerla hasta el final.

No mate su exposición con leyendas largas, difíciles y escritas con letras complicadas y pequeñas.

Utilice los rótulos y textos indispensables para desarrollar la idea.

Combie el estilo, el color y el tamaño de los rótulos para crear interés y dirigir la atención a la idea central.

No use más de tres colores, y busque los que hagan armonía entre sí. Con sombras en colores neutros llene los fondos y deje los colores brillantes para los puntos claves.

Así logrará un mayor relieve y enfoque del tema central.

Y no olvide, los objetos de mayor interés dentro de su exposición deben estar siempre a la altura visual de la audiencia.

Toda exposición necesita de cierto número de materiales de sustentación que pueden ser superficies horizontales o verticales en las cuales se distribuyen los objetos que se exhiben. Cada región tiene ciertos productos como la guadua, el bambú, las esteras de fique y de junco que dan buena textura y pueden conseguirse a bajo costo.

Para exposiciones pequeñas pueden diseñarse armazones metálicas o de madera desarmables que puedan trasportarse de un lugar a otro.

C. Periódico Mural

En su apariencia física y composición el periódico mural tiene semejanzas con el cartel. La diferencia radica en que el periódico mural está destinado a comunicar más de un hecho o idea y puede llevar varias ilustraciones.

Los periódicos murales se utilizan en las áreas murales desde hace mucho tiempo para dar toda clase de información ya sea de carácter educativo, político o social. Son esencialmente pictóricos, contienen información completa sobre uno o dos temas y aparecen con regularidad.

Los servicios de extensión agrícola de varios países han utilizado con marcado éxito los periódicos murales en sus programas de educación a la comunidad constituyéndose en

el medio de mayor utilización en algunas regiones en donde el indice de alfabetismo es mediano y bajo.

El periódico mural se puede lutilizar no solamente para dar información noticiosa, puede contener el resultado de una investigación, el proceso de una nueva práctica o el desarrollo de un programa de acción en el lugar.

El periódico mural puede producirse en grandes cantidades en las Oficinas Centrales de Divulgación o de Extensión y enviarse a las diversas localidades para su distribución. También puede producirse a nivel local de acuerdo con las facilidades existentes.

Como un cartel, el periódico mural debe ser claro en las ideas que contiene, agradable en su diseño y muy atractivo por sus colores. El sistema Offset es el más indicado para su impresión ya que permite la reproducción de gráficos y fotografías. La producción en cantidades considerables baja el costo de producción.

El periódico mural puede distribuirse por correo a las autoridades, líderes y agencias del Estado quienes pueden encargarse de su colocación en los lugares apropiados.

Las paredes de los edificios situados en las esquinas concurridas son el lugar apropiado para la colocación de los periódicos murales. También pueden ser colocados en las carteleras de las oficinas, en las escuelas y demás lugares en donde la gente pueda detenerse un rato a leerlo. Cuando coloque un periódico mural en una pared, busque que pueda ser leído con detenimiento, colóquelo a una altura no mayor de 1,70 metros en donde quede protegido de la lluvia. El periódico mural debe permanecer suficiente tiempo en exhibición para que pueda ser leído por el mayor número de personas.

1. Noticieros murales. Aunque son una ayuda efectiva en los programas de extensión y de divulgación rural, los noticieros murales se utilizan todavía muy poco. Este medio educativo, tan simple, trabaja toda la semana y puede desempeñar funciones básicas de comunicación como el cartel o la exposición: puede atraer la atención, estimular el interés, trasmitir un mensaje e inducir a la acción.

Bien diseñado y distribuído el material con gusto anuncia reuniones, muestra los folletos recien llegados, invita a días de campo y demostraciones y enseña nuevos métodos y prácticas.

El noticiero mural puede mostrar todos los materiales que la agencia tiene a disposición del público. Generalmente se incluyen fotografías con leyendas alusivas, muestras de etiquetas de productos, noticias, historietas ilustradas, dibujos, carteles, folletos y periódicos murales.

Los principios de composición que rigen para el arreglo de una exposición, se aplican también a la preparación de los noticieros murales. Dé al material una distribución sencilla y atractiva. Utilice los colores para llamar la atención a los temas más importantes, escriba las leyendas con letras sencillas y de trazos gruesos.

El error más frecuente que se comete en los noticiaros murales es el de recargarlos de información, ésto produce confusión y da idea de desorden.

El noticiario mural puede ser un tablero sencillo recubierto por un material poroso (corcho, cartón o estera de junco) en donde puedan introducirse fácilmente chinches, alfileres o ganchos de engrampadora, con un marco que le dé un poco de realce. Se puede colocar tanto en los interiores como en sitios exteriores, en los lugares en donde la gente espera a los técnicos o se realizan reuniones de la comunidad. Se puede colocar en la pared y utilizar solo una cara o hacerle un armazón para utilizar las dos caras.

El éxito del noticiero mural consiste en su diseño atractivo y en la variedad del material que se exhibe. Cambie con frecuencia el material, manténgalo actualizado y él hará parte del trabajo de relaciones públicas de su oficina.

IPL:mdeb IX-22-72

BIBLIOGRAFIA

1. BERNARD, F.J. Dinamic display. Display Pub. Co., Cincinnati, Ohio.

2. DALE, E. Audio-visual metods in teaching. Drydan Press, New York.

3. HOLMES, A.C. Medios visuales auxiliares de la educación en nutrición. Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación, FAO.

4. McKOWN, H.C., ROBERS, A.B. y McGRAW, H. Audio-visual aids to instruction.

5. SANCHEZ N., E. Las ayudas visuales en la extensión agrícola. Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas de la OEA. IICA, Costa Rica.

PLAN DE SESION SOBRE FOTOGRAFIA, SU TECNICA Y USO

Hernán Rincón

A. Título

Manejo de la Cámara Fotográfica y Composición de Fotografías.

B. Justificación

La cámara fotográfica es una ayuda importante en comunicación. Tiene la ventaja de capturar un instante y adecuarlo para conservación . Cada día más gente se comunica con fotos y transparencias fotográficas. También es inimaginable el número de fotografías deficientes, o mal compuestas.

La cámara fotográfica permite recoger imágenes del mundo que es familiar para el usuario y usar esas imágenes como ayuda para presentarle mensajes. Sirve también para obtener informes gráficos de trabajos exitosos de algunas personas que puedan servir de ejemplo a otras personas. O para informarle a nuevos funcionarios sobre una región o sobre personas colaboradoras. En fin, la cámara fotográfica puede ser de mucha utilidad para toda persona si la usa correctamente.

C. Actividades Especificas

1. Analizar las diferentes partes de la cámara fotográfica.
2. Analizar los controles principales de la cámara fotográfica.
3. Discutir nociones básicas de composición fotográfica.
4. Aprender a manejar los controles de la cámara fotográfica.

D. Objetivos Específicos

Al finalizar esta sesión los participantes deberán estar en capacidad de:

1. Identificar por su nombre los controles principales de la cámara fotográfica.

2. Identificar por su nombre las partes de la cámara fotográfica.

3. Analizar la forma de componer fotográficamente una escena.

4. Manejar correctamente los controles de la cámara fotográfica.

5. Conocer errores comunes en la toma de fotografías.

E. Métodos

1. Exposición oral ilustrada .

2. Presentación de transparencias fotográficas y discusión de las mismas.

3. Discusión de un documento sobre fotografía.

4. Toma de algunas fotografías.

F. Materiales

1. Cámara fotográfica de 35 milímetros con película.

2. Plan de sesión .

3. Proyector de transparencias.

4. Material escrito.

G. Bibliografía

1. ASOCIACION NORTEAMERICANA DE EDITORES DE FACULTADES DE AGRONOMIA. Manual de Comunicaciones; fotografía y publicidad. Buenos Aires, Albatros, 1970. 177 p.

2. LINDNER, G. El placer de la fotografía; cámaras y películas, su manejo y funcionamiento . Barcelona, Círculo de Lectores, 1968. 183 p.

3. LUGO, O. Notas prácticas sobre fotografía. Bogotá, Instituto Colombiano Agropecuario, s. f. 10 p.

4. MEXICO. DEPARTAMENTO DE COMUNICACIONES DEL CIMMYT. Los materiales Audiovisuales en la comunicación agrícola. México, s.f. 48 p.

5. SARMIENTO, J. Algunas bases para la producción de ayudas audiovisuales. Bogotá, Instituto Colombiano Agropecuario, 1972. 13 p.

ccn. IX- 21- 1972

PLANEACION DE LA COMUNICACION SOCIAL*

Hernán Rincón**

Introducción

"Yo sé que usted cree que usted entiende lo que usted piensa que yo dije; pero yo estoy seguro que usted se da cuenta de que lo que usted oyó no es lo que yo quería decir."

Cuando el periodista colocó este aviso en su imprenta de Atlánta, (Georgia), estaba seguro que cada persona entiende los mensajes según su forma de ver al mundo. Sí, cuando uno escribe, habla, acciona, en fin, se comunica, lo que está describiendo no es lo que ocurre afuera de uno, sino lo que ocurre dentro de uno. Esto último es distinto en cada persona.

De igual manera que en la acción sicológica, en la acción social, tanto lo que comunica el grupo, como lo que es comunicado a él, está visto según los objetivos y las creencias del mismo, según la lente con que el grupo mira al mundo.

Esto quiere decir que cuando los agentes de cambio tienen planes de comunicarle algo nuevo a un grupo social, para que el mansaje tenga más posibilidades de eficiencia, es necesario que el agente de cambio empiece por conocer y respetar los objetivos, las creencias, las necesidades, en fin, las características reales del grupo social, sin olvidar la posible oposición que haya o el posible rechazo.

Una vez entendidas esas características, el agente de cambio usa las estrategias del caso para elaborar los mensajes adecuados, escoger las fuentes adecuadas de información, decidir la mejor combinación de medios y encontrar los objetivos claros de su actividad comunicativa. El conjunto ordenado de estos factores es, globalmente, el planeamiento de la comunicación social.

---

* Contribución de la División de Comunicaciones del Instituto Colombiano Agropecuario, ICA.

** Ingeniero Agrónomo, Master of Science en Comunicaciones. Director de la Oficina de Producción y Coordinación de la División de Comunicaciones. Apartado Aéreo 7984, Bogotá.

A. Concepto de Planeación

Hace algunos días leímos en un periódico una diferencia entre planeación, planeamiento y planificación. Allí se expresaba que confundir planeación con planificación era como confundir los planes con los planos.

No queremos que se nos atribuya esta confusión al considerar que el tema que se nos solicitó fue "Planificación de la Comunicación Social" y nosotros vamos sobre planeación de la misma. Hemos querido empezar con los planes y hacia el final del tema analizamos el plan o plano de campaña de comunicación social.

El concepto de planeación de la comunicación en Colombia va más adelante en madurez ideológica que los demás conceptos de planeación. Veamos a grades pasos.

La concepción troglodita de desarrollo nacional consideró que la planeación era secundaria y que los programas de trabajo eran privilegio de la mentalidad política de quienes tenían el turno del poder. Luego vino la aceptación de la planeación pero como cosa política y los planes fueron escritos pero cambiaban con el cambio de alcalde, gobernador, ministro o presidente. Más tarde vino y se está viendo el énfasis en la planeación económica en la cual desarrollo era incrementar el Producto Nacional Bruto mediante tecnología. Frente al énfasis en economía y técnica, los políticos se resintieron. Se llegó a decir que los técnicos eran muy malos políticos, lo cual creaba inseguridad social.

Estamos todavía en el país bajo el influjo de la planeación económico-técnica. Sinembargo, esa planeación que se le solicita al técnico y que él elabora le sirve a muchos ejecutivos, administradores y líderes políticos para elaborar su andamiaje, para variarla según el momento y para mantener posiciones de privilegio. La estrategia usada es que los planes son elaborados por los técnicos y ellos supuestamente son los responsables si los planes fracasan o no se cumplen, pero la política hace la cosecha si llega algún fruto.

En la actualidad, ya se dice que la planeación es a la vez técnica y política. El Plan de Desarrollo del Gobierno, con sus cuatro estrategias, es el prototipo de esta concepción. Veamos al respecto parte de lo que dice El Espectador/7, en su editorial del 20 de septiembre de este año:

> "Por la relación que guarda el desarrollo económico con el desarrollo social, la planeación no solo es una tarea técnica, sino también una empresa política, por cuanto ella ofrece un programa de gobierno y refleja una posición y una sensibilidad ante los problemas nacionales. El Plan de Desarrollo del Gobierno, al cual se refirió el doctor Pastrana al inaugurar el congreso de los planificadores, es un plan político, porque realiza, en el campo económico,

ideas y pensamientos políticos. Porque expresa una sensibilidad social. Lo mismo para elaborarlo, como para adelantarlo, se necesita el doble concurso del técnico y del político, porque mientras el técnico establece una serie de prioridades, el segundo las fija y les imprime un contenido social. La política, al acercarse a la planeación, adquiere una dinámica. Deja de ser un ejercicio personal y localista para convertirse en una actividad nacional, con mayor beneficio para todas y cada una de las zonas del país. Entre nosotros, estamos todavía esperando la Comisión del Plan que el Congreso debe elegir, justamente para que la política de este paso y se cumpla sin traumatismo esta renovación imprescindible del hábito nacional".

En la Planeación de la comunicación social no hay esa dicotomía técnica-política de que habla el editorialista para la planeación. Con tal concepción -es el caso colombiano- quien menos gana, si acaso hay ganancias, es cada sistema social, el conjunto de los cuales constituye la razón de ser de todos los planes de desarrollo.

La planeación de la comunicación social, pues, empieza por el contacto directo con los sistemas sociales particulares para conocer sus características y objetivos. Usa luego la técnica y las estrategias convenientes para el sistema social e involucra a la comunidad, a los técnicos y a los estrategas de la comunicación en la ejecución de los planes. El enfoque es social principalmente y técnico y político en segundo plano. Este enfoque fomenta la participación social. Los enfoques anteriores fomentan el paternalismo estatal.

B. Comunicación, Sistemas Sociales y Objetivos

Los sistemas sociales se forman por medio de comunicación y una vez formado determinan la comunicación que tendrán sus miembros. Un segundo principio de la relación entre sistemas sociales y comunicación es que se afectan mutuamente. Y una tercera relación, muy importante en este caso, es que el conocer un sistema social ayuda a predecir con seguridad varios aspectos de la gente, sin conocer otra cosa que los papeles o roles que la gente tiene en el sistema/3 .

Por sistema social queremos decir generalidad de actores individuales, cuyas relaciones mutuas están dirigidas por un conjunto organizado, escrito o tácito, de símbolos y normas compartidos y de expectativas/6 . Por ejemplo, una vereda, una junta de acción comunal, el Inderena, etc.

En cuanto a comunicación, varios autores/2,3 prefieren no definir qué es y se orientan más bien a explicar el proceso por el cual ocurre la comunicación. Pero si decimos que comunicación es el proceso por el cual alguien dice algo, por algún medio, a alguien, con algún objetivo o propósito; tendremos una definición general de comunicación que podemos aplicar a nuestros propósitos/11 .

Por objetivo de comunicación queremos decir aquello que el comunicador espera que esté haciendo la gente en una comunidad definida, después de que él haya efectuado lo que planea hacer. Entre el antes y el después hay todo un proceso de conocimiento del sistema social o grupo que recibirá el apoyo.

No podríamos entender el funcionamiento de un sistema social sin conocer los medios de comunicación y las barreras a la comunicación dentro del sistema. Tanto la comunicación como los métodos de mantenimiento de las fronteras del sistema, la vinculación del sistema con otros sistemas, el proceso de trasmisión de la cultura, los mecanismos de control social y los procesos de institucionalización de normas, sentimientos, costumbres, son conocidos como procesos maestros en todo sistema social y rigen la dinámica del mismo/8 .

Una característica especial de la planeación de la comunicación social es que analiza un problema global, en su ambiente, desde diferentes puntos de vista. Por ejemplo, un problema agronómico no se vería tecnicamente apenas; se vería relacionado con costumbres, con personas influyentes, con valores de grupo, con dificultades de comunicación, con recursos disponibles, con organizaciones relacionados, con experiencias amargas pasadas, etc. Este aspecto se relaciona con la pregunta, qué tenemos? e implica investigar sobre el terreno y en el sistema social, cúal es el problema con todas sus variaciones e implicaciones.

En la práctica es difícil reunir toda la información sobre una comunidad, por ello es necesario tomar nota de los aspectos básicos para poder actuar luego. Esos aspectos básicos son analizados críticamente, mediante una combinación adecuada de conocimientos técnicos, de conocimientos en ciencias sociales, y de conocimientos sobre comunicaciones.

Estamos interesados, pues, en campañas de comunicación. Como quien dice, nos interesa desarrollar planes o estrategias de comunicaciones para ayudarle a un sistema social a resolver sus problemas.

Así empezamos a definir qué hay que comunicar a quién, cuándo, con qué objetivos.

C. Pasos de la Planeación de Comunicación

Quién lo planea? Hacer planes para el baile, para el fin de semana, es planear. Planea el atracador y planea la policía. Planea el político y planea el ama de casa.

Hay dos clases de planeación de la comunicación: la informal, y la formal o sistemática/10 . Aquí nos interesa más la sistemática. En ese campo podemos ubicar la planeación de campañas de comunicación social.

De acuerdo con varios autores/1,2,9,10 la planeación sistemática de las comunicaciones tiene varias etapas con sus respectivos instrumentos para concretarlas. Además, varias experiencias recientes/4,5 , nos indican que hay una secuencia lógica en esas etapas, la cual debe seguirse. Veamos:

Etapa	Instrumentos
1. Reconocer la necesidad de hacer algo	1. Papel del Comunicador
2. Elaborar el plan para visitar la comunidad.	2. Consultas verbales, interdisciplinarias.
3. Investigar (buscar el diágnóstico)	3. Primer contacto directo con la comunidad, para hablar con sus miembros.
a. Recoger información básica de diversos ángulos sobre el problema.	
b. Conocer éxitos y fallas anteriores.	
c, Estudiar el sistema social, el público. Papeles de la gente, medios de comunicación, características económicas, creencias, tradiciones.	
d. Determinar qué se quiere que haga la gente y quién hará algo.	
e. Identificar opositores y sus argumentos.	
4. Consultar anuarios, estadísticas, planes.	4. Lecturas, charlas.
5. Redactar los problemas, y los objetivos locales, regionales y nacionales.	5. Programa.
6. Investigar de nuevo para resolver dudas.	6. Segundo contacto directo con la comunidad.
7. Formular alternativas y escoger las viables.	7. Proyecto.
8. Elaborar un plan de acción de comunicaciones, para ayudar a solucionar el problema. Ese plan contiene:	8. Plan y estrategias.

a. Naturaleza e importancia del problema para ese sistema social particular.
b. Objetivos a corto y largo plazo (expresados en términos de comportamiento humano).
c. Audiencias específicas (agricultores, autoridades, ganaderos, señoras jóvenes).
d. Mensajes (contenido, tratamiento, código, estrategia).
e. Fuentes de información.
f. Canales y métodos (combinación de canales y técnicas, con base en lo que se usa en la comunidad y en los recursos de los agentes de cambio)
g. Responsable de cada aspecto en la comunidad y fuera de ella.
h. Producción de materiales, responsables y fechas.
i. Calendario de ejecución en orden estratégico.
j. Presupuesto discriminado.
k. Fechas de iniciación y terminación de la campaña.

9. Obtener la aprobación de la campaña.	9. Sistema social. Agencias de cambio.
10. Ejecutar la campaña	10. Personal definido en el plan.
11. Evaluar los efectos de la campaña.	11. Objetivos establecidos en 8.b Cuánta gente se comporta ahora como se definió en 8.b?
12. Procurar continuidad.	12. Sistema social. Agentes de Cambio.

Al observar los pasos de la planeación encontramos que hay una gran diferencia entre el objetivo de la comunicación social así entendido y las campañas publicitarias o políticas. La mayor diferencia está en la ausencia de interés económico o estructural en los planeadores de la campaña: el interés se vierte sobre el sistema social que será actor, sujeto y cliente del cambio.

Además el mensaje no está determinado antes del comienzo, como en la publicidad. El mensaje obedece a las necesidades de la comunidad, no de la casa que patrocina. En tercer lugar, la audiencia no es masiva como en la publicidad, sino grupal, de sistemas sociales particulares.

D. Los Planeadores de la Comunicación

El comunicador como agente de cambio tiene la responsabilidad de iniciar la planeación de comunicaciones. Por supuesto en la planeación y ejecución de la campaña es necesario que participen los miembros del sistema social interesado en el cambio, los técnicos y las entidades responsables y colaboradoras. Visto más en perspectiva, el comunicador es un coordinador de la campaña/9 .

La gran necesidad de coordinar correctamente la planeación y la ejecución de la comunicación social surge en especial del peligro de sobretechificar el diagnóstico. Significamos con ésto que los usuarios o clientes dicen, en su lenguaje, cuáles son sus problemas, luego los investigadores los traducen a términos técnicos para buscarles soluciones entre los resultados existentes de investigación. Y cuando regresa la solución a la comunidad, el problema inicial está expresado en otro lenguaje, o tiene otro nombre y la solución no es comprendida. El comunicador debe estar alerta sobre esa posibilidad y evitar que a la gente no especializada se le hable en lenguaje especializado.

En síntesis, los planeadores de la comunicación social son los agentes de cambio principalmente, Entre ellos, el comunicador es la persona indicada para coordinar la planeación, ejecución y evaluación de la campaña de comunicación social.

E. Evaluación con Base en Objetivos

Para toda evaluación es necesario definir los objetivos claramente en términos de comportamiento humano.

La evaluación de una campaña de comunicación no es otra cosa que comparar un "antes" que era una realidad social, con un "después" que debe ser otra realidad social. En el medio está la ejecución de la campaña de comunicación. Como ejemplo, veamos el siguiente objetivo:

> "Convencer al menos el 75 por ciento del público adulto de Iowa, que el sistema "bounty" es inválido y es perjudicial tanto donde el punto de vista de la vida silvestre como del económico. En el mes de enero de 1969 se tomará una muestra de 200 residentes de 21 años o mayores, en cada condado de Iowa, para determinar el número de personas en el Estado, que tienen el punto de vista dicho. Si al menos 75 por ciento del número de entrevistas expresa el punto de vista que el sistema "bounty" es inválido y perjudicial, el objetivo puede declararse cumplido"./13

Los objetivos, definidos en términos de comportamiento humano, abren las puertas no solo para llevar a cabo correctamente la campaña, sino también para hacer una evaluación confiable.

F. Guías al Azar para la Planeación de la Comunicación Social

Como en todo trabajo humano, en este de la planeación de comunicaciones es necesario revisar, cotejar, reelaborar, replantear, verificar, catear eslabones para determinar puntos de posible falla. Una guía sistemática para esa misión se cae por sí misma, pues si fuese posible tal guía se incluiría como etapa definida del proceso de planeación.

Por lo anterior elaboramos hace algún tiempo /12 unas guías al azar para ayudar en el planeamiento de campañas de comunicación. Incluimos esas guías en este documento para beneficio de ustedes y de sus usuarios. Ellas plantean interrogantes y afirmaciones para los cuales es necesario encontrar respuesta utilizable en la campaña de comunicación. Hemos marcado con asteriscos algunos aspectos cruciales.

1. Estamos interesados en:

   a. Desarrollo de planos o estrategias
   b. Solución de problemas.
   c. Situaciones de comunicación relacionadas con conocimientos.
   *d. Cuánto y qué hay que comunicar, a quién, con qué propósito?
   e. Qué necesita conocer usted antes de empezar a comunicar?

2. Hay alguna manera general de manejar una campaña de comunicación?

   a. En forma muy específica defina dónde está usted. Usted debe empezar a trabajar desde ese punto.
   b. Qué puede hacer usted? Qué sabe usted de la situación? Recuerde que usted es el único recurso que usted puede controlar a fondo.
   c. Recuerde que toda comunicación tiene un propósito: obtener alguna respuesta.
   d. Toda estrategia necesita de un actor en un punto central. Quién es ese actor?

3. En la elaboración de una campaña vamos a estudiar un problema general desde diferentes puntos de vista.

4. Involucre en la campaña la gente que se considera que debe estar involucrada. Esto es parte del proceso de formular un plan.

*5. El objetivo principal de la estrategia es lograr que la gente haga algo. Que la gente responda.

*6. Un propósito importante de una campaña es poner las ideas o las soluciones donde se necesita ponerlas, y hacerlo en el tiempo más adecuado.

*7. Qué espera usted que la gente esté haciendo después de que se lleve a cabo la campaña?

8. Qué es lo que deben hacer otras personas?

9. Escriba los objetivos de la campaña. Es decir las respuestas que usted quiere lograr como resultado de la campaña.

10. En ciertos puntos de la campaña el problema se concentra en la pregunta: Cómo hacer para que otras personas participen?

11. Pregúntese por qué no le gusta a usted la situación así como está. Qué cambios quiere usted?

12. Regrese al estudio de la situación. Repásela, defina los índices que usted desea obtener como resultado de la campaña.

13. Siga un derrotero.

*14. Cómo hará usted para poner todos los mensajes en la misma persona en el momento preciso? Esto envuelve la decisión acerca de los medios de comunicación que usted va a usar, y de las fechas y duración de ese uso.

*15. No vaya a olvidar que alguien, tanto en las organizaciones vinculadas, como en las veredas, tiene que decir "está bien". Cúal es la estrategia para lograr que ese alguien diga "está bien" a la campaña?

*16. Cúal es la oposición a la campaña? Cómo se hará frente a esa oposición? Esto es muy importante.

17. El trabajo consiste en hacer algo para crear movimiento entre la gente. Usted está incluido ahí.

18. Convenza gente para que convenzan a otros.

19. Una posición moderada de cambio puede ser más efectiva que una posición extrema de cambio. Esta última genera mayor resistencia.

20. Piense en lo que se hará mañana, dentro de un mes, dentro de un año, dentro de cinco años.

Conclusión

La planeación de la comunicación social es una necesidad social. Cada día es mayor el número de mensajes inconexos que reciben los grupos sociales, por ejemplo los rurales. De otro lado la comunicación publicitaria y la política o institucional no toman en cuenta las necesidades, características y objetivos de las comunidades, pues se las considera como clientela masiva.

El concepto de planeación en comunicaciones es de avanzada ideológicamente: en él los sistemas sociales usan la técnica disponible y los medios de comunicación para resolver problemas, en vez de que la técnica y los medios de comunicación usen al público para satisfacer necesidades empresariales de los medios y de los anunciadores.

La planeación de campañas de comunicación nace de las relaciones básicas entre sistemas sociales, comunicaciones y objetivos de comportamiento humano. Con esas bases se sigue un proceso lógico de diagnóstico y formulación de alternativas, plan de comunicación, de realización y evaluación.

El papel del comunicador es básico para la planeación y ejecución de la campaña. Ello no significa que sea el único que tiene responsabilidades en esa misión. Ni el comunicador ni las comunicaciones, así sean excepcionalmente eficientes, resuelven los problemas de los sistemas sociales. Eso sí, son ayuda poderosa para resolverlos.

HR/cdet IX-22-72

BIBLIOGRAFIA

1. ALBA, V. Planeamiento de la comunicación. Bogotá, Programa Nacional de Comunicación de Masas, ICA, 1970. 2 p.

2. ASOCIACION AMERICANA DE EDITORES DE FACULTAD DE AGRONOMIA. Manual de Comunicaciones. Trad. del Inglés por el Centro Regional de Ayuda Técnica de la AID. Buenos Aires, Albatros, 1970. 345 p.

3. BERLO, D. The process of communication. New York, Holt Rinehart and Winston, 1960. pp. 147-152.

4. COLOMBIA. PROGRAMA DE GRADUADOS ICA-UN. Técnicas de comunicación agropecuaria, 2o., trimestre 1972; prácticas parcelación Las Mercedes. Bogotá, Instituto Colombiano Agropecuario, 1972. 18 p.

5. _____. Plan de comunicación y desarrollo, parcelación Las Mercedes. Bogotá, Instituto Colombiano Agropecuario, 1971. 27 p.

6. KLONGLAN, G., BEAL, G.M., BOHLEN, J.M. y MULFORD, C.L. Prediction of local civil defense director's role performance; Minnesota, Georgia and Massachusetts. Ames, Iowa State University, Rural Sociology Report 52, 1966. pp. 14-15.

7. LA PLANEACION, técnica y política. El Espectador, Bogotá, setiembre 20, 1972: 2A.

8. LOOMIS, C. Social systems; essays on their persistence and change. Princeton, D. Van Nostrand, 1967. pp. 30-36.

9. PEREZ Z., H. Planeación de las comunicaciones. Bogotá, Instituto Colombiano Agropecuario, 1971. 3 p.

10. RAMSAY, J., FRIAS, H. y BELTRAN, L.R. Extensión agrícola; dinámica del desarrollo rural. 3a. ed. Lima, IICA, 1972. pp. 253-259..

11. RINCON, H. Responsabilidad social de la prensa. Bogotá, Instituto Colombiano Agropecuario, 1972. 12 p. (Mecanografiado).

12. RINCON, H. Guías al azar para planeamiento de campañas de comunicación. Bogotá, Instituto Colombiano Agropecuario, 1971. 2 p.

13. WIGAL, D. A plan for a compaign to abolish the bounty system in Iowa. Ames, Iowa State University, 1967. 26 p.

EL PORFOLIO*

Jorge Ramsay
Hernán Frías
Luis Ramiro Beltrán

A. Generalidades

Ya sabemos que la humilde pizarra puede prestar grandes servicios al educador agrícola. También hemos visto, sin embargo, que hay casos en que no basta la pizarra: Hace falta algo más dinámico y más atractivo, que permita "componer" el mensaje ante los ojos del público, ese es el franelógrafo.

Pero el franelógrafo tampoco puede, por sí solo, resolver todos los problemas de comunicación del extensionista con grupos de agricultores. A veces, hace falta tener un mensaje, "precompuesto," y organizado en serie, listo para usarse en cualquier momento y más fácil de transportar y de operar que el franelógrafo. Ese es el porfolio o portafolio gráfico.

El porfolio no es más que un conjunto de láminas de igual tamaño superpuestas y unidas por su extremo superior, y que son removibles. O sea, es algo así como un archivador, como un álbum de fotos, o como un cuaderno o carpeta de hojas intercambiables. Pero su tamaño es, desde luego, bastante mayor que el de éstos.

Característicamente, el porfolio es una ayuda visual ideal para el trabajo de Extensión con grupos pequeños: Un máximo de 30 personas aproximadamente. Esto se debe a que no se lo puede fabricar de dimensiones tan grandes que resulte poco manipulable. Por tanto, para grandes grupos de agricultores, el porfolio ya no es conveniente.

Otra característica esencial del porfolio es que se presta más que nada para presentar secuencias, para desarrollar mensajes compuestos de varios pasos consecutivos. Por eso es sumamente útil para exponer procesos o para desglosar procedimientos simples que están integrados por varias etapas.

---

* Tomado de "Extensión Agrícola, Dinámica del Desarrollo Rural", IICA, OEA, Lima Perú, 1972

No se justifica el uso del porfolio para presentar mensajes aislados que sólo ocupen láminas individuales. Por ejemplo, si un mensaje se puede dar en sólo una lámina o dos, es preferible usar nada más que esas láminas en la pared o en la pizarra. Pero, si el mensaje está integrado, necesariamente, por varias láminas grandes que deben ser expuestas al público sucesivamente hasta formar un todo, es dudoso que alcance, para el despliegue, la superficie de la pizarra, y aun la pared puede resultar estrecha para ello. El franelógrafo tiene la misma limitación. La solución, para tal caso, es el porfolio, si -como ya se ha dicho- el extensionista quiere comunicarse con grupos de pocas personas.

Otro requisito que debe cumplirse para justificar la producción y empleo del porfolio es que el material a desarrollarse en él, porte un mensaje que el extensionista vaya a usar con alta frecuencia. Dibujar 20 ó 30 láminas de porfolio toma tiempo y requiere habilidad. No vale la pena hacerlo para expresar un mensaje que solo interesa comunicar unas pocas veces. Los mensajes que se ponen en porfolio deben ser aquellos que serán emitidos muchas veces durante un tiempo considerable.

Lo que se escribe en la pizarra, obviamente, no perdura. En cambio el mensaje en el porfolio se conserva indefinidamente. Tiene, como ya se anotó, la ventaja de que, debido a estar formado de hojas perforadas removibles, montadas en pasadores trasversales, permite suprimir o aumentar algunas láminas. Esto le da la flexibilidad que no tienen otros medios. Para adaptarse a situaciones locales particulares, usted puede quitar o poner las hojas que le convengan.

También la perduración en orden es otra ventaja. El mensaje que usted pone en el porfolio permanece ordenado en la secuencia que usted ha querido fijar. No hay peligro de que sus unidades se confundan ni de que se pierda ninguna de ellas, como es el caso del franelógrafo.

Otra ventaja más: Su facilidad de trasporte. Un porfolio es un artefacto liviano, que se lleva bajo el brazo, sin problemas, a cualquier parte. Resiste mejor los riesgos de los viajes que otras ayudas visuales.

Cabe la posibilidad de tener, en el propio porfolio, una combinación de ayudas visuales. En la cara interior de la tapa, usted puede pegar tela de franela. La cara interior de la contratapa la puede cubrir de pintura de pizarra. La propia tapa que es de madera terciada, la puede llenar de pequeñas perforaciones o clavetear de ganchitos, en los que puede colocar folletos u otros objetos, a modo de panel de una exposición. Y hasta la contratapa, con una plancha de zinc o con pintura magnética, puede hacer de pequeño imanógrafo.

Pero, hablando nada más que del porfolio propiamente dicho, hay la posibilidad de dinamizarlo y hacerlo más atractivo, mediante ciertos recursos de "movimiento" y de "tercera" dimensión. Por ejemplo, no faltan las mejoradoras del hogar que adhieran moldes de tela, para costura, a láminas de franelógrafo. Todo depende de la imaginación y de la iniciativa del extensionista.

Probablemente, la desventaja mayor del porfolio -además de sus restricciones en cuanto al tamaño de la imágen- está precisamente en su condición de ser un medio de comunicación en serie. Esto determina que el espectador solo vea, por vez, una unidad de la secuencia, pero nunca, al mismo tiempo, el conjunto de ellas. Se ven, pues, las partes individualmente pero no el todo en un despliegue combinado.

B. Fabricación

Es posible fabricar porfolios a bajo costo con distintos materiales y de diversos tamaños, pero Sanchez Narváez experimentó en el IICA, un formato muy rendidor. Las especificaciones esenciales para construír el mismo -embisagrado y hecho de manera que sus tapas pueden volcarse para servir de soportes- son las siguientes:

-Corte dos piezas rectangulares de madera chapeada "plywood" de 50 centímetros (20") de ancho por 76 centímetros (30") de largo y 6 milímetros (1/4") de espesor.

-De esa misma clase de madera, corte dos listones de 50 centímetros de largo por 5 centímetros de ancho.

-Haga tres agujeros de 5 milímetros de diámetro en la parte media a lo largo de los listones: Dos a 8 centímetros de cada extremo y el otro en el centro de cada listón. Quedarán equidistantes entre sí y equidistantes de las orillas largas.

-Una con tres bisagras pequeñas un listón a una de las piezas rectangulares de madera, por el lado corto de ella, y el otro listón a la otra pieza o tapa, cuidando de que ambos listones se articulen hacia afuera.

-Las hojas de papel quedan emparedadas entre las dos tapas, pasando a través de las perforaciones del papel, los tres tornillos que se aseguran por fuera mediante pernos.

-Las hojas de papel o de cartulina delgada, deben ser de 50 x 80 centímetros y deben perforarse en su parte superior de modo que coincidan con los orificios hechos en los listones para atravesar los pasadores de tornillo.

-Para mantener su porfolio abierto y doblado hacia afuera mientras lo usa, adhiera a cada uno de los bordes inferiores de las tapas unos pequeños "tacos" de goma de 8 x 4 centímetros y de unos 2 ó 3 milímetros de espesor. Actuarán como "frenos" que impedirán que el porfolio resbale.

C. Producción

Como en todo otro caso de comunicación, el extensionista comienza la producción del porfolio por el planeamiento. Define su público con precisión; señala, para sí mismo, su propósito específico; determina, con claridad y minuciosidad, su tema. Y, sobre el plan, organiza la producción de las láminas del porfolio, recordando que cada lámina es una unidad integrante de un todo que es la serie o secuencia.

Con un buen guión en la mano, la producción se simplifica y se hace eficiente. Para hacer el guión, se divide en tres columnas, páginas de papel oficio. En la columna izquierda, se escribe una breve descripción de lo que se quiere mostrar. En la columna central, se hace un bosquejo a mano alzada, un croquis de cada ilustración, para tener una idea gráfica de lo que se va a dibujar. Y en la columna derecha se resume lo que el extensionista debe decir al tiempo de exponer ante el público cada una de las láminas. Estas se numeran en la secuencia prevista.

Cada lámina se puede dibujar completa -figuras y letras- o se puede hacer primero, todos los dibujos y poner después todas las letras. Pero en cualquier caso, debe haber un franco predominio, de los dibujos sobre las letras. La norma es: más ilustración que palabras.

No se ilustra todo; sólo lo esencial, lo más importante, lo menos conocido y lo más difícil de ser entendido por el público. Sin embargo, como se trata de una serie, ésto no quiere decir que deba omitirse ningún paso indispensable a la secuencia. Cuando una idea no puede expresarse en una sola lámina -caso que no es infrecuente- habrá que exponerla en tantas láminas cuantas sean estrictamente necesarias para ello. Nunca debe haber más de una idea mayor en una lámina ni -salvo rarísimos casos- se debe delinear en cruz o en equis una lámina para acomodar cuatro ilustraciones pequeñas.

Tipo de ilustración. Haga dibujos grandes y simples; no hace falta que sean perfectos ni que tengan preciosismos artísticos; hace falta, sí, que sean fácilmente visibles a la distancia y que expresen con claridad lo que se quiere comunicar. También es indispensable que coincidan con la realidad que conoce el agricultor, sin extremos de estilización que supongan abstracciones poco descifrables.

Diseño y Composición. Cada lámina constituye una superficie de composición, un área de espacio equivalente al enmarcado de un cuadro o una pantalla de cine. Disponga en ella los elementos gráficos en forma armónica.

El detalle principal de cada ilustración debe estar situado en el punto focal de dicha superficie, o sea en el sitio ópticamente más atractivo.

Las letras, por lo general, deben ir en la base, como sustentado el dibujo. Si hay que situar algunas de ellas junto a los propios dibujos, que estén ubicadas de manera que no obstaculicen la comprensión de esos dibujos y que no rompan la armonía del conjunto.

Una buena ayuda para una composición efectiva y placentera consiste en seguir los patrones determinados por las formas de algunas letras. Por ejemplo, la L, la C, la U, la V y la Z. El movimiento que describen en el espacio las líneas de esas letras se presta muy bien como guía para distribuir los elementos adecuadamente.

La composición puede ser simétrica o asimétrica. Será lo primero cuando la distribución de elementos se realice en partes iguales; por ejemplo una cruz que parta del centro de los extremos hacia el interior de la lámina producirá cuatro campos de igual tamaño. La composición asimétrica, por el contrario, divide el espacio en porciones de tamaños diferentes.

La asimetría es preferible porque da mayor dinamismo a la composición y favorece los contrastes. Lo simétrico puede usarse a veces pero tiene la desventaja de ser estático y "frío".

Equilibrio. Un factor primordial de la buena composición es el equilibrio. Distribuya bien sus elementos ilustrativos. No los cargue todos hacia un solo lado. Las líneas de los dibujos, sus colores y sus tonos, tienen un "peso" determinado. No coloque todos los "pesos" en un solo punto. Y, por inversa, no atiborre la lámina con detalles. Deje que los espacios en blanco proporcionen fondo y contraste a sus ilustraciones.

Proporción. Evite confundir a su público con las proporciones. Si se sitúa la figura de un hombre junto a la de una vaca, que el hombre no parezca ni un gigante ni un enano al lado de ella.

Perspectiva. Mantengala simple y prefiera los ángulos normales, comunes: ni demasiado altos ni demasiado bajos. Las cosas deben tener la correcta perspectiva que les corresponde en la realidad, si es que los espectadores han de entenderlas.

Integridad. Cada vez que se resta o suprime parte de una figura, se corre peligro de causar confusión. Por ejemplo, si una lámina presenta sólo los pies de un agricultor y sus manos, trabajando la tierra, el público puede desorientarse y no captar la idea debido al "recorte" del resto del cuerpo. Si se neeesita hacer eso, ayudará mucho mostrar primero la figura completa y después pasar a la lámina "recortada".

Dirección. Las figuras de personas o animales no deben "mirar" hacia afuera de la lámina. Deben ir siempre hacia el interior de ella. El perfil de una persona situado en el extremo de la lámina y con la "vista" dirigida hacia afuera, podrá llevar también la vista del espectador hacia afuera y... su mensaje podrá perderse.

Continuidad. Es de máxima importancia en las series de porfolio el mantenimiento de la continuidad. Continuidad de tiempo. Y continuidad de lugar.

Por ejemplo si en la primera lámina aparece "Juan" con pantalón negro y camisa blanca y sin sombrero, y se supone que la acción subsiguiente ocurre inmediatamente después de la anterior "Juan" no puede aparecer -en la segunda lámina- con sombrero, con pantalón gris y con camisa azul. No ha habido un lapso de tiempo que pueda justificar esos cambios O si "Juan" aparece en la lámina quinta junto a un silo trinchera y las láminas siguientes muestran acciones que se supone se desarrollen en el mismo sitio, "Juan" no puede aparecer en la lámina sexta junto a un tractor o lejos del silo.

Mantenga la continuidad a toda costa y en todo sentido. De lo contrario, su relato sufrirá de falta de unidad y el público perderá el hilo del mismo.

Color. Siempre que pueda usar color, hágalo. Pero que sea, preferentemente, en "masas" enteras y no en detalles. Por ejemplo, el suelo puede ser de un color y la casa de otro, pero no tendría ningún sentido pintar de un color la camisa del agricultor, de otro color su pantalón, de un tercero, sus zapatos y de un cuarto, el ribete de su sombrero. Recuerde que el color tiene "peso". Cuanto más oscuro, más pesado y ésto puede provocar, si no se le emplea en el sitio y en la proporción adecuados, un desequilibrio en la composición.

Aproveche también los tonos. A veces, se logran excelentes efectos con sólo dos matices de un mismo color, más el negro para ribetes y el blanco propio del papel.

Cuando se trate de áreas grandes de color, prefiera pegar papeles o cartulinas de colores en vez de gastar tiempo y esfuerzo pintando. Las cartulinas mate -que no producen reflejos- son un excelente auxiliar para dar policromía a la ilustración.

Otro recurso muy útil son los lápices de tinta con punta de fieltro que evitan el tedioso y delicado trabajo con tinta china o pincel.

Contraste. El contraste ayuda mucho a vivificar el porfolio. Supongamos, por ejemplo, que usted quiere presentar una figura magnificada del huevo de gallina en corte transversal. Para ello, cubra toda la lámina con una cartulina negra como la de un álbum fotográfico; encima de ella coloque, recortándolas en blanco y amarillo, la "clara" y la "yema"; y retoque con negro los bordes, si hace falta. La visibilidad y el atractivo de un conjunto así, son mucho más altos que si simplemente dibujara el huevo sobre el papel blanco. Y, recortando cartulinas, ahorra mucho tiempo y supera los problemas de las destrezas requeridas para dibujar con precisión.

Enfasis. En un dibujo siempre hay algún punto o área que merece sobresalir a los demás, Use recursos de énfasis, como líneas de subraya, círculos en rojo, flechas, redondeles, para destacar lo sustantivo de cada elemento de su mensaje.

Recortes. Por qué no aprovechar una fotografía o recortes de diarios y revistas para no tener que dibujar? Hágalo, siempre que convenga al mensaje. Pero no olvide que esos aditamentos deben ser grandes y claros y que las imágenes que representen deben guardar identidad con su público.

Movimiento. En algunos casos, conviene -como recurso especial de atracción- dar "movimiento" a algunas láminas. Usted puede, por ejemplo, recortar una "ventana" de hojas que se abran a los costados en una lámina y mantenerla cerrada. En cierto momento, al abrir la ventana, en la lámina siguiente (la que queda "detrás") "aparece" la palabra clave o el punto del dibujo que usted quiera destacar. También puede pegar a la parte superior del papel, junto a los listones, dos bandas de cartulina verticales sobre una lámina; al levantar una de las bandas, se ve la mitad de la lámina y, cuando se quiere mostrar sólo la otra mitad, se baja la primera "tapa" y se alza la otra.

Letras. Sus letras deben ser: Grandes, rectas, claras, de trazo ancho y preferentemente mayúsculas y minúsculas. No deben estar muy juntas unas de las otras y debe haber suficiente espacio entre palabras y entre líneas. Tres o cuatro palabras bastan en cada lámina. Dos líneas son suficientes. No parta las palabras ni abuse de las abreviaturas. No coloque las palabras en posición vertical. Use palabras sencillas, como las que usa su público. Usted puede pintar las letras o recortarlas de diarios y pegarlas, o dibujar, recortar y pegar letras sueltas de cartulinas de color que contrasten con el fondo.

En cuanto a la visibilidad de las letras -según el tamaño y el ancho de ellas y según el grosor de sus líneas, desde diferentes distancias y con iluminación ordinaria- el experto en ayudas visuales Enrique Sánchez Narváez (IICA/OEA) anota lo que se incluye en el cuadro siguiente:

Alto de las letras en centímetros	Grosor de la línea de las letras en milímetros	Visibilidad a la distancia en metros
2	3.5	10
3	5	15
4	7	20
5	9	25
6	10	30
7	13	35
8	15	40
9	17	45
10	20	50

Utilización

El porfolio se usa, casi siempre, en las reuniones de Extensión. Como tal, su uso tiene que estar ajustado a las características de ese método y debe formar parte del planeamiento del mismo.

Es más fácil usar bien un porfolio que, por ejemplo, un franelógrafo. Y casi todas las recomendaciones de uso ya formuladas, para la pizarra y para el franelógrafo, se aplican igualmente al uso del porfolio.

Ante todo, ubique bien su porfolio. Puede estar sobre una mesa o en un caballete especial. Pero debe estar colocado de tal manera que tenga buena iluminación y resulte fácilmente visible para todos, y que esté en la altura necesaria para que ninguna cabeza tape la visión a la que le queda detrás.

Luego, ubíquese usted bien en relación con el público y con el porfolio. No debe que la primera fila de personas esté demasiado cerca a usted: Ni ellas verán bien, ni dejarán ver a las de atrás. Sitúese a la izquierda del porfolio, un poco detrás de él, de modo que pueda echar las hojas para atrás con comodidad o apuntar algo en las láminas. Esta ubicación se relaciona también con la conveniencia de pegar al dorso de cada lámina, la leyenda -en mayúsculas y con espacio entre líneas- que corresponde a la respectiva figura. Le servirá para mantener la exactitud del aspecto oral de su comunicación, sin que su público se dé cuenta del artificiol.

No tape el porfolio con su cuerpo y deje cada lámina todo el tiempo necesario para que sea debidamente apreciada por su auditorio. Pero, una vez vista, retírela o cúbrala para que no ocurra, luego, que usted muestra una cosa y habla de otra. Casi siempre es recomendable intercalar entre una y otra lámina una hoja de papel blanco no trasparente; de esta manera, mientras usted conversa sobre lo relativo a una imágen, todavía no surge la próxima.

Usted ya lo sabe: debe hablar fuerte, en tono cordial y de manera amigable y familiar, tratando de dar a su locución inflexiones variadas a un ritmo ni muy acelerado ni muy lento. Haga preguntas.

Una cosa más: Ensaye su presentación ante un par de amigos para estar seguro de que nada le falle a la hora de la reunión con su público.

Terminada la reunión guarde y protega bien su porfolio. Muchos extensionistas mandan a hacer una bolsa de lona, con manijas de maleta para proteger su porfolio en los viajes y en el almacenamiento ¿Qué tal si usted los imita?.

ct/IX/22/72

ALGUNOS CONCEPTOS Y METODOS DE MICROPLANEACION PARA PROYECTAR LA TRASFORMACION DEL CAMPO

Ernesto Rincón M.

A. Objetivo del Documento

Suministrar conceptos y procedimientos básicos de trabajo, en el proceso de planeación con la comunidad.

B. Introducción

En la actualidad en el proceso de planeación se plantea la necesidad de que los planes nacionales sean un reflejo de lo propuesto a nivel local, contando para su consolidación de un mecanismo regional que proyecte las localidades, trace las políticas a nivel regional y haga la distribución de los recursos de producción solicitados y posibles.

El proceso de planeación debe estar atado al de la industria, la agricultura y los servicios para ofrecerle alternativas de ocupación a las gentes y mantener el balance entre el campo y la ciudad.

La planeación como un proceso que mira al futuro y es dinámico en su naturaleza debe estar montado sobre unas realidades que permitan su ejecución, evaluación y reorientación contínua, en el tiempo.

El desarrollo de este proceso de planeación integrado requiere la existencia de un comité local que controle y evalúe los progresos del programa.

La microplaneación o planeación a nivel local, debe interesarse por la distribución organizada de los medios de producción, entre los agricultores, en tal forma que la producción de la finca y bienestar de la familia, esté de acuerdo con las metas trazadas.

La planeación es la base para la toma de decisiones. En razón a que ésta es una secuencia sistemática y racional de etapas (vale decir es ordenada y basada sobre juicios de los elementos), la toma de decisiones está orientada entonces a plantear la dirección de los programas de la comunidad.

La capacidad de tomar decisiones rápidas y eficientemente, es la base de la carrera y futuro de un programa o individuo. Resulta entonces claro que la necesidad de formular decisiones es ineludible y propia de todo individuo o comunidad.

La toma de decisiones racionales y aceptadas por la comunidad presupone una meta concreta, por ejemplo aumentar la producción. Estas decisiones deben estar engranadas a un todo, representado en la voluntad de las instituciones y sus planes.

La complejidad de los problemas de la comunidad del grupo o del individuo, es un factor limitante en el proceso de toma de decisiones racionales aceptables por la gente. Esta complejidad es mayor cuando se presenta una falla en la definición del problema, lo cual dificulta el planteamiento claro de los objetivos generales y específicos que debe contener el programa.

En adición a estos aspectos, encontramos que cuando la decisión está basada en las necesidades e interés de la comunidad, resulta más fácil promover el desarrollo de la misma a largo plazo y con el uso de sus propios recursos.

Teniendo como base la comunidad, resulta claro que la toma de decisiones es una función del grupo, es una responsabilidad de aquellos que tienen que vivir el problema y que deben ejecutar el plan para resolver el problema.

La toma de decisiones como tal supone una serie de pasos o proceso contínuo. Los problemas y necesidades del pasado son reemplazados y se tiende a crear otros nuevos. Nuevos recursos se desarrollan o descubren día a día; la experiencia acumulada en un programa ejecutado es valiosa y no puede ser descartada en el proceso de reorientación de la programación.

La toma de decisiones enfocada en forma efectiva, retribuye en términos de ingreso, economía de tiempo y de esfuerzos y vista como un proceso de planeación, es una inversión que paga a largo plazo.

C. Proceso para la Toma de Decisiones

1. Definición del problema (diagnóstico). Reconocimiento de las necesidades y deseos.

En el proceso de definición del problema se debe:

a. Identificar los elementos del problema; particularizando el problema y separándolo del problema general.

b. Distinguir el problema real del aparente.

c. Relacionar el problema inmediato o particular con el total, del cual muchas veces es sólo una parte.

En muchas ocasiones cuando se necesita reducir un problema a un estado más controlable y comprensible, se recomienda seguir los siguientes pasos:

- Ir de lo general a lo particular
- De los efectos obvios a las causas no tan obvias, es decir, mirar la causa y no los síntomas

-Aislar las partes componentes y tratarlas como problemas integrantes
-Concentrarse en aquellos elementos de la situación o problemas que pueden cambiarse, suprimirse o mejorarse
-Distinguir los factores trascendentales de los intrascendentes.

Este análisis debe estar basado también en la investigación de los datos ocultos o no muy obvios al primer análisis; luego proceder a su interpretación, comparación y juicio final (o decisión), respecto del problema. Muchos individuos conceptúan que es mejor pecar por exceso en la búsqueda de los hechos para la toma de decisiones aceptables. Sin embargo, en esta materia los ejecutivos (directores, extensionistas, etc., etc.) desarrollan su propia técnica o principios de acción fija en la toma de decisiones de acuerdo al problema.

La cantidad de estudio que debe darse a cada elemento del problema, varía con la magnitud e importancia del mismo. Si se ha cometido un error de análisis de los elementos y todavía es tiempo para corregirlo, hágalo.

2. Determinación de los recursos disponibles.

Esto comprende un inventario de recursos físicos y humanos disponibles en y fuera de la comunidad y que pueden ser usados. En este sentido debe tenerse en cuenta que:

a. Es preferible contar con más información que menos.

Aquel que cuenta con más información tiene menores posibilidades de errar. Sin embargo y en muchos casos, no todos los datos están al alcance.

b. Investigue toda posible fuente, autoridad o persona interesada en la solución del problema.

c. Organice los recursos (si se puede presentar gráficamente, tanto mejor), con el fin de aumentar su comprensión.

d. Evalúe la información, su procedencia y veracidad, volúmen y hágalo críticamente sin discriminación.

e. Verifique los datos personalmente para eliminar vaguedad.

f. Haga sus propios juicios y conjeturas, ya que en muchos casos la decisión tendrá que basarse en ellos.

3. Formulación de objetivos.

El proceso de formulación de objetivos es visto como la descripción de lo que se espera obtener como consecuencia de la ejecución del plan que se propone.

La formulación de objetivos, desde el punto de vista del desarrollo integral del hombre, debe expresarse en términos generales, específicos, indicando las áreas que se van a desarrollar, los procedimientos que se van a usar. Esto debe estar expresado en tal forma que suministre una guía a seguir en el desarrollo del programa.

Una vez que se ha expresado el propósito general del sistema (comunidad) y se han precisado las metas por alcanzar, se puede entrar a definir los objetivos específicos.

En términos generales, los objetivos de una comunidad deben proceder de sus propios propósitos y deberían estar expresados en los siguientes términos:

a. Qué se espera que la comunidad sea capaz de hacer y cómo

b. Qué clase de recursos deberán ser usados para la ejecución del plan

c. Qué tan bien o completos, se espera que los planes propuestos sean ejecutados

d. En qué tiempo debe ser ejecutado el plan

e. Bajo qué circunstancias debe la comunidad ejecutar el plan.

Sin lugar a duda, la formulación de objetivos claros y precisos, es una de las labores más difíciles pero fundamental para guiar las comunidades en su proceso de desarrollo. En la formulación de objetivos deben estar especificados todos los aspectos que hacen la vida de la población rural, hasta donde sea posible.

4. Determinación de alternativas.

La mayor parte de los problemas tienen varias soluciones, lo cual en cierto modo puede complicar la decisión que se tome.

Druker sugiere que en este caso se debe:

a. Usar la imaginación, divagando sobre los hechos recolectados.

b. Enumere las posibles soluciones; si es posible gráficamente. Descríbalas y discútalas con otras personas que estén trabajando en el problema, con el fin de conseguir claridad y aceptación de las alternativas.

c. Estudie los datos detenidamente, ya que ellos pueden generar nuevas ideas, soluciones no previstas o explicaciones adicionales.

Ed. Hodnetl advierte que en ocasiones es tan buena una solución como otra y que buscar una mejor, es desperdicio de esfuerzo.

5. Determinación de las probabilidades y predicciones de las consecuencias.

Cuando se entre al estudio de este aspecto en la toma de decisiones, se deben plantear algunos interrogantes como:

a. Qué se pretende obtener con la solución del problema? (Objetivos, metas, predeterminados).

b. Qué tan cerca de las metas deseadas estarán las soluciones planteadas? En este sentido debe tenerse en cuenta que cuando se hacen decisiones de tipo futurista, ellas tienen algo de incierto y por qué no de imprecisión, especialmente cuando la toma de decisiones afecta un programa a largo plazo.

Druker en este caso sugiere que lo que se debe es definir las probabilidades futuras de la decisión en términos concretos y claros, de ser posible.

En muchas ocasiones se puede llegar a un punto crítico en la toma de decisiones y es la de suspender todas las demás decisiones. El otro extremo de este tipo de decisiones, es aquel en que el individuo o grupo no se compromete por exceso de precaución, falta de seguridad por deficiencia de la información o incapacidad de hacer frente a la realidad.

En algunas circunstancias la mejor decisión es la combinación de dos que sean complementarios. En otras ocasiones basta con introducir o sustituir un elemento para mejorar el planteamiento de la decisión.

Estas consideraciones son factores suavizantes o aditivos para la seleccion de decisiones para el logro de soluciones más aceptables. Algunos llaman a estos factores análisis marginal del problema para tomar una decisión o alternativa más racional.

Para la selección de alternativas es importante considerar:

-La experiencia
-Los resultados de la experimentación
-De la investigación y
-El análisis de los datos

6. Factores limitantes en el proceso de la toma de decisiones.

Factores ocultos. En el proceso de la toma de decisiones, es obvio que se presenten factores ocultos que pueden determinar si las metas pueden ser logradas o no. Sin embargo y sucede con frecuencia, que cuando se tienen que formular decisiones, se hace impráctico considerar detalladamente todos esos factores.

En ocasiones sucede que cuando se le da más importancia de la debida a estos factores ocultos, ello puede conducir a una decisión equivocada. Aun cuando la detección de estos limitantes es difícil en un proceso de toma de decisiones, su búsqueda, no debe excluirse del proceso a fin de lograr decisiones más prácticas y aceptadas.

El valor de estos factores varía en el tiempo con el mismo problema, es decir que lo que es malo hoy, puede ser aceptable mañana o viceversa.

7. Teorías para la solución de problemas.

Entre las muchas teorías figuran:

a. De las probabilidades. Es un sistema estadístico que infiere de la experiencia que ciertas cosas son posible de ocurrir, de acuerdo con pautas predecibles, estadísticamente.

b. Del juego. Util para la solución de problemas de negocios y se aplica principalmente al concepto de que el hombre busca maximizar sus ganancias y minimizar sus pérdidas, para lo cual actúa racionalmente.

c. De la línea de espera. Se basa en el principio de que la demora es costosa, pero el costo de eliminar la demora es aun más costosa.

d. Programación lineal. Técnica para determinar la combinación óptima de recursos limitados para la obtención de las metas deseadas.

Además de estas teorías, que no es el caso profundizar, existen otros aplicables a diferentes campos de la actividad humana en el proceso de toma de decisiones.

Como parte final en este ordenamiento de ideas, es importante recordar algunas recomendaciones básicas en el proceso de toma de decisiones en las comunidades rurales:

- Que la familia como tal tiene sus metas y deseos propios.
- Que ella tiene un conocimiento de sus recursos, oportunidades y limitaciones dentro de su propio círculo de vida.
- La familia sale siempre en busca de aquellas alternativas que sean premisarias para sus miembros.
- La familia selecciona la mejor alternativa, basada en su experiencia y desarrolla los mecanismos y planes necesarios para ponerla en acción, en algunas áreas tales como:

1) Mejoramiento de la operación de granja
2) Mejoramiento del hogar en todos sus aspectos
3) Desarrollo de la familia, etc.

A fin de poder brindar a la familia campesina una ayuda positiva en la toma de decisiones sensatas, es necesario actuar bajo un sistema y concepción de cambio (desarrollo) lo suficientemente flexible, observando los principios y el proceso expuesto en la toma de decisiones.

D. Principios que Pueden Cooperar en la Toma de Decisiones a Nivel de Comunidad Rural.

Los principios que a continuación se presentan, están indicados especialmente para aquellas comunidades en donde ya puede existir alguna forma de organización básica como una junta o un concejo y cuyos miembros sean representativos de la comunidad.

1. La toma de decisiones debe estar basada en las necesidades y deseos de la gran mayoría de los ciudadanos afectados por la decisión.

2. La toma de decisiones debe estar basada en los más importantes recursos de la comunidad y las organizaciones representadas localmente.

3. La toma de decisiones en una comunidad debe tener en cuenta los conceptos y tendencias de la comunidad que tengan alguna relación con la toma de decisiones.

4. La toma de decisiones a nivel de comunidad, sigue una serie de pasos ordenados en una secuencia lógica, para hacer decisiones legítimas.

5. La toma de decisiones para el desarrollo, es un proceso participado, de las gentes e instituciones representadas totalmente.

"Nada es vital hasta que ello no se realice localmente".

ER/cjr VIII-18-1972

REFERENCIAS

1. CARL C. MALONE, and LUCILE HOLADAY MALONE. Decisión Making and management for farm and home.

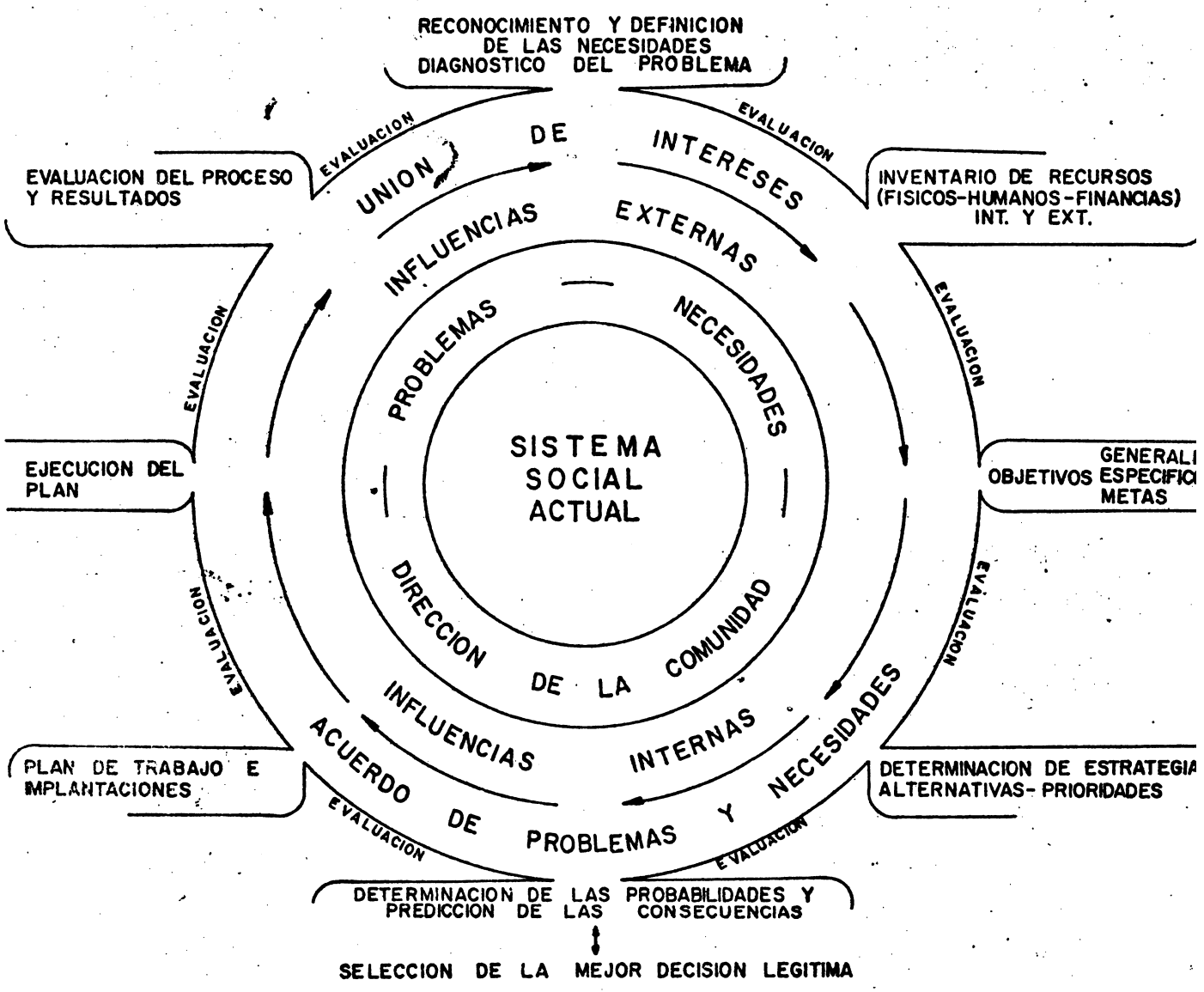
   The Iowa State College. Press Ames. Iowa.

2. KEY TO COMMUNITY. Community program planning Center for Community Studies. 1962. Sa skatoon.

3. RAY JOSEPH. Desarrollo de la Labor Ejecutiva. 1958. Herrera Hnos., S.A., México.

MARCO TEORICO PARA EL ESTUDIO DE LA TOMA DE DECISIONES A NIVEL DE LA COMUNIDAD

PLANEACION PARTICIPADA



PROGRAMACION DE COMUNICACIONES EN EL INSTITUTO COLOMBIANO AGROPECUARIO, ICA*

Hernán Rincón R.**

Introducción

El Instituto Colombiano Agropecuario creó la División de Comunicaciones por resolución número 2068 de 1971. Las funciones asignadas a la División, que empezó a funcionar en Enero de 1971, fueron :

"1. Complementar la acción educativa de los agentes de cambio rural mediante la preparación de publicaciones, ayudas visuales, información de radio y prensa, demostraciones, etc.

"2. Informar sobre los avances y resultados de la investigación agropecuaria que se realiza en Colombia y de la que se realiza en otros países, conforme a su aplicabilidad a la agricultura nacional.

"3. Propiciar que el ICA reciba justo crédito por las actividades que realiza en investigación y desarrollo.

"4. Fomentar en la opinión pública aprecio y estima por la agricultura colombiana como actividad fundamental. Esto para que la agricultura cuente con simpatía y apoyo generales."/2.

Una de las primeras actividades de la División fue establecer su filosofía básica para lograr una línea uniforme de pensamiento en lo general que guiara las decisiones en lo particular. Posteriormente se obtuvo un diagnóstico a nivel nacional de las actividades de comunicaciones del ICA por medio de encuestas hechas a los Directores Regionales de Comunicaciones y a los Gerentes Regionales del ICA/4. Por último, se elaboró la programación de actividades de comunicación del Instituto, para el segundo semestre de 1972

---

* Contribución de la División de Comunicaciones del ICA.

** Ingeniero Agrónomo, Master of Science. Director de la Oficina de Producción y Coordinación de la División de Comunicaciones, ICA. Apartado Aéreo 7984, Bogotá

A. La Filosofía Básica

Una programación de actividades no tendría mayor solidez sin tener como respaldo unos principios directrices. Por eso consideramos conveniente incluir aquí la filosofía básica de la División de Comunicaciones.

"Las actividades de una organización obedecen a una filosofía básica. Esta ha de ser suficientemente general y suficientemente específica para integrar la razón de ser de las actividades como la razón de ser de la organización misma.

"La filosofía básica de la División de Comunicaciones del ICA se puede establecer en tres grandes áreas:

1. Influir sobre el comportamiento del público, fundamentalmente del rural, por medio de campañas de comunicación que le lleven los conocimientos y las técnicas derivadas de la investigación científica realizada en Colombia.

2. Capacitar personal, a diversos niveles, en Comunicaciones, como apoyo a los programas nacionales de desarrollo rural.

3. Tecnificar los siguientes medios de comunicación: publicaciones, audiovisuales, radio y prensa, y comunicación con grupos, para canalizar a través de ellos todas las actividades de Comunicación del Instituto"/3.

El énfasis, entonces, está en el apoyo a la divulgación y en la capacitación de personal para mejorar el uso de los medios de comunicación. Hay algún énfasis también en la actividad de comunicación con grupos, para contrarrestar la tendencia nociva de satisfacer la labor de comunicación con actividades de relaciones públicas solamente.

B. Fundamentos de la Programación

En toda actividad educativa es necesario considerar un proceso que como tal es algo continuo y no tiene de por sí etapas o momentos independientes. Sinembargo, el análisis de ese proceso y la implementación del mismo requieren, por razones de facilidad, que se piense en términos de etapas. Esas etapas según/1, pueden ser:

1. Identificación de los problemas.
2. Determinación de los objetivos
3. Desarrollo del plan de trabajo
4. Ejecución del plan de trabajo
5. Determinación del progreso logrado (evaluación)

La División de Comunicaciones optó por definir la programación como: "ordenamiento de actividades en una sucesión temporal, de acuerdo con objetivos predeterminados y con recursos disponibles"/2.

Para orientar su programación, la División tomó en cuenta el objetivo básico del Instituto como es cooperar en el fortalecimiento de la economía nacional en especial cuando ella se relaciona con el sector rural. En esta esfera el Instituto tiene funciones de Investigación, Educación, Extensión y Fomento. Tanto Investigación como Extensión han estado durante varios años tomando en cuenta, esto es, determinando, los problemas principales del sector rural colombiano.

Otra consideración importante fue que la División debería servir de puente entre el Instituto y los usuarios. Para ello, la División puede usar métodos individuales, de grupo y masivos. El ICA, como un estribo de ese puente consiste en una organización cuya base son los Programas, cerca de cuarenta, tanto en el campo social como en el pecuario y el agrícola. Los usuarios, como el otro estribo del puente, no son masas indiferenciadas de personas, sino individuos, grupos, comunidades distintas unas de otras.

Así, pues, los problemas y los objetivos de incumbencia de la División de Comunicaciones son los problemas y los objetivos que los Programas del Instituto han determinado y ayudan a resolver en la comunidad rural. La misión de las comunicaciones en el ICA son de apoyo para que puedan cumplirse los objetivos del Instituto.

C. Los Pasos de la Programación

Establecidas las bases, la Oficina de Programación y Evaluación de la División de Comunicaciones determinó los pasos para seguir en la obtención de un programa aterrizado de comunicaciones en el ICA.

El primer paso fue hacer un inventario de los objetivos de los Programas. Esos objetivos fueron identificados como las actividades de comunicaciones que deseaba hacer el Programa respectivo. Para ese inventario se utilizó la comunicación interpersonal entre funcionarios de la División y funcionarios de los Programas. Se decidió empezar con el segundo semestre de 1972.

El segundo paso fue especificar qué medios de comunicación deberían ser utilizados para llevar a cabo la tarea de comunicación que deseaba cumplir cada Programa. Este aspecto fue decidido de acuerdo con los recursos existentes en cada Regional, y también a nivel nacional.

El tercer paso fue definir un calendario de producción de materiales de comunicación, entendiendo como tales los materiales necesarios para algunos medios y algunos medios como folletos y plegables. En este calendario se incluyó tiraje, formato, periodicidad, fechas de iniciación, de terminación, autores, editores, y cuando fue posible el costo aproximado.

El trabajo de elaborar la programación duró unos dos meses. En Junio 21 ya estaba tabulada y lista para devolverla a los Directores Regionales de Comunicación. El principal problema fue la flata de estimativos básicos para determinar audiencia y costos. Por fortuna el personal de los Programas dio apoyo muy valioso y decidido a los esfuerzos de la División, primeros en su género en el ICA.

D. Resumen de la Programación

La programación fue codificada por Regionales y por Programas. Así, cada Programa en cada Regional puede saber en cualquier momento qué actividades de comunicación programó con Comunicaciones, quién es el responsable por esa actividad tanto en el Programa como en la División, cuándo debe iniciarse y cuando concluye, en fin, puede consultar el estado de su compromiso.

La programación así codificada consta de cerca de cincuenta medios pliegos de papel. Cada director de Programa recibió copia de la programación y los Directores Regionales de Comunicación recibieron copia de todo lo programado en su Regional, y en las demás Regionales.

La Oficina de Programación elaboró un resumen en el que se incluyeron los Programas que acordaron programación con la División de Comunicaciones, y los números de las Regionales donde tienen lugar esas actividades. Vale la pena anotar, por razones de claridad, que el ICA administrativamente está organizado en Oficinas Nacionales y en nueve Gerencias Regionales. En cada Gerencia Regional se llevan a cabo varios Programas del ICA.

PROGRAMAS	REGIONALES
Administración	Of. Nacionales, Regional 4
Algodón	Regionales 5 y 6
Arroz	Regionales 2,5,6,8,1
Asistencia Técnica Agrícola	Regionales 4,5,6,7,8,1
Asistencia Técnica Pecuaria	Regionales 4,6,7,8,1
Avicultura	Regionales 2,4,5
Biometría	Oficinas Nacionales

Cacao	Regionales 4,5
Caña de Azúcar	Regionales 4,5
Centros de Diagnóstico	Regionales 3,4,7
Ciencias Sociales	Oficinas Nacionales,Regional 4
Ciencias Veterinarias	Of. Nacionales, Regionales 3,4,5,7
Control daño de vertebrados	Regional 5
Economía Agrícola	Of. Nacionales, Regionales 4,5
Educación	Oficinas Nacionales
Entomología	Regionales 4,5,6,8
Fisiología Vegetal	Oficinas Nales.Reg. 4,5,8
Fitopatología	Regionales 2,5,6,8
Ganado de Carne	Regionales 2,4,5,8,1
Ganado de Leche	Regionales 4,1
Hortalizas y Frutales	Regionales 2,4,6,1 Of. Nales.
Ingeniería Agrícola	Of. Nales., Regionales 2,5,6
Leguminosas de Grano y Oleaginosas Anuales	Regionales 2,4,5,6,1
Maíz Opaco	Regionales 6,7
Maíz y Sorgo	Regionales 2,5,6,1
Oleaginosas Perennes	Regional 8
Parasitología	Regional 4
Pastos y Forrajes	Regionales 2,4,5,8
Planeación	Oficinas Nacionales
Planes de Producción Pecuaria	Regional 6
Plátano y Banano	Regionales 1,5
Porcinos	Regionales 1,5
Producción Agrícola	Of.Nales.,Regionales 3,4,8,1
Proyecto Desarrollo Rural Ariari	Regional 8
Proyecto Oriente Antioqueño	Regional 4
Sanidad Animal	Regionales 3,4,6,7,8,1
Sanidad Vegetal	Of. Nales.,Regionales 3,4,8,1
Suelos	Regionales 4,5,8
Supervisión y Control	Of. Nales.,Regionales 4,6,8,1
Trigo	Of. Nales., Regional 1
Tuberosas	Oficinas Nacionales, Reg. 4,5,1
TOTAL DE PROGRAMAS : 42	FRENTES DE TRABAJO : 8

Es de anotar que no aparece la Regional 9, por estar apenas en organización cuando se hizo la programación.

E. Resumen de Programación de Materiales

La Oficina de Programación y Evaluación de la División elaboró también un resumen de producción de materiales y medios. Esta información es importante para complementar la anterior y dar una idea de la importancia de la programación de comunicaciones.

RADIO	:	programaciones en varias modalidades ...	262
PRENSA	:	publicaciones en 15 periódicos del país ...	228
PUBLICACIONES	:	títulos	491
		ejemplares	1.699.400
REUNIONES	:	.....	267
UNID.MOVILES	:	programación sin incluir número de lugares visitados	112
AUDIOVISUALES	:	número de trabajos, sin incluir número de ejemplares de los mismos	234

La cantidad de material para producir permite deducir la necesidad de establecer prioridades si se ha de trabajar con los recursos humanos y físicos actuales, o de incrementar los recursos si se considera importante llevar a cabo cada actividad programada. Desafortunadamente no fue posible establecer prioridades, pues más de un Programa consideró que toda actividad incluída tenía prioridad uno, lo cual es muy de explicar dada la urgencia de comunicarle a los usuarios la información que tienen los Programas.

F. Coordinación y Producción

La coordinación se basa en la programación y se efectúa por medio de la comunicación interna. Para efectos de coordinación, una de las formas más fáciles y a mano la constituyen los informes periódicos. La Figura I visualiza este proceso.

Como se observa en la Figura I, los informes se basan en la ejecución y en los resultados de la programación. A su vez, el análisis de los informes sirve para revisar la programación y para sugerir guías de evaluación de las actividades.

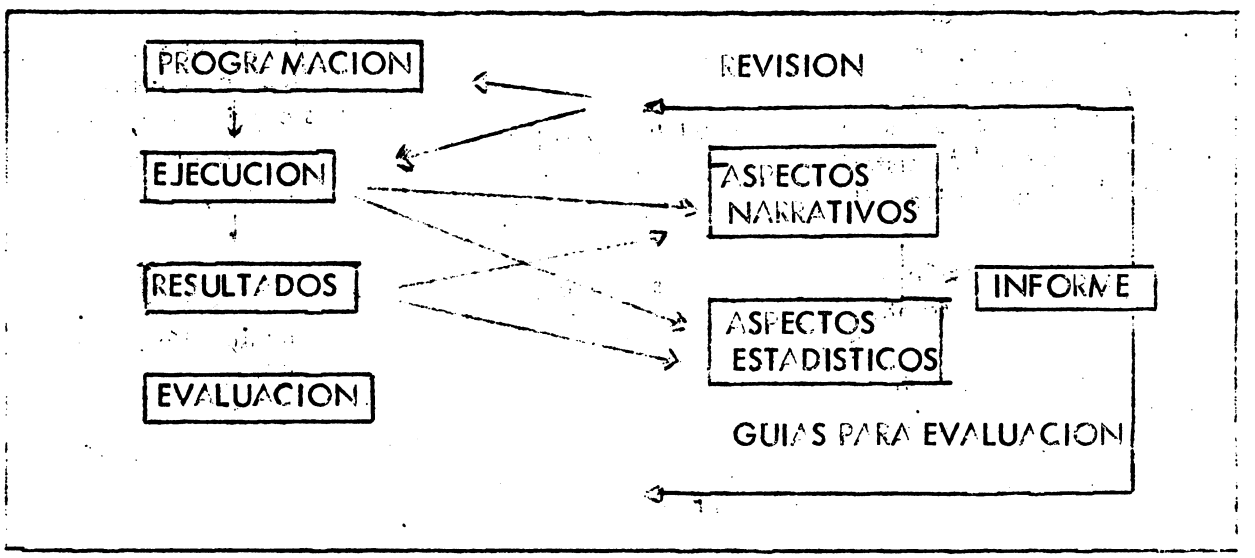


FIGURA 1. Relaciones entre programación, evaluación e informes.

Los aspectos narrativos y estadísticos de los informes se originarán en cinco áreas básicas, que son :

- Publicaciones
- Radio y Prensa
- Arte y Audiovisuales
- Comunicación con grupos
- Campo administrativo

Con la presentación de la tarea de coordinación y de producción de materiales, y la elaboración y el análisis de los informes de actividades, se tiene la imagen completa del proceso en el que se produce algo, se evalúa se revisa y se sigue el ciclo. En períodos futuros, la nueva programación y el ajuste de la actual, entrarán en el ciclo que ha sido descrito.

Si la tarea de elaborar planes de acción es difícil y presenta múltiples inconvenientes, no es menos difícil la misión de llevarlos a cabo y evaluar los resultados. Pero la programación en comunicaciones es el comienzo.

Conclusiones

La programación de actividades de comunicaciones que ha sido expuesta con sus elementos básicos, es el primer intento de tal naturaleza que se hace en el Instituto. Antes, las actividades de comunicaciones obedecían a estimativos caprichosos, ajenos a las necesidades de los Programas del ICA y quizás con sólo un poco de preocupación por los planes del Ministerio de Agricultura. Esta programación es, pues, un comienzo y por ello tiene varias fallas, y es apenas semestral.

La programación de las actividades de comunicaciones trae grandes ventajas. Quizás la más importante es que permite organizar campañas de comunicación, donde la mejor combinación de medios y recursos ofrezca continuidad y relación con necesidades reales de la gente. Otra ventaja es que le permite a los Programas pensar con orden en sus actividades comunicativas durante un período. Otra es que hace que la División de Comunicaciónes no se enfrasque en programas netamente propios sino que apoye los planes de comunicaciones de los demás Programas del Instituto.

En fin, la programación de comunicaciones facilita la regionalización de las mismas, para darle énfasis a los grupos, a las comunidades, a los complejos culturales, en vez de seguir pensando en mansajes masivos para gente tan diversa como son el costeño y el opita, el nariñense y el llanero.

La programación de las comunicaciones facilita el cálculo de costos y la determinación de prioridades. Refuerza la justificación de nuevos recursos humanos o físicos. Permite un mejor control del trabajo de los comunicadores. Es la base para solicitar informes de actividades que tengan algún mérito o algún significado no institucional apenas, sino de realizaciones que beneficien al usuario.

La llave entre la programación y la coordinación propicia la evaluación, es decir, permite obtener ideas, hipótesis, temas, para investigación en ciencias sociales, y da luces para reajustar la programación cuando sea del caso, y pautas para capacitación de personal.

Y, si hay los medios para cumplir la programación en su totalidad, el beneficiado número uno es el usuario, cuyas necesidades y cuyos problemas son, en último término, la razón de ser del Instituto Colombiano Agropecuario.

BIBLIOGRAFIA

1. BYRN, D., ed. Evaluation in extension. Washington, D.C., USDA. División of Extension Research and Training, 1969. pp. 1-9.

2. INSTITUTO COLOMBIANO AGROPECUARIO. Resolución número 2068 de 1971. Bogotá, ICA, 1971. 6 p.

3. _____. Informe sobre la primera Reunión del Personal de la División de Comunicaciones. Bogotá, ICA, 1972. 18 p.

4. _____. Síntesis de encuesta entre Gerentes Regionales y Directores Regionales de Comunicaciones sobre comunicaciones del ICA, preparada por Susana Amaya. Bogotá, ICA, 1972. 10 p.

EDUCACION EXTRAESCOLAR DEL ADULTO CAMPESINO POR EL EJERCICIO DE LOS CONSIMBOLOS

Hernando Silva, S.J.

INTRODUCCION

La experimentación que el señor Piaget ha venido realizando hace unos 50 años, en sus institutos de Ginebra, sobre la naturaleza de la inteligencia, ha contribuído mucho a la evolución de la moderna pedagogía y a su efectividad (1). Hemos pensado que estas mismas investigaciones puedan servir para encontrar una metodología propia para el desarrollo del adulto campesino, no solo en el aspecto de su inteligencia, sino también en todas las dimensiones de su personalidad.

Este es el significado del actual trabajo. Exponer los puntos de la teoría de Piaget que nos parecen de interés para la educación extraescolar del adulto campesino, con el objeto de que el seminario pueda ver su aplicación práctica a este mismo terreno.

Pero para que se pueda valorar el alcance de las teorías de Piaget, nos pareció conveniente dar también algo de su historia que permita apreciar las conclusiones a que ha llegado el señor Piaget.

El trabajo pues, tendrá tres partes: en la primera, se expondrá brevemente la historia del señor Piaget, de sus investigaciones y de sus publicaciones, con el objeto de que podamos tener una idea sobre el valor de toda esta obra. En una segunda parte, tomaremos unos dos puntos de la teoría del señor Piaget, los que nos parecen de interés para la educación del adulto campesino. Y en una tercera parte, valiéndonos de la teoría de los consímbolos, meditaremos sobre las posibilidades de aplicar toda esta teoría para la educación extraescolar del adulto campesino.

I. JEAN PIAGET

Historia. (2) El señor Piaget nació en Suiza, en el año de 1896. Siendo niño, colaboró como ayudante en un instituto de ciencias biológicas. En él aprendió la terminología propia de la ciencia y el rigor científico, y se interesó por las investigaciones en toda esta materia.

En ese tiempo el objeto de investigación en el instituto de ciencias biológicas era el Lamarkismo. Los investigadores se inclinaban a pensar que el medio transformaba el organismo. El niño Piaget comprendió el objeto de las investigaciones, su metodología y su terminología propias. Por su cuenta hizo experiencias y llegó a resultados distintos del de los investigadores que colaboraran en el instituto de ciencias biológicas: llegó a la conclusión de que el organismo es activo, que no es el medio el que transforma el organismo, sino es el organismo el que transforma a sí mismo, en función del medio; esto implica que el organismo no es pasivo con respecto al medio; que el organismo es siempre activo: esto constituye uno de los principios claves en la teoría del señor Piaget: el organismo es siempre activo. (2)

El niño Piaget, llegó a la conclusión de que sus investigaciones tenían verdadero valor. Resolvió pues, escribirlas y publicarlas junto con los demás artículos de la revista del instituto. Sus artículos se hicieron célebres en todo el mundo. El mismo Piaget nos cuenta en su autobiografía que a esta edad, cuando todavía él era un niño, le pedían entrevistas de América; entrevistas que él concedía pero que no podía recibir dada su condición de niño. (2)

Cuando llegó la época de estudiar la filosofía, el señor Piaget la abordó con la mentalidad propia de un científico, dentro de la cual toda afirmación debe estar respaldada con base experimental. Así pues, cuando el profesor enunciaba alguno de los principios de filosofía, el señor Piaget preguntaba cómo se había experimentado ese principio, quién lo había sometido a control riguroso. El profesor tenía que responder que ese principio no había sido experimentado ni controlado, que era un principio perteneciente a un filósofo célebre. Este tipo de respuestas,

naturalmente, no podía satisfacer al señor Piaget. La filosofía, pues, le pareció un bello edificio intelectual pero carente de la base experimental necesaria. Decidió, pues, dedicar su vida al estudio experimental de la inteligencia, cosa que efectivamente realizó. (2)

Sus investigaciones en el campo de la inteligencia las comenzó con observaciones controladas en sus propios hijos, desde el momento en que nacían. También se valió de las clínicas y de las casas dedicadas al estudio de los niños pequeños. Las investigaciones de Piaget comprenden el desarrollo de la inteligencia desde que nace el niño hasta los 14 años.

Estas investigaciones del señor Piaget las fue publicando en un conjunto de libros que hoy se acercan al número de los 60 volúmenes, y en artículos de distintas revistas que pasan de los 150. (3)

Después de la segunda Guerra Mundial, los primeros discípulos del señor Piaget habían llegado a ser profesores de Psicología en distintas universidades del mundo. Resolvieron pues, reunirse para continuar las investigaciones en el campo de la inteligencia en equipo, a nivel prácticamente mundial, pues colaboradores de Piaget se encuentran en universidades pertenecientes a los cinco Continentes. Se reúnen cada año en Ginebra; se ponen una tarea experimental para el año siguiente, y en el año siguiente evalúan el trabajo hecho y se ponen nueva tarea de investigación para el año siguiente. Podemos pues decir, que desde antes de 1950, las investigaciones de Piaget en el campo de la inteligencia se realizan a nivel mundial.

Desde antes de la segunda Guerra Mundial los descubrimientos de Piaget en el campo de la inteligencia habían interesado a los pedagogos; les parecía que estos descubrimientos podían revolucionar todo el campo de la pedagogía; pero sus intenciones se vieron interrumpidas por la segunda Guerra Mundial.

Después de la segunda Guerra Mundial y gracias a la colaboración de la UNESCO los antiguos propósitos de los pedagogos se han podido realizar. En Ginebra se han fundado algunos institutos para llevar al orden de la pedagogía las

investigaciones realizadas en el campo de la inteligencia. (3) Estas investigaciones nos parece que han revolucionado la pedagogía moderna y creemos que ellas nos abren grandes posibilidades en el tema que nos interesa: la educación extraescolar del adulto campesino.

II. TEORIA DE PIAGET

1. Los niveles del conocimiento

De la extensa teoría del señor Piaget tomaremos solamente dos puntos que nos parecen de importancia para la educación extraescolar del adulto campesino: 1o.) Los niveles del conocimiento, y 2o.) El ejercicio de los símbolos.

Respecto a los niveles del conocimiento hay que notar lo siguiente: nosotros conocíamos dos niveles del conocimiento: el nivel sensitivo; vista, oído, gusto, tacto, etc. y el nivel intelectual, las ideas que constituyen la ciencia. El señor Piaget en su investigación encontró que el conocimiento del hombre tiene muchos otros niveles que son de mucha importancia. Veámoslos:

Nivel biológico. (4) Para Piaget el mismo cuerpo es un conocimiento. El considera nuestro organismo como el fruto del proceso de evolución de la vida durante millones de siglos: durante toda esta evolución, la naturaleza fue acumulando en nuestro organismo una increíble sabiduría. Por esto, hoy nos admira la perfección de cada uno de nuestros sentidos; la perfección de todo el sistema nervioso y de cada una de las partes de nuestro organismo. Esto es lo que constituye, en la teoría de Piaget, los conocimientos biológicos: es decir, con nuestro cuerpo nosotros recibimos una increíble sabiduría que nos legó la evolución de la vida a lo largo de siglos.

Estos conocimientos biológicos, como es obvio, no los recibimos maduros: se empezó con una primera célula que fue fecundada en el vientre materno y de allí continuó evolucionando hasta el nacimiento, hasta lograr la adolescencia, hasta lograr la madurez de la vida.

Como una aplicación a la educación del adulto campesino podríamos indicar la necesidad de una conveniente alimentación: para organismos mal alimentados les queda difícil lograr su plenitud humana, pues los distintos niveles del conocimiento se interrelacionan entre sí, de tal manera que con un organismo mal desarrollado, mal nutrido, queda muy difícil lograr la plenitud de la personalidad humana a que estamos llamados.

Nivel motor.- (5) Para Piaget nuestros movimientos son un verdadero conocimiento, un conocimiento de una importancia muy grande. Podríamos poner algunos ejemplos de este tipo de conocimiento tan novedoso: la ciencia de una mecanógrafa está en la riqueza de sus reflejos: la mecanógrafa no alcanza a pensar en qué dedo mueve para escribir: simplemente mira el texto que tiene que copiar y los dedos se mueven en virtud de sus conocimientos motores. Podríamos pues decir, que los conocimientos motores están constituídos por el conjunto de nuestros reflejos. (6)

En la vida campesina encontramos numerosos ejemplos de conocimientos motores en el trabajo del hombre se encuentra el manejo del machete, del hacha, del azadón, de todos sus instrumentos de trabajo. La pericia en el manejo de cada uno de estos instrumentos supone una enorme riqueza de reflejos para que el trabajo resulte efectivo. El campesino pues, en su trabajo posee un verdadero acervo de conocimientos reflejos.

Respecto de la mujer campesina, podríamos decir algo semejante: todo el trabajo que comprende el arreglo de la casa, el tejer la ropa, el hacer los alimentos, el colaborar con el esposo en las tareas del campo, supone, también en la mujer, un acervo muy grande de reflejos que constituyen sus conocimientos motores.

Lo notable en el señor Piaget, es que nos presenta este conjunto de reflejos como un verdadero conocimiento. Para él, los conocimientos motores tienen su espacio propio, distinto del espacio euclidiano que estudiamos en la geometría, y distinto del espacio prospectivo que se estudia en las escuelas de arte: el espacio motor es un espacio curvo muy semejante al espacio topológico. (7)

Los conocimientos motores tienen también su tiempo propio, muy distinto del tiempo absoluto que estudiamos en nuestras clases de filosofía; semejante, mas bien, al tiempo en el cual se mueven los niños antes de los tres años que resulta un tiempo muy relativo. (8)

Los conocimientos motores tienen también su lógica propia: como necesitamos combinar nuestras ideas de manera correcta para que nuestros pensamientos resulten efectivos; de la misma manera necesitamos combinar nuestros movimientos de manera rigurosamente correcta, es decir, rigurosamente lógica, para que el conjunto de los movimientos resulte efectivo. Esto es lo que se llama la lógica de los conocimientos motores. (9)

Otro punto de interés, en el señor Piaget, respecto a los conocimientos motores, es la importancia que éstos tienen en el desarrollo futuro de la inteligencia: para él, prácticamente, resulta imposible, o muy difícil, desarrollar la inteligencia si primero no se han desarrollado los conocimientos motores. Pero a la inversa, una vez que se poseen buenos conocimientos motores, hay buenas esperanzas de desarrollar la inteligencia.

Aquí ya podríamos ir adelantando alguna explicación de la teoría de Piaget para la educación extraescolar del adulto campesino. El adulto campesino posee un buen acervo de conocimientos motores y ello da esperanza para una buena educación de toda su personalidad. Además, el adulto campesino posee muy buenas posibilidades de enriquecer todavía más el conjunto de sus conocimientos motores con práctica mejor, más adecuada del trabajo y con ello se aumentan las posibilidades de promover todos los factores de su personalidad humana integral.

<u>Los conocimientos intuitivos</u>. (10) El señor Piaget da el nombre de conocimientos intuitivos a lo que nosotros llamamos conocimiento sensitivo: únicamente que él lo estudia con mucha detención respecto a las edades del nacimiento de los conocimientos intuitivos en sus distintos aspectos.

Pongamos solamente un ejemplo: el espacio. Los conocimientos intuitivos poseen su espacio propio, distinto del espacio euclidiano, propio de la inteligencia. El espacio prospectivo es un espacio sin paralelas, y por eso nosotros vemos que los rieles del ferrocarril tienden a unirse, a

encontrarse en el punto de fuga; y es un espacio sin dimensiones fijas, y por eso para nosotros se agranda un edificio cuando nos acercamos a él y se achica un edificio cuando nos alejamos de él. El espacio prospectivo tiene pues, sus características propias, distintas del espacio euclidiano. (11).

Lo mismo sucede con el tiempo intuitivo que es distinto del tiempo absoluto propio de la inteligencia. (8) y cosa semejante sucede con la lógica que emplea el niño a nivel de las instituciones que es distinta de la lógica aristotélica que nosotros aprendimos en nuestro cuarto año de bachillerato. (9)

Respecto a la importancia de los conocimientos intuitivos, ya la antigua filosofía decía que no puede existir nada en el entendimiento si primero no ha estado en la sensibilidad: es decir, que para el nacimiento y desarrollo de la inteligencia son de absoluta necesidad los conocimientos intuitivos.

A este respecto, y aplicándolo ya a nuestro objeto propio del adulto campesino, tenemos que conceder que el adulto campesino se encuentra pobre en conocimientos intuitivos: mi parecer es que le faltó un gran ejercicio de los conocimientos intuitivos. Pienso que su imaginación y sus sentimientos y todo el conjunto que constituyen los conocimientos intuitivos no se desarrollaron suficientemente en el adulto campesino debido al medio en el cual creció. Esto constituye un verdadero problema para la educación extraescolar del adulto, problema que tenemos que afrontar.

Los conocimientos operatorios. (12)- Piaget llama conocimientos operatorios a lo que nosotros llamamos inteligencia. De acuerdo a su experimentación los conocimientos operatorios, efectivamente, nacen hacia los 7 años. Pero ya un hallazgo notable en la experimentación del señor Piaget, constituye el hecho de que la inteligencia no nace toda a los 7 años: solamente la primera categoría intelectual nace a los 7 años: las otras categorías intelectuales van naciendo desde los 7 hasta los 14 años.

Pongamos algunos ejemplos: como cosa ordinaria, la primera categoría que nace es la categoría de cantidad, hacia los 7 años. (13) Hacia los 9 años suele nacer la categoría de densidad. Hacia los 12 años nace la categoría de velocidad, como relación entre el tiempo y el espacio. (14) Hacia los 14 años nace la categoría aceleración; y a veces se encuentran bachilleres que todavía no distinguen la aceleración de la velocidad.

Al menos para mí personalmente, constituyó un verdadero hallazgo este nacimiento progresivo de las distintas categorías. Yo tenía la idea de que toda la inteligencia nacía a los 7 años; pero ante las experiencias del señor Piaget, me ví obligado a cambiar mis criterios y conceder que, efectivamente, la inteligencia va naciendo lentamente de los 7 a los 14 años. Y si a veces a la edad de 10 a 12 años nos parece que la inteligencia ya ha nacido, ello se debe a la enorme perfección a que llegan los conocimientos intuitivos, pero no a que hayan nacido las categorías operatorias propiamente tales.

Los conocimientos formales: (15) Piaget llama conocimientos formales a los que proceden del trabajo de la inteligencia sobre otros conocimientos anteriores: es algo a lo que en nuestra antigua filosofía llamábamos conocimientos análogos.

Estos conocimientos formales empiezan a nacer a los 14 años. Lo notable es que suelen estar unidos al nacimiento de otras dimensiones de la personalidad, de una grande importancia, como es el amor.

El amor profundo en el hombre parece imposible que nazca antes de los conocimientos formales; suele empezar a nacer hacia los 14 años y a duras penas logra alguna madurez hacia los 21 años.

También las dimensiones de relación de la personalidad que son de grande importancia en la vida humana, son muy pobres antes de los 14 años. Una relación interpersonal profunda, una posibilidad de entregar la propia persona, no empieza a nacer sino hacia los 14 años, simultáneamente con los conocimientos formales.

Al tratar de la educación extraescolar del adulto campesino, no nos referimos a la alfabetización; nos referimos más bien a la madurez de todos los renglones de la personalidad del hombre. Si nos hemos detenido y hemos tomado como base la teoría del señor Piaget, que se dedica casi exclusivamente al estudio de la inteligencia, ello se debe a que las otras dimensiones de la personalidad suelen estar unidas al desarrollo de la inteligencia. Pero nuestro interés al hablar de educación extraescolar del adulto campesino, está en ver cómo promovemos y llevamos a su madurez todos los factores que integran la personalidad humana.

2. Los símbolos

Naturaleza.- Vamos a dar el nombre de símbolo, a un acto del ser humano que guarda alguna proporción de semejanza con la realidad. Pongamos algunos ejemplos:

El remedo. Cuando remedamos a alguna persona conocida hacemos algunas actitudes y tomamos una posición general del cuerpo que guarda alguna proporción de semejanza con la persona remedada. El remedo pues, es un símbolo de la persona remedada.

La señal. Cuando hacemos con la mano una señal de negación de traer alguna cosa, de llevar algo, ejercitamos con la mano unos movimientos que guardan alguna proporción con lo que queremos: que se traiga una cosa o que se lleve. Las señales pues, son símbolos de nuestras intenciones respecto de las cosas.

Las actitudes. Cuando abrimos los ojos en señal de admiración, esta actitud general guarda una proporción de semejanza con la admiración de nuestro espíritu. Cuando fruncimos el ceño en señal de disgusto, esta actitud guarda alguna proporción de semejanza con el disgusto que sentimos en nuestro espíritu. Las actitudes pues, son símbolos porque guardan alguna proporción de semejanza con las realidades.

Respecto a los conocimientos de Piaget, podemos decir que también son símbolos:

Los conocimientos biológicos: nuestro cuerpo guarda alguna proporción de semejanza con el medio en el cual crecimos. Así, la raza negra indica el calor del Africa; la raza blanca indica la temperatura propia de las zonas templadas.

De que los conocimientos motores sean un símbolo, vimos ya unos ejemplos al tratar de las señales: ellas son conocimientos motores y ellas son símbolos. Lo mismo podremos decir de los otros conocimientos motores: el conjunto de movimientos que ejercita un albañil o un labrador, por una parte realizan su tarea, pero por otra parte la significan, guardan una proporción con la tarea que están ejercitando; por este motivo son muy distintos los movimientos del albañil de los movimientos del agricultor, porque simbolizan cosas distintas. Los movimientos motores pertenecen pues, también, al orden simbólico.

Quizás resulte para nosotros más claro comprender que los conocimientos intuitivos son también símbolos, porque son actos humanos que guardan alguna proporción con la realidad. Así, aunque al alejarnos de un edificio, el edificio se empequeñece en nuestra imagen visual, todavía continúa teniendo alguna proporción con la realidad, dada la distancia a que ahora vemos el edificio.

Importancia de los símbolos.- (16) Piaget da una enorme importancia al ejercicio simbólico en el desarrollo de nuestras cualidades mentales. Dedica todo un tomo a esta materia, al nacimiento del símbolo en el niño, su desarrollo, y su influjo en la evolución de la inteligencia.

Piaget nos cuenta que cada vez que el niño descubre una categoría simbólica, sea de tipo motor, sea de tipo intuitivo, la ejercita profusamente con el objeto de vigorizarla y poder alcanzar el paso siguiente en el desarrollo de sus conocimientos.

Así, cuando un niño encuentra que moviendo algún objeto se produce un ruido especial, lo sacude intensamente, se goza mucho en este movimiento, porque necesita ejercitar la efectividad de sus símbolos motores.

Lo mismo sucede con los símbolos verbales: cuando encuentra una palabra, juega mucho con ella, la pronuncia constantemente, para fortalecer el nuevo símbolo encontrado. Si observamos el juego de los niños, el juego a ladrones y policías de los muchachos, o el juego a visitas de las niñas hallaremos con Piaget, que todo ello no es más que un ejercicio del orden simbólico.

La naturaleza ha dado a los niños esta inclinación que para ellos resulta agradable, de ejercitar el orden simbólico, porque de hecho es una necesidad para poder alcanzar las metas siguientes en el desarrollo de la inteligencia.

Tratando de la educación extraescolar del adulto campesino, notábamos su deficiencia en el ejercicio simbólico a nivel intuitivo. Nos parece que el niño del campo tiene poca oportunidad de ejercitar sus símbolos intuitivos, en parte porque las tareas del campo lo llaman al trabajo en edad muy temprana, y en parte, porque la vida rutinaria del campo le ofrece pocos nuevos símbolos para ejercitar. De esta manera, quedando el niño retrasado en su ejercicio simbólico de nivel intuitivo, le queda muy difícil al adulto campesino progresar en el desarrollo de su inteligencia y de toda su personalidad.

Sin embargo, la misma naturaleza que dotó al niño del gusto por el ejercicio simbólico, ha previsto la posibilidad de que el adulto desarrolle sus facultades mentales y volitivas u otro tipo de ejercicio semejante: el ejercicio de los consímbolos. Como al niño le gusta el ejercicio simbólico, al adulto le gusta el ejercicio consimbólico. Como al niño lo lleva al progreso de sus facultades espirituales el ejercicio simbólico, no dudamos de que al adulto lo pueda llevar a enriquecer los distintos factores de su personalidad el ejercicio consimbólico. Esta es la solución que presentamos al problema propuesto.

III. APLICACION A LA EDUCACION DEL CAMPESINO ADULTO LOS CONSIMBOLOS

Si la clave para la educación extraescolar del adulto campesino la encontramos en el ejercicio de los consímbolos, necesitamos detenernos un poco a estudiar la naturaleza de este tipo de simbolismo.

1. Naturaleza de los consímbolos. (18)

De los símbolos decíamos que eran actos humanos que guardaban alguna proporción con la realidad. Los consímbolos son igualmente actos humanos que guardan alguna proporción con la realidad. La diferencia entre estos dos tipos de signos está en que el símbolo es producido por un individuo y el consímbolo es producido por una comunidad.

Para entender este punto pongamos también algunos ejemplos, como lo hicimos al explicar el símbolo. Las leyes. Las leyes son realidades que significan obligaciones o derechos. Son pues, símbolos; pero son símbolos que no pudieron ser producidos por un individuo; tuvieron que haber sido producidos por una comunidad, al menos en su aceptación. Las leyes pues, son consímbolos.

Otro ejemplo de consímbolos nos lo dan los oficios de las personas: por ejemplo, el alcalde. El ser alcalde es un símbolo porque indica una determinada autoridad en la población. Pero el ser alcalde no puede ser producido por un solo individuo, dice relación a toda una comunidad y sin una comunidad el alcalde no tiene ningún sentido.

Otro ejemplo nos lo dan las costumbres. Respecto al matrimonio, por ejemplo, las costumbres de cada sitio indican quién debe proponer el matrimonio, qué debe aportar cada una de las partes al futuro hogar, y muchas cosas más. Esto no está sancionado por ninguna ley, sino por las costumbres de los lugares. Pero éstas mismas costumbres son completamente inexplicables sin una comunidad, no pudieron haber sido el fruto de un solo individuo, son consímbolos, porque expresan los sentimientos de una comunidad respecto al matrimonio. Lo mismo podríamos decir de otras costumbres.

Tratándose del símbolo, llamamos sujeto a la persona que lo produce. Tratándose del consímbolo, preferimos dar el nombre de COMUNICADOR a la persona que lo presenta o a la comunidad que lo produce, para indicar que se trata no de un sujeto individual sino de una comunidad. Por este motivo preferimos este nombre.

Tratándose de un símbolo se puede dirigir a una persona singular, a un TU, decimos en filosofía. Tratándose de consímbolos, ordinariamente ellos están dirigidos a una comunidad y por eso, le damos el nombre de COMUNICATARIO a la persona a la cual dirigimos el consímbolo, porque normalmente en ella está representada la comunidad.

A este mismo COMUNICATARIO o persona a la cual dirigimos el consímbolo, le damos también el nombre de INTERPRETE, porque ella no recibe el consímbolo de manera pasiva sino de manera activa; interpreta el símbolo de acuerdo a su propia situación. Y le damos también el nombre de CONECTADOR, porque la persona que recibió el consímbolo, normalmente lo transmite a otra persona y se constituye así en vínculo de unión de la comunidad. A esto se debe también el nombre de CONECTADOR que se da al COMUNICATARIO.

Tratándose del símbolo, llamamos objeto aquello con lo cual guarda el símbolo alguna proporción de semejanza. Tratándose de consímbolos, le daremos ordinariamente el nombre DENOTADO y CONNOTADO, debido a que los consímbolos suelen ser de representación múltiple, es decir, suelen representar no una sola cosa sino una enorme riqueza de objetos y circunstancias.

Tratándose por último del símbolo, llamamos circunstancias, a las cosas que influyen en el significado del símbolo. Tratándose de consímbolo, preferimos el nombre de INTERPRETE, porque ese conjunto de cosas modifica el símbolo haciéndolo variar en su significación, pero a su vez el símbolo modifica la estima que nosotros tenemos de esas mismas cosas.

Pongamos un ejemplo para aclarar todo esto: tomamos un consímbolo. Las insignias de un oficial.

Las insignias de un oficial son un consímbolo, pues las produjo no un individuo sino toda una comunidad, más aún una larga historia se necesita para poder explicar las insignias de grado que hoy lleva un oficial en sus charreteras. El COMUNICADOR pues, del consímbolo es toda una comunidad con su historia.

Las insignias del oficial tienen como COMUNICATARIO, no solamente al oficial sino también al conjunto del ejército y de la sociedad a la cual se indica que esa persona en adelante tiene unos derechos y deberes con el ejército y con la sociedad en general. El consímbolo de las insignias va dirigido pues, no solamente al oficial que las recibe, sino al ejército y a la sociedad entera.

El DENOTADO de las insignias indica todos los derechos y deberes que de allí en adelante recibe el oficial a quien se imponen las insignias. La significación de las insignias pues, no es algo simple. Indican todo un código de derechos, dignidades y honores. Por esto indicamos antes que los consímbolos son extraordinariamente ricos en su significación.

El INTERPRETANTE de las insignias son las circunstancias en las cuales se imponen las insignias. Pues esta imposición de insignias significa una cosa si se realizan dentro de una comedia en un teatro o si se realizan en el patio de armas de un cuartel. En el primer caso no son más que una parte de una comedia, que nos hace reír; en el segundo caso, la persona que recibe las insignias, recibe realmente el grado que ellas significan.

Resumamos nuevamente el ejemplo; tratándose del consímbolo "insignias de un oficial", el COMUNICADOR es la sociedad entera que eleva un grado la categoría de un oficial. El COMUNICATARIO es igualmente la sociedad entera y el ejército al cual se le indica que de ahí en adelante ese oficial tendrá dignidad y atribuciones especiales. El DENOTADO y CONNOTADO del consímbolo "insignias", serán los derechos y obligaciones que en adelante tendrá ese oficial. Y el INTERPRETANTE según las circunstancias en las cuales ese oficial recibió sus insignias.

Para indicar todavía más el valor de los consímbolos, conviene añadir otros ejemplos, además de los expuestos más arriba:

El Lenguaje. Ciertamente con el lenguaje indicamos cosas. El lenguaje pues, es un símbolo. Sin embargo, nos parece que es también un consímbolo, pues el lenguaje no puede explicarse sin una comunidad, es decir, el lenguaje es producido por una comunidad y no por un sujeto individual. El sujeto del lenguaje es un verdadero COMUNICADOR. Además, el lenguaje aunque en un momento dirijamos la palabra a una persona individual, esa persona individual está cargada de sentimientos y de valores que corresponden a su comunidad y que tendremos que tener en cuenta; así pues, aunque el lenguaje en algún momento se dirija a un individuo, este individuo es un verdadero COMUNICATARIO, porque en él está representada una comunidad.

Además, el lenguaje aún en el simple tono, suele tener un CONNOTADO y DENOTADO, pues en el tono del lenguaje decimos mucho más de lo que dicen las palabras.

Y el lenguaje también es interpretado de acuerdo a las circunstancias, pues una palabra que en unas circunstancias determinadas resulta inofensiva, cambiadas esas circunstancias la palabra también cambiará de sentido. Las circunstancias pues, son para el lenguaje un verdadero INTERPRETANTE.

Otro consímbolo de importancia, son los valores, las cosas que nosotros estimamos. Un ejemplo de valor entre la sociedad campesina suele ser, por ejemplo, la habilidad en enlazar un toro bravo. Esta habilidad no tiene sentido sin una comunidad; sin una comunidad un individuo no llegaría a adquirir esa habilidad, ni esa habilidad sería estimada fuera de toda comunidad. Por eso el sujeto de ese valor es un verdadero COMUNICADOR, es decir, es una comunidad. Este mismo valor de enlazar un toro bravo con habilidad, tiene relación con una comunidad. No se trata simplemente de felicitar a un obrero porque tiene esta habilidad, pues si esta habilidad es estimable es porque representa una utilidad para la comunidad, y así en una ciudad esta habilidad no suele representar absolutamente nada.

El DENOTADO y CONNOTADO de esta simple habilidad, de este valor social, suele ser lo que ella representa. Este valor indica un medio agrario y ganadero. Fuera de este medio ese consímbolo no tiene sentido. El INTERPRETANTE. De acuerdo a las circunstancias, esta habilidad podrá significar buena o mala intención y muchas otras cosas más. Todo esto depende del INTERPRETANTE.

La misma ciencia probablemente no es más que un consímbolo, puesto que la ciencia no es el fruto de un individuo, sino de una comunidad, dado que toda ciencia tiene su historia, y la ciencia tiene un verdadero COMUNICATARIO, pues tampoco se ha hecho para el bien de un individuo singular, sino para el bien de la comunidad. Y el tipo de ciencia tiene su DENOTADO y CONNOTADO, es decir, la ciencia significa lo que dice, pero ordinariamente significa también el tipo de civilización dentro del cual se elaboró esa ciencia. Y la ciencia tiene también su INTERPRETANTE, pues las circunstancias suelen hacer más o menos benemérita esa ciencia.

3. Valor educativo de los consímbolos

a) Valor de relación entre persona y consímbolos. La comunidad construyó los consímbolos, pero a su vez los consímbolos construyen la comunidad. Pongamos un ejemplo de esto:

El deporte: Hay tipos de deporte que son consímbolos, porque solamente los puede ejercitar un conjunto: como el fútbol o el basquetbol. Estos deportes los construyó la comunidad: son consímbolos que representan el valor que la comunidad da al ejercicio físico. La comunidad pues, construyó ese tipo de consímbolos; pero a su vez ese tipo de consímbolos, el deporte, construye a la comunidad, pues una comunidad que ejercita el deporte adquiere numerosos valores sociales. Así pues, repetimos lo dicho al principio: la comunidad construye los consímbolos, pero a su vez, los consímbolos construyen, educan a la comunidad.

b) Valor de relación entre las personas. Las personas nos relacionamos principalmente por medio de consímbolos: las palabras son consímbolos; las actitudes son consímbolos; y las personas nos relacionamos por medio de

palabras y actitudes. El ejercicio consimbólico pues, fortalece el valor de relación entre las personas, fortalece la comunidad.

Pongamos un ejemplo a este respecto: El amor humano. Las relaciones entre un joven y una joven empiezan por algún ejercicio de consímbolos, alguna conversación, alguna atención especial. Si el ejercicio consimbólico entre los novios se aumenta, se aumenta también su amor. Este ejercicio consimbólico se puede aumentar con la frecuencia de visitas, las cartas, los regalos, las atenciones, etc. Pero si el ejercicio consimbólico disminuye, disminuye también el amor de los novios; si no vuelve a haber visitas, ni cartas, ni saludos, ni razones, ni atenciones, poco a poco las primeras relaciones se acabarán. El ejercicio consimbólico es pues, fundamental en las relaciones humanas.

Quizá convenga poner otro ejemplo: los esposos. El amor de los esposos nació, como lo acabamos de ver, de un ejercicio consimbólico; pero el amor de los esposos necesita continuar fortaleciéndose con este ejercicio consimbóloco, pues también el amor de los esposos desaparece si no se cultiva con el ejercicio de los consímbolos. Si los esposos no se dan muestras de afecto, no tratan sus mutuos problemas en conversaciones, no se muestran su mutuo respeto en deferencias, el amor de los esposos se irá enfriando y terminará por acabarse. El ejercicio consimbólico es pues, fundamental en todas las relaciones humanas.

Las relaciones entre padres e hijos están mal, no solamente en la ciudad sino también en el campo. Este mal estado de las relaciones entre padres e hijos, nos parece, se debe a que no existe ejercicio consimbólico suficientemente rico entre las dos generaciones: los padres tratan poco con los hijos y de esta manera los hijos se van distanciando de los padres. Si se enriqueciera el ejercicio consimbólico entre las dos generaciones, el trato mutuo, el hablar los problemas, las muestras de atención y de respeto, las dos generaciones fortalecerían sus vínculos y con ello se fortalecería toda la familia.

c) Valor de interpretación. El significado de un consímbolo, lo dijimos ya, depende en gran parte del interpretante, es decir, de las circunstancias. Para explicar esto

pusimos el ejemplo de las insignias de oficial que recibe un individuo, bien sea dentro de una comedia de teatro, bien sea en el patio de armas de un cuartel.

El aspecto que nos interesa ahora es que, de parte del adulto campesino, se pide un ejercicio mental, y de toda la personalidad, para interpretar el consímbolo en relación con las circunstancias. Dado que el consímbolo varía de sentido de acuerdo a las circunstancias, se supone que el comunicatario tiene que ejercitar su interpretación tanto de las circunstancias como del consímbolo para hallar el sentido correcto de las cosas. Este ejercicio de interpretación enriquece notablemente el entendimiento de los adultos.

Es tan obvio que el adulto tiene que ejercitar su entendimiento para interpretar el consímbolo de acuerdo al interpretante, que no creemos necesario poner ejemplos al respecto. Solamente insistimos en que se debe enriquecer el ejercicio consimbólico para darle oportunidad al adulto campesino de vigorizar sus fuerzas mentales.

d) Ejercicio de las dimensiones humanas. Ya hicimos notar que el significado del consímbolo depende no solamente del COMUNICADOR sino también del COMUNICATARIO y del INTERPRETANTE. Notamos también que en el ejercicio consimbólico además del entendimiento entran otros factores humanos como la afectividad: esto lo notamos al hablar de cómo el consímbolo fortalece las relaciones entre las personas.

Si el consímbolo pues, ejercita todos los valores de la actividad humana dado que los conocimientos motores son consímbolos; ejercita todos los valores correspondientes al orden intuitivo como son la sensibilidad y la imaginación; ejercita los valores del orden operatorio como son nuestros conocimientos intelectuales; y ejercita todo el orden de nuestros afectos: podemos pues decir, con todo derecho, que el ejercicio consimbólico fortalece todos los valores de la personalidad humana.

4. Ejercicio consimbólico

Vista la naturaleza de los consímbolos y el valor que estos consímbolos poseen para la educación de todas las

dimensiones humanas, nos queda únicamente indicar en qué grado y en qué renglones se podría aplicar toda esta teoría a la educación extraescolar del adulto campesino. Pondremos los ejemplos que se nos han ocurrido al respecto:

Deporte. Arriba, en algún ejemplo, indicamos ya cómo el deporte es un ejercicio consimbólico, y cómo enriquece la comunidad en su aspecto físico, en el orden de los conocimientos biológicos, en el orden de los conocimientos motores y en una serie de dimensiones afectivas de la comunidad. Ahora bien, nos parece que este ejercicio consimbólico del deporte puede estar perfectamente al alcance del adulto campesino.

El trabajo común. El trabajo, de todas maneras, es un consímbolo, pues ninguna de las artes actuales se explicaría sin una historia, sin el aporte que las generaciones pasadas han traído a la perfección de cualquier arte, de cualquier trabajo. Ni siquiera los instrumentos más sencillos de trabajo son explicables sin el aporte de la comunidad, sin una historia, esto nos hace todavía más evidente que el trabajo es un consímbolo.

Así pues, si el trabajo es un consímbolo, el trabajo tiene que poseer en sí toda la riqueza propia de los consímbolos para promover la personalidad humana total. Y si en la actualidad el trabajo resulta deprimente y odioso, el defecto no puede estar en el mismo trabajo; el defecto está probablemente en la situación social general, en lo que llamamos el INTERPRETANTE, que ha llegado a hacer odioso y deprimente el trabajo.

Como en la actual sociedad el ideal es vivir sin trabajar, tenemos que, solamente trabajan los que se ven obligados a ello, los que se consideran derrotados de la vida. De esta manera, el trabajo ha pasado a ser el castigo de la derrota en la vida y pasa a oprimir las conciencias de los hombres. Pero esto no se debe al trabajo en sí, que es un consímbolo de altísimo valor educativo, sino a un mal general que se halla en el orden del INTERPRETANTE, es decir, en el orden de la sociedad en su totalidad.

Nos parece que para redimir al trabajo del estado en que se encuentra y devolverle la dignifidad que merece, y devolverle todo su potencial de educación, sería de mucha utilidad el trabajo en común.

En los trabajos comunes que se pueden organizar en cualquier vereda campesina, el signo de consímbolo de cosa producida por toda la comunidad pasa a ser más evidente en el trabajo: de esta manera el trabajo se hace más agradable y sirve para unir más los miembros de la comunidad.

En la actualidad el trabajo en el campo tiene un aspecto bastante individualista, cada uno trabaja su propia tierra. Con este tipo de trabajo individualista se pierde bastante el aspecto educador del trabajo, pues en vez de servir para fortalecer todavía más las relaciones humanas, sirve para distanciar a las personas. Inclusive el esposo se suele sentir, por el trabajo, distanciado de la esposa y de los hijos, pues tiene la conciencia de que es la esposa y son los hijos los que lo están obligando a la esclavitud del trabajo. De esta manera, el trabajo individual en vez de tener el poder ordinario de los consímbolos, de fortalecer las relaciones humanas, más bien sirve para distanciar las personas.

Nos parece pues, lo indicamos de nuevo, que en las veredas se puede y se debe organizar algún tipo de trabajo comunitario; pues de esta manera el trabajo vuelve a adquirir su carácter de consímbolo con todo su poder de educación.

En mi pequeña observación campesina, he podido comprobar que en los trabajos comunes la gente se encuentra más alegre, trabaja con más gusto, se fatiga menos, las relaciones humanas se aumentan y suelen volver más contentos a sus propios hogares.

<u>El arte</u>. El arte es un consímbolo, pues los productos del arte no tendrían sentido sin una comunidad a la cual se dirige el artista para expresarle sus sentimientos. Además, el arte presenta una historia y una vez que presenta una historia significa con toda claridad que es producto, no de un individuo, sino de la comunidad humana a lo largo de los siglos.

Así pues, si el arte es consímbolo, el arte tiene que tener en sí todo el poder educativo propio de los consímbolos.

Para fortuna nuestra, en el tema que nos interesa, el ambiente del adulto campesino ofrece bastantes posibilidades para aumentar el arte popular. Nos parece que dentro del campo, el arte sería fomentable en los siguientes renglones: teatro, canto, danza, música, artesanía.

Al decir teatro, nos referimos no a piezas teatrales muy escogidas, sino a que los campesinos aprendan a expresar por medio del teatro algunas situaciones de la vida aunque sean sencillas. También a este respecto puedo ofrecer mi pequeña experiencia: he observado que en el campo cuando se anuncia alguna pequeña representación, los campesinos acuden con sumo gusto a verla. Este gusto no tiene nada de extraño dado que el arte implica un ejercicio consimbólico, y el ejercicio consimbólico es agradable a la comunidad. Además de este agrado, los que asisten al teatro, suelen aprender muchas cosas y aumentan también sus relaciones interpersonales.

Respecto al valor educativo del teatro piénsese en el ejercicio que en los artistas implica la preparación de la pieza: ejercicio mental, ejercicio de vocalización, ejercicio de expresión. Y piénsese en el ejercicio que de parte de los asistentes implica la pieza teatral: ejercicio de interpretación de cada uno de los detalles representados en la obra de teatro. No insisto más en este aspecto, pues creo que haya acuerdo en el valor educativo del teatro.

Canto, danza, música. Estos tres aspectos los trataremos al tiempo, pues ordinariamente se encuentran unidos o pueden encontrarse.

Que el canto, la danza y la música sean ejercicios consimbólicos producidos por toda la comunidad y dirigidos a la comunidad y cuyo significado dependa en gran parte del INTERPRETANTE nos parece cosa evidente, dado que todo ello tiene historia y, por consiguiente, es fruto de la comunidad. Además con mucha frecuencia los cantos son ejercitados por coros. Las danzas suponen al menos parejas y ambiente, y la música suele estar interpretada también por conjuntos musicales. Con estos detalles me parece que queda claro que, canto, danza y música, pertenecen al orden consimbólico.

No creo que haya duda respecto a la posibilidad de ejercitar canto, danza y música por parte de adultos campesinos, pues en los campesinos suele haber muy buenas cualidades a este respecto; faltaría darles el ambiente propicio para ejercitarlas y hallaríamos verdaderos valores en nuestro pueblo.

Respecto a la educación de estas artes, indicó solamente algunos renglones en los cuales ellas influyen. Estos renglones serían los siguientes: la sensibilidad, la expresión, la imaginación, la comunicación y la relación tanto entre los artistas como con todo el público, con toda la comunidad. Parece que la simple enumeración de estos renglones de la personalidad, cultivados por canto, danza y música, es suficiente para que recordemos el valor de educación que poseen estas artes.

Respecto a la artesanía, parece innecesario insistir en las posibilidades que ofrece el adulto campesino para el ejercicio de una artesanía. Pues todos conocemos las cualidades que suelen existir entre los campesinos a este respecto. Es tan claro esto que inclusive está ofreciendo un renglón de exportaciones al país.

Foro. Entendemos por foro la reunión de la comunidad con el objeto de tratar, en ambiente propicio, problemas comunitarios o de toda la nación. Como se ve, si esto se logra establecer, sería un medio muy rico para el progreso de la inteligencia de toda la personalidad del adulto campesino.

El foro los obligaría a concretar sus ideas con respecto a un problema, a ordenarlas debidamente, a expresarlas con corrección, a emplear con técnica la acción y los distintos recursos de la oratoria. El foro además de ejercitar la inteligencia y la expresión, es muy útil para educar todo el orden de la afectividad y de las pasiones humanas que en el adulto campesino se suelen hallar en estado bastante primitivo, y por esta causa suelen presentar explosiones a veces trágicas. El foro les ayudaría a expresar sus distintas emociones de manera constructiva y no destructiva.

Que el foro sea consímbolo nos parece claro, pues el foro no es realizable más que por una comunidad, dirigida a ella misma y en relación con todas las circunstancias que rodean esta comunidad.

La propiedad comunitaria. La propiedad es un símbolo de la posesión del hombre sobre la tierra o sobre las cosas. Este símbolo se suele hallar en algunos papeles que son los derechos, o también en el rastro que dejó la actividad o el uso humano sobre la tierra o sobre las cosas.

Cuando este símbolo es de tipo exclusivamente individualista, sirve más bien para distanciar las personas entre sí, pues con mucha frecuencia hay litigios entre los esposos por sus propiedades individuales; y las familias se suelen dividir y separar para siempre, una vez que tienen que repartirse de manera individual la herencia recibida de los padres. La propiedad pues, a nivel de símbolo, presenta ventajas pero presenta también inconvenientes.

Si en las veredas se logra establecer propiedad comunitaria o si se enriquece la ya existente, entonces la propiedad adquiere la categoría de consímbolo, pues el COMUNICADOR ya no sería un individuo sino la comunidad la que pasa a tener el dominio de alguna cosa o de alguna tierra, y el COMUNICATARIO tampoco sería un individuo sino sería nuevamente la comunidad de vecinos o de la población entera.

Nos parece pues, que la propiedad a nivel de consímbolo, es decir, la propiedad comunitaria ya no presenta las desventajas de la propiedad privada, muy al contrario, sirve para unir a todos los miembros de la comunidad en vez de separarlos. Además, tiene el valor de dar el sentido de comunidad. Pocas cosas tienen tanta fuerza para dar el sentido de comunidad como la propiedad comunitaria.

Culto. La comunidad expresa sus distintos valores con distintos consímbolos: con el deporte expresa su estima por el desarrollo físico, por el desarrollo corporal; con el trabajo común expresa su unión en los problemas de la vida; con el arte expresa sus sentimientos, sus aspiraciones; con el foro pone de manifiesto sus problemas comunes para hallarles solución igualmente común; con la propiedad

comunitaria se expresa quizás de la manera más viva el sentido de unidad de todos los vecinos.

La comunidad suele tener un orden de consímbolos para expresar un orden de valores. Cuando se trata de expresar los valores que considera supremos para el hombre y para todo el universo, porque indican los destinos últimos de la comunidad y del universo, para este orden de valores suele tener un sistema de consímbolos a los cuales se les da el nombre de culto.

Como tenemos distintas concepciones respecto al último destino de la comunidad humana y del universo, así también hay distintos tipos de culto entre los hombres, pero todos ellos nos parece que pertenecen al orden consimbólico, pues son la expresión de toda la comunidad sobre sus destinos últimos.

Somos pues de parecer que el ejercicio del culto, aunque sea de distintos cultos, es también un elemento enriquecedor en el adulto campesino. Claro que podría también presentar defectos deprimentes, como lo suele presentar cualquier remedio humano, pero purificado de estos defectos, puede ser un elemento de gran valor en la educación extraescolar del adulto campesino.

5. Resultados previsibles

Como nos mostramos muy optimistas respecto al poder educativo de los consímbolos, nos preguntamos qué efecto podría producir este ejercicio consimbólico en una comunidad campesina y nos pareció que los buenos frutos del ejercicio consimbólico se podrían catalogar en tres renglones: 1o.) una disminución de algunos vicios que hoy se encuentran generalizados en el sector campesino; 2o.) un aumento de las relaciones humanas, y 3o.) un enriquecimiento de los sistemas conceptuales. Veamos estos aspectos por separado.

a) Vicios. La embriaguez, Desgraciadamente la embriaguez se halla muy extendida en nuestros campos, con perjuicio tanto de la salud física como de las fuerzas mentales, como del bienestar familiar y de la comunidad.

Esta embriaguez puede tener muchas razones, pero alguna de sus razones es la soledad en que se encuentra el campesino por su falta de comunicación tanto en la familia como en su ambiente. El hallarse muy reconcentrado porque no sabe expresar convenientemente los muchos sentimientos que siente en el espíritu, y la depresión general que experimenta al sentirse condenado al trabajo, dado que en nuestros medios el trabajo no es estimado.

Nos parece que el ejercicio consimbólico serviría mucho para disminuír este vicio en la sociedad campesina, al quitar los efectos, o gran parte de los efectos, que lo originan: pues ya vimos que el ejercicio consimbólico aumenta la relación, hace que el hombre se pueda expresar mejor, se sienta mejor en su familia y en el círculo de sus amigos, y dentro del ejercicio consimbólico el trabajo pasa a ser algo muy estimado; dejaría el hombre de sentirse un esclavo porque tiene que trabajar y buscaría, al contrario, la realización de su personalidad en el trabajo.

De esto ya tenemos algunas experiencias: conozco un pequeño poblado del departamento de Antioquia, en donde se estableció el deporte, medios de deporte popular. Este deporte disminuyó tanto el consumo de alcohol, que tuvieron que cerrar muchas cantinas. Los cantineros resolvieron atacar el deporte valiéndose de la fuerza física, pues comprendían que los estaba arruinando. A su vez el pueblo defendió su deporte y mientras unos jugaban, otros mantenían las armas en las manos para defenderse de los que los querían apartar del deporte, en el cual el pueblo se sentía tan bien, descansaba tanto y volvía tan satisfecho a su hogar por la noche.

Las riñas. Es otro defecto que se encuentra en nuestros campos. Hablando con jueces y policías, lo narran a uno que los campesinos con mucha frecuencia se matan por motivos enteramente baladíes, y se establecen rivalidades eternas entre familias, que tuvieron un origen completamente depreciable.

Como nos preguntamos la causa de la embriaguez, nos podemos preguntar también la causa de las riñas. No nos parece que esta causa pueda ser el que el hombre esté fundamentalmente mal hecho, hecho profundamente perverso, de

tal manera que odie a su prójimo; no creemos que esta pueda ser la causa de las riñas, aunque ellas sí tienen su origen en un desprecio al prójimo, algunos sentimientos adversos hacia los vecinos. La pregunta pues es cuál es el origen de estos sentimientos adversos hacia los vecinos:

Nos parece que el origen de los sentimientos adversos hacia el prójimo se halla en nuestro sistema de competencia, en el cual cada uno tiene que progresar solo y cada hombre mira a su vecino como competidor, como adversario. Nuestro sistema no nos ha formado para una fraternidad, sino para una mutua competencia que muestra sus extremos naturales en las riñas frecuentes.

Si el ejercicio consimbólico enseña a mirar al prójimo no como competidor sino como colaborador y como hermano, podemos esperar que este ejercicio disminuya también las riñas al quitar sus causas.

A este respecto, tenemos también algunos ejemplos, inclusive graciosos: en un centro donde se practicó el ejercicio consimbólico, los muchachos se negaron a ejercitar el boxeo, ni siquiera por deporte: se sintieron incapaces de dar golpes en la cara a un amigo a quien estimaban profundamente.

El machismo. A nuestros ojos el machismo representa la última manifestación de la dominación de unos hombres sobre otros. En esta escala de dominación estaría primero la dominación de unas naciones sobre otras; luego, la dominación de unas empresas mayores sobre otras pequeñas; después, la dominación de unos hombres que poseen más sobre otros que poseen menos; y por último, la dominación de los que tienen más fuerza, los machos, sobre los que tienen menos fuerza, las mujeres. Por esto a nuestros ojos el machismo es también un resultado del conjunto de nuestro sistema social de dominación mutua.

A este respecto también tenemos esperanzas de que los consímbolos, el ejercicio consimbólico, disminuya este efecto pernicioso de nuestra civilización que se encuentra difundido en todas las clases sociales, pero quizá principalmente en las clases populares. Nuestra esperanza se basa en que el ejercicio consimbólico no favorece la dominación

de unos sobre los otros, sino la colaboración de los unos con los otros. Este es el fundamento de nuestra esperanza. Pero a este respecto todavía no podemos ofrecer experiencias ya realizadas, por ahora se encuentra en el ámbito de la esperanza.

El despilfarro. La mala administración de los fondos es un defecto general de nuestro pueblo que, como todos los otros, posee raíces múltiples, pero algunas de esas raíces serían las siguientes: una falta de estima justa por lo que representa el dinero; sin esta falta de estima el despilfarro no sería comprensible.

Quizá también otro origen del despilfarro se encuentra en el odio al trabajo. El trabajo se concretó en un dinero, el dinero pues representa, recuerda el trabajo. Como este trabajo en nuestra civilización es tan despreciable, tan odioso, es una verdadera cadena, de ahí se sigue un rencor contra el dinero que representa ese trabajo. Y el hombre busca desquitarse de la opresión del trabajo malgastando el dinero. Es una opinión personal que se nos ha ofrecido a este respecto.

El ejercicio de los consímbolos ayudaría a terminar este vicio que disminuye nuestras posibilidades de progreso, bajo dos aspectos: 1o.) dando una justa estima al trabajo, y 2o.) aspecto, dando una justa estima de lo que el dinero representa.

La justa estima del trabajo tenemos la esperanza de que se origine en los trabajos comunes, en los cuales el hombre se siente más satisfecho.

La justa estimación del dinero se puede fortalecer con la propiedad comunitaria. Como la propiedad comunitaria tiene que ser administrada por la comunidad, y cualquier gasto inútil en esta propiedad tendría que pagarlo la comunidad, tenemos también la esperanza de que el campesino aprende a estimar mejor el uso del dinero una vez que tenga que llevar cuentas, vigilar cuentas, o criticar cuentas y gastos. Pero todo esto no supera el orden de la esperanza. No podemos presentar resultados positivos a este respecto.

b) Aspecto relacional. Una de las riquezas más grandes del hombre lo constituye su aspecto de relación. Para nosotros este aspecto es fundamental porque concebimos al hombre esencialmente sociable. Es tanto más hombre cuanto sea más sociable.

Mostrémoslo en algunos ejemplos sencillos: la familia: Es bien conocido de la psicología y de la pedagogía, el hecho de que si el ambiente de la familia es favorable, las relaciones familiares todas proceden de manera natural, y en ese caso la personalidad de los niños se desarrolla correctamente en todas sus dimensiones, cosa que no sucede cuando las relaciones familiares no son correctas.

El otro ejemplo lo tomaríamos de la comunidad: cuando las relaciones de la comunidad no son agradables, ya vimos que el hombre tiene tendencia a buscar lo que la comunidad no le da, en la embriaguez o en los alucinógenos. Es decir, el hombre se destruye a sí mismo. En cambio cuando las relaciones sociales son ricas el hombre se siente mejor y puede terminar el desarrollo de todas sus facultades humanas.

Este desarrollo de facultades humanas bajo el aspecto relacional comprende una gama muy grande, desde lo que llamamos sensibilidad, la percepción de lo estético, la percepción de lo bello; lo que llamamos sentimientos. Respecto a las personas y las cosas; la amistad, que puede llegar a capas más profundas de la personalidad, superando la superficialidad de una simple camaradería; el cariño, que se tiene a las cosas y al trabajo, pues el orden de relación lo entendemos no solamente con respecto a las personas sino también con respecto a las cosas y al trabajo; y por último, el amor humano, realizado en toda la belleza y toda la grandeza que esta palabra encierra para la humanidad.

c) Aspectos cognoscitivos.- Los conocimientos motores

Ya vimos que el trabajo común es agradable, y una vez que es agradable, se ejercita con menos fatiga, con más gusto y puede adquirir una mayor perfección. Tenemos pues la esperanza de que el ejercicio consimbólico aumente los conocimientos motores respecto al trabajo.

Pero hay otros renglones que pertenecen a los conocimientos motores y no son trabajo. Estos renglones se ejecutarían principalmente por medio del arte, en el teatro y en el foro, donde se ejercitan todas las cualidades de expresión humana, muchas de las cuales pertenecen al orden de los conocimientos motores.

Conocimientos intuitivos. Con el ejercicio del canto, la danza, el teatro, el foro, tenemos la firme esperanza de que se enriquecerá la imaginación y el sentimiento del adulto campesino, cualidades de un gran valor y que pertenecen al orden intuitivo.

Las operaciones. Una vez que los conocimientos intuitivos se han ejercitado en el adulto, por medio del ejercicio consimbólico, y han adquirido madurez, entonces los conocimientos operatorios, el avance de la inteligencia propiamente tal, ya es posible para ese adulto campesino.

Este desarrollo en la inteligencia se obtendría por el arte, al fomentarse la creatividad artística. Se aumentaría por medio del foro al obligar a la inteligencia a concretar y ordenar sus puntos de vista sobre cualquier tópico que se proponga.

Lo que antes llamamos amor, creemos que pertenece al orden operatorio, es decir, al hablar de amor nos referimos no simplemente a la excitación sensible que se siente en las relaciones sexuales, sino a un sentimiento mucho más profundo que se experimenta en las relaciones interpersonales, aunque las personas a veces se hallen ausentes, y esta comunicación se haga por medio epistolar, o por medio de simples recuerdos. Llamamos pues amor, a la estima profunda que va dirigida a la otra persona.

Este tipo de amor, pensamos que pueda lograrse, una vez que al nivel de los conocimientos intuitivos se ha desarrollado la sensibilidad, el sentimiento, el aprecio por las cosas, que son afectos que pertenecen a un orden inferior, pero que una vez desarrollados convenientemente, hacen posible el nacimiento de un amor propiamente tal.

A este respecto somos bastante optimistas del alma campesina. No creemos que los campesinos hayan recibido un

alma inferior a la nuestra; muy al contrario, entre ellos hay almas excepcionalmente grandes, y a ellos tenemos que abrir todos los horizontes de felicidad que ofrece al hombre el amor espiritual, el amor profundo. La apertura de estos horizontes pensamos que se pueda lograr por el ejercicio de los consímbolos.

Conocimientos formales. Llamábamos conocimientos formales a los que proceden de la acción de la inteligencia sobre otros conocimientos previos. Si nos fijamos bien el ejercicio del foro supone y ejecuta conocimientos formales; supone conocimientos formales porque se propone un punto cualquiera para ser debatido por la comunidad, un problema cualquiera, y se obliga al adulto campesino a reflexionar sobre este punto, es decir, a construír nuevos conocimientos sobre el punto que se les ha comunicado. Esto nos parece que pertenece al orden formal, y con ello ya hemos llegado, gracias al ejercicio consimbólico, a la cumbre de los valores humanos.

C O N C L U S I O N

Al final de este trabajo nos parece que es de tanto valor educativo el ejercicio consimbólico, que pensamos que, aún prescindiendo de que se trata de la educación extraescolar del adulto campesino, no puede encontrarse mejor medio para promover todos los valores humanos, que el ejercicio de los consímbolos.

Tratándose de la educación extraescolar del adulto campesino, se nos ocurre que sea el único medio efectivo para suplir el ejercicio simbólico que faltó en la niñez, pero que es un medio de tanto poder, que puede, con bastante efectividad, suplir la deficiencia de la infancia y llevar al hombre a una buena madurez en todos los valores de su personalidad humana.

B I B L I O G R A F I A

BEALS-HOIJER. Introducción a la Antropología. Aguilar

CASSIRER, ERNEST. Filosofía delle forme Simboliche. La Nuova Italia - Firence

_____. El Problema del Conocimiento. Fondo de Cultura Económica - México

FLAVEL, JOHN H. Psicología Evolutiva de Jean Piaget. Paidos, 1968

MORRIS, CHARLES. Signo Lenguaje y Conducta. Losada

_____. Fundamentos de la Teoría de los Signos. México, 1958

PIAGET, JEAN. A History of Psychology in Autobiography Vol. IV. Clark University Press. Worcester Massachusetts, 1952

PIAGET, JEAN. Biología y Conocimiento. Siglo XXI

_____. De la Ligique de l´Enfant a la Logique de l´Adolescent. P.U.F., 1957

_____. La Construction du Réel Chez l´Enfant. Delachaux et Niestlé. Neuchatel et Paris, 2a. Ed. 1950

_____. Inhelder, et Szeminska. La Géometrie Spontanée de l´Enfant. P.U.F., 1948

_____. La Formation du Symbol chez l´Enfant. Delachaux et Niestlé, 1945

_____. La Naissance de l´Intelligence chez l´Enfant. Delachaux et Niestlé. Neuchatel et Paris, 2a. Ed. 1948

_____. La Psychologie de l´Intelligence. Colin, 1956

_____. Inhelder, et dix-huit collaborateurs. La Representation de l´Espace chez l´Enfant. P.U.F., 1948

_____. Le Développement de la Notion du Temps chez lÉnfant. P.U.F., 1946

_____. OSTERRIETH, SAUSSURE de R., TANNER, Wallon, Zasso, Inhelder, et Rey. Le Probleme des Stades en P Psychologie de l'Enfant. P.U.F., 1956

_____. et onze collaborateurs. Les Notions de Mouvement et de Vitesse chez lÉnfant. P.U.F., 1946

_____, APOSTEL, MANDELBROT. Logique et Equilibre. P.U.F., 1957

_____, BRUNER, BRESSON, MORI. Logique et Perception. P.U.F., 1957

_____. Traité de Logique. Colin, 1949

WHITE, LEALIE A. La Ciencia de la Cultura. Paidos, Buenos Aires, 1964

N O T A S

(1) : Piaget: Psicología y Pedagogía -Ariel-
(2) : Piaget: A History of Psychology in Autobiography Vol.IV.
(3) : Flavel: Psicología Evolutiva de Jean Piaget
(4) : Piaget: Biología y Conocimiento -Siglo XXI
(5) : Piaget: Le Probleme des Stades en Psychologie de I'Enfant. Pág. 37
(6) : Piaget: La Naissance de l'Intelligence chez l'Enfant Pags. 26 a 48
(7) : Piaget: La Construction du Réel chez lÉnfant 143 ss. Cfr. Piaget: La Représentation de l´Espace chez l´Enfant
(8) : Piaget: La Développmement de la notion du Temps chez l´Enfant
(9) : Piaget: De la Logique de l´Enfant a la Logique de l´Adolescent
(10) : Piaget: La Psychologie de l´Intelligence. Pag. 147
(11) : La Représentation de l´Espace chez l´Enfant. Pgs. 78ss. Piaget.
(12) : Piaget: La Psychologie de l´Intelligence. Pgs. 166 ss
(13) : Piaget: La Genese du Nombre chez l´Enfant. Pags. 10 ss.
(14) : Piaget: Lés notions de Mouvement et de Vitesse chez l´Enfant
(15) : Psychologie de l´Intelligence. Pags. 176 ss. par Piaget.
(16) : Piaget: La Formation du Symbol chez l´Enfant
(17) : Morris, Charles: Signo, Lenguaje y Conducta.: De este autor tomamos la terminología concerniente a comunicatario, comunicador, interpretante, denotado y connotado.

Charles Morris aplica esta terminología al simple signo. Nosotros lo reservamos al consímbolo para hacer resaltar el valor de éste.

En la versión castellana de Charles Morris se emplea la palabra consigno. Nosotros preferimos el término consímbolo.

(18) : White, Leslie A.: La ciencia de la Cultura
Este autor, en el capítulo VII: "Determinaciones culturales de la psiquis" trata ampliamente el tema de que los elementos culturales son producidos por la comunidad y no por el individuo; aunque no les da el nombre de consímbolo, sino, simplemente, de elementos culturales.

La importancia del símbolo la trata en el Cap. II.

EL USO DE LA CONTABILIDAD AGRICOLA

Levy Vargas

Introducción

Intentar aquí una definición de Contabilidad en momentos en que apenas iniciamos su estudio, creemos que sea de dudosa mérito, ya que hasta tanto no hayamos aprendido algo acerca de qué, cómo y por qué se lleva la contabilidad, no podrá tener una idea sustancial de lo que esta materia significa. En otras palabras, ninguna definición va a servir de algo en este momento. Sin embargo, por formalidad, ofrecemos una definición para aquellos asistentes a quienes pudiera interesarles y aunque jamás nos sirvamos de ella, al menos, con presentarla descargamos nuestra obligacion. Una definición formal de contabilidad, sería ésta:

"CONTABILIDAD ES EL ARTE DE COLECCIONAR, RESUMIR, ANALIZAR E INTERPRETAR DATOS FINANCIEROS, PARA OBTENER ASI LAS INFORMACIONES NECESARIAS DE LOS VARIOS INTERESES QUE SE AFECTAN POR LAS OPERACIONES DE UNA EMPRESA".

Sin duda alguna, nos extrañamos ante esta afirmación y quizás nos preguntamos si realmente debieramos seguir adelante. En respuesta a ésto, podemos asegurar que aunque la definición nos parezca poco interesante, la contabilidad en si misma no lo es. Es cierto que en un principio sus bases resultan rutinarias y limitadas, pero el alumno casi puede estar seguro de que una vez las haya aprendido, el material será interesante y atractivo. De todas maneras, tratamos de hacer un curso ameno, lógico, fácil y práctico de entender.

Qué ingreso ha proporcionado el negocio agrícola en el trascurso del año? Qué progreso económico ha logrado la familia agrícola? Estas son preguntas que pueden contestarse llevando un sistema de contabilidad agrícola. La función contable del empresario agrícola incluye escoger un sistema de contabilidad, seguir la práctica de llevar registros y analizar e interpretar la contabilidad agrícola.

Las razones más importantes para llevar una contabilidad agrícola son las siguientes:

1. Comprobar la posición económica de la familia rural y medir su progreso económico de un año a otro.

2. Ayudar a analizar el desenvolvimiento del negocio agrícola

3. Ayudar a llenar los modelos de impuestos.

4. Ayudar a dividir el ingreso en las empresas operadas en sociedad

5. Ayudar a hacer planes y presupuestos para las operaciones agrícolas futuras.

A. Problemas de Manejo

1. Preparar un estado de utilidad líquida

2. Preparar un estado de ingreso neto

3. Usar la contabilidad agrícola para llenar los modelos del impuesto sobre la renta

4. Llevar registros sobre los proyectos

B. Conceptos Erroneos de algunos Empresarios

Por qué deben llevarse libros y registros? Un empresario podría responder a esta pregunta diciendo que es porque la ley lo exige. Y si se le interrogara en un dia anormalmente sobrecargado de trabajo, quizás agregaría algunas palabras fuertes sobre el tiempo que debe dedicar a los libros y registros... sólo porque lo exige la ley.

Pero, es ésta la única finalidad de los libros y registros? Es cierto que disposiciones emanadas de diversas dependencias oficiales han hecho aumentar notablemente la documentación y las constancias que deben conservar las empresas. Pero ello podría ser un factor favorable para el empresario, por más que le recargue el trabajo.

Muchos propietarios y directores de empresas no reconocen el verdadero valor que para ellos significan los libros y registros contables. La actitud que frecuentemente asumen para con la contabilidad queda ilustrada por la declaración de un empresario que afirmaba que los "libros y registros solo reflejan lo que ocurrió en el pasado. Ya es demasiado tarde para corregirlo; yo quiero saber qué sucederá en el futuro". Sin embargo, el pasado puede anticiparnos mucho de lo que ocurrirá en el futuro y por otra parte todos podemos aprovechar en el futuro la experiencia de nuestros errores pasados.

Estos empresarios quizás reconozcan que los libros y registros contables son necesarios para la confección de sus declaraciones impositivas, y que los bancos requieren datos e informes financieros antes de acordar créditos; pero frecuentemente no creen que los sistemas contables sirvan para alguna otra cosa. Sin embargo, la información extraída de los libros y demás registros, puede ayudar de muchas maneras al pequeño empresario a dirigir su negocio con mayor facilidad y más lucrativamente.

El empresario debe enfrentar diariamente una serie indeterminable de problemas y decidir acerca de ellos. Para adaptar resoluciones sanas la dirección debe estar bien informada, y muchos problemas pueden ser solucionados con la ayuda de informaciones contables adecuadas.

Los requisitos de un buen sistema contable

Pero para obtener datos que sean realmente de valor, es decir, para poder contar con informaciones precisas, se necesita un buen sistema contable. Cuáles son las características de un buen sistema? Debe ser simple y fácil de entender, confiable, exacto, coherente, y que permita obtener sin demoras la información deseada.

Un sistema contable bien organizado y llevado al dia, puede ahorrar tiempo al imponer el orden donde antes no lo había. Por otra parte, la competencia es, actualmente, muy fuerte y activa en la mayoría de las esferas comerciales, y los empresarios necesitan conocer prácticamente dia por dia qué utilidades rinden sus empresas, las líneas de productos son más lucrativas, cuál es el capital de trabajo que necesitan y muchos otros detalles. Sólo podran saber todo ésto con razonable certeza si tienen un buen método de contabilidad que les proporcione toda la información que necesiten.

Para organizar un sistema contable de libros y registros adaptado a cada empresa, hay que recurrir al asesoramiento de an profesional competente. También podría convenir la contratación de un contador o tenedor de libros para llevar los libros y registros. Pero es el empresario quien debe aprender a interpretar la información extraída del sistema contable y utilizarla eficazmente.

Uno de los tantos motivos que hace que muchos empresarios se resistan a llevar un sistema de libros y registros consiste en que no los entienden o no comprenden su utilidad. El propietario o directivo puede ser un "experto en su ramo", pero por lo general no tiene experiencia en lo que se refiere a llevar libros y registros. Por ello esto los confunde. Lo que se intentará en este curso es explicar el significado y la utilidad de la contabilidad, y eliminar así la confusión.

Los principales libros y elementos contables

Los directores de empresas hoy en dia deberían estar familiarizados con los siguientes libros y elementos contables:

El diario y los auxiliares
El mayor y los submayores
El balance
La cuenta de pérdidas y ganancias
El registro del movimiento de fondos

Trataremos cada uno en su orden, agregando una breve descripción de otros registros auxiliares.

C. Los Libros de Contabilidad

El libro diario y el mayor

En el diario, que algunos contadores llaman "el libro de los asientos originales", se lleva una constancia cronológica de todas las operaciones realizadas por la empresa, a modo de un "diario financiero". El mayor y los submayores, o "libros de cuentas", son los elementos más específicos utilizados para clasificar por analogía los asientos del diario. Por ejemplo, en el mayor hay una cuenta donde se registran las entradas de Caja, otra para las ventas, y aun otras para cuentas por cobrar, mercancías, préstamos, etc. Todas las operaciones se asientan primeramente en el diario, y luego se trasladan al mayor. El diario y el mayor no tienen mayor importancia para el dirigente de empresas cuando debe tomar decisiones, pero son de importancia vital para los contadores y tenedores de libros, porque de ellos se obtienen los datos para confeccionar los estados financieros más importantes, como: Pérdidas y ganancias y el balance, que son los verdaderos guías del empresario.

Para llegar al balance hay necesidad de llevar un orden contable, así:

1. A medida que las operaciones se van presentado durante el mes, se registran en el diario.

2. Una vez que las transacciones han sido registradas en el diario, los débitos y los créditos se pasan a las cuentas del libro mayor.

3. Una vez que los asientos del diario han sido pasados al libro mayor, se hace un balance de comprobación.

4. El contador decide sobre los ajustes que debe hacer y entonces procede a efectuarlos en el diario.

5. Los asientos de ajuste se pasan al libro mayor.

6. Se procede a efectuar los asientos de cierre en el diario (inmediatamente después de los ajustes), de la siguiente manera:

   a. Se debitan todas las cuentas de ingresos por cualesquiera que sean los saldos que contengan y se acredita la cuenta de pérdidas y ganancias.

   b. Se acreditan todas las cuentas de gastos por cualesquiera que sean los saldos que contengan y se debita la cuenta de pérdidas y ganancias.

   c. Se cierra la cuenta de pérdidas y ganancias con un crédito (o débito si hay pérdida) a ganancias retenidas.

   d. Se acredita la cuenta de utilidades por cualquier saldo que contenga, y se debita superávit-ganancias retenidas.

7. Todas las cuentas de rentas, de gastos y dividendos se cierran trazándoles doble línea, en la parte inferior.

8. Se preparan los tres estados financieros

   a. Balance general

   b. Estado de pérdidas y ganancias

   c. Estados de costos de producción

D. Informes sobre Estados Financieros

El balance, la cuenta de pérdidas y ganancias, el movimiento de fondos

Los dos elementos principales que reflejan el estado financiero de una empresa son el balance y el estado de pérdidas y ganancias. Hasta hace unos 25 ó 30 años se consideraba generalmente que el balance era el elemento financiero más importante. Hasta entonces se utilizaba por lo general como una base para el otorgamiento de crédito y préstamos bancarios, y muy poca importancia se concedía a la información que de él pudiera extraerse y aprovecharse para la conducción de la empresa. Hace unos treinta años se comenzó a dar importancia a la cuenta de pérdidas y ganancias, y hoy en dia se le da en igual importancia a ésta y al balance, tanto para el contador que debe informar sobre el estado financiero de la empresa, como para el directivo que se ve enfrentado con una multitud de problemas financieros.

En su esencia, el balance refleja lo que tiene una empresa, lo que debe y lo que los dueños han invertido en ella. Puede ser comparado como una fotografía instantánea, ya que indica la situación financiera de la empresa en el trascurso de un determinado lapso, generalmente el trascurrido entre las fechas de dos balances. La cuenta de pérdidas y ganancias puede compararse a un filme, ya que ella refleja las actividades de la empresa durante un cierto espacio de tiempo. En términos muy generales el balance indica en qué situación se encuentra la empresa, en tanto que la cuenta de pérdidas y ganancias indica cómo aquella llegó a esa situación desde la fecha del balance anterior.

Tanto el balance como la cuenta de pérdidas y ganancias pueden significar largos y complicados documentos. Igualmente los contadores y los directivos necesitan la aplicación de algún método que arroje luz sobre la información crítica contenida en ellos. Con ese fin se han elaborado ciertos índices o relaciones normales (standard) entre rubros de los estados económico-financieros para permitir a las partes interesadas conocer rápidamente las características más preponderantes de las actividades de la empresa. Hay ciertas relaciones que tienen importancia en determinados renglones de la actividad empresarial, pero que en otros no la tiene.

También en resultado de utilidad otros aspectos de la actividad contable, tales como las planillas de movimiento de fondos, los resúmenes diarios de ventas y entradas de caja, los detalles diarios de cheques emitidos y los de cuentas a cobrar, las amortizcciones sobre activos fijos y los pormenores sobre seguros.

E. El Balance

Definición

Como se ha dicho anteriormente, el balance refleja lo que una empresa tiene o se le adeuda, lo que la firma debe y el capital invertido en ella. Lo que la empresa tiene o se le adeuda se denomina ACTIVO. Lo que adeuda, o los derechos de sus acreedores sobre dicho activo, se denomina PASIVO. El excedente del activo sobre el pasivo puede ser considerada la parte que corresponde al propietario, o a la que éste tiene derecho, y representa el capital o valor neto de la empresa.

Aspecto dual. Fórmula del balance

Con ésto se llega al aspecto dual de la contabilidad moderna. El balance se confecciona para reflejar dos aspectos de cada asiento u operación que se registra en él. Es decir que por cada elemento que figura en el activo existe un derecho contra él, o sea una contrapartida en el pasivo o en el capital. En otras palabras, la fórmula del balance es: Activo= Pasivo+Capital. El siguiente ejemplo ilustra este concepto. Joleva resuelve instalar una empresa con $2.000,oo que tiene en el banco. Dicha suma está integrada por $1.000,oo producto de sus ahorros y otros $1.000,oo de un préstamo que obtuvo del banco. En su balance de iniciación, por lo tanto, figuraría un activo de $2.000,oo representado por dinero en efectivo, que queda balanceado por un pasivo de $1.000,oo (que es lo que adeuda al banco) y un capital de $1.000,oo (que es el dinero propio que ha invertido en la empresa). Aplicando la fórmula del banlance tenemos, en el activo $2.000,oo= pasivo $1.000,oo+ capital $1.000,oo. Ello significa que siempre estará balanceado el activo con los derechos reclamados contra él. En otras palabras, el balance siempre estará equilibrado, salvo que se hubiera incurrido en un error.

Estructura del balance

El balance se confecciona generalmente en dos columnas. El activo aparece en la columna izquierda, y las contrapartidas o derechos sobre esos activos (el pasivo y el capital), en la columna de la derecha. A veces se usan otras formas, pero en todos los casos el balance refleja en forma detallada, con discriminación por concepto, activo = pasivo + capital.

1. El activo. Hemos estado hablando del activo que pertenece a la empresa. En realidad, nada le puede pertenecer a un negocio si no ha sido formado legalmente como sociedad, toda la contabilidad debe ser considerada y llevada complemente separada de los fondos y efectos personales de los dueños.

El activo se divide por lo común en tres grandes categorías:

a. Activo corriente.

b. Activo fijo.

c. Otros activos.

a. Activo corriente. A los efectos contables, la denominación activo corriente se aplica al dinero en efectivo y a otros bienes que pueden convertirse en moneda corriente durante el ciclo normal de funcionamiento de la empresa (que generalmente es de un año). La diferencia entre el activo corriente y el activo no corriente tiene importancia, ya que las fuentes financieras de las cuales se obtienen créditos, y otras entidades, le dedican mucha atención al monto del activo corriente. Dicho monto tiene una relación muy importante con la estabilidad de la empresa, pues refleja, en cierta medida, la cantidad de fondos que pueden reunirse a corto plazo para hacer frente a las obligaciones de orden común. Los principales rubros del activo corriente son los siguientes:

1) Caja y bancos. Incluyen los fondos que se hallan inmediatamente a disposición de la empresa para ser utilizados sin restricciones. Por lo general estos fondos se encuentran depositados en su mayor parte en cuentas corrientes bancarias; pero también incluyen las recaudaciones del día aun no depositadas, como así mismo el fondo de "caja chica". El monto del rubro caja y bancos debe ser suficiente como para cubrir las obligaciones inmediatas.

2) Cuentas a cobrar. Son los importes adeudados a la empresa por sus clientes como consecuencia de ventas a crédito o en cuenta corriente. En el caso de cuentas corrientes no se cobran intereses ni servicios, pero a veces se cobra por ambos conceptos si se trata de ventas a crédito. Más en los dos casos, estos créditos significan una absorción del capital de trabajo, es decir, que mientras mayores sean las cuentas a cobrar, menos fondos habrá disponibles para cubrir las obligaciones corrientes. Las cuentas a cobrar requieren cierta habilidad para mantenerlas lo suficientemente bajas como para que no afecten el capital de trabajo, y, al mismo tiempo, lo suficientemente altas como para no perder clientes que desean comprar a crédito.

3) Inventario de mercaderías. Comprende las existencias que se tienen para la venta y aquellas que habrán de ser utilizadas en la producción o procesamiento de mercaderías o cosechas para la venta. Como los contadores son conservadores por naturaleza, incluyen en el inventario solo aquellos artículos que son vendibles y los valorizan al costo o al valor del mercado. El control del inventario y de los gastos que incluye es una de las tareas más importantes para la empresa y la exactitud de la contabilidad en esta cuenta es de particular importancia.

4) Gastos anticipados. Comprende aquellos conceptos que han sido pagados anticipadamente pero cuya gravitación o utilidad será solo por poco tiempo. Un ejemplo de ello lo constituyen las primas de seguro, que generalmente se pagan por adelantado en períodos que van de uno a cinco años; el derecho a esta protección es algo de valor (un activo), y la proporción no utilizada es recuperada y convertida en dinero.

b. Activo fijo. (1) terrenos; (2) edificios; (3) máquinas y equipos. En el activo fijo se incluyen los elementos de propiedad de la empresa que tienen una vida útil relativamente prolongada y que se utiliza para la producción. Si fueran elementos destinados a la reventa se clasificarían en el rubro inventario del activo disponible, aun cuando se tratase de elementos de larga duración.

Normalmente el activo fijo se compone de terrenos, edificios, máquinas y equipos. Algunas empresas hacen figurar sus activos fijos como un solo total en el balance pero se consigue mayor información y control sobre los diversos rubros si se los registra separadamente. Otras firmas prefieren aun una mayor discriminación de máquinas y equipos en sus diversos tipos.

5) Amortizaciones. Hay un aspecto de la contabilidad del activo fijo que merece ser tratado, y es el de las amortizaciones. Por lo general, los bienes que que integran el activo fijo -con excepción de terrenos- se deprecian o disminuyen su valor a medida que pasa el tiempo. Es decir, un edificio o una máquina que ya tiene cinco años no valen tanto como cuando eran nuevos. Para que un balance refleje el verdadero valor de estos bienes debe tener muy en cuenta esta disminución o depreciación. Tanto a los efectos impositivos como contables, se permite a las empresas deducir esta pérdida de valor en forma proporcional y anualmente durante la vida útil del bien en común, hasta que al cabo de un determinado número de años el valor de este queda reducido a cero. Se aceptan diversas maneras para calcular el monto de depreciación sobre los bienes del activo fijo que puede deducirse cada año, y cuyo registro contable constituye la "amortización".

c. Otros activos. Los otros activos incluyen diversidad de rubros, como por ejemplo las inversiones efectuadas por la empresa en títulos o en acciones de otras empresas o en títulos del gobierno. También incluyen bienes intangibles, como los costos en que se ha incurrido en concepto de fondo, patentes y licencias. Los rubros incluídos en otros activos tienen mayor duración que los que figuran en el activo corriente.

2. El pasivo. El pasivo incluye los montos que la empresa adeuda a terceros, es decir, excluyendo los aportes del propietario, socios o accionistas. Son los derechos que tienen extraños a la empresa sobre el total de su activo, aunque tales derechos no se refieren a ningún bien específico, salvo cuando se trata de hipotecas o prendas. Básicamente el pasivo se divide en dos categorías:

a. Pasivo corriente

b. Pasivo a largo plazo

a. Pasivo corriente. La denominación pasivo corriente se aplica a todas las deudas pagaderas a terceros dentro de un plazo no mayor de un año. Los siguientes son algunos de los rubros más importantes que se incluyen dentro del pasivo corriente en el balance.

1) Cuentas a pagar. Representan los montos adeudados a proveedores a quienes la empresa ha adquirido mercaderías a crédito. Incluyen los importes pagaderos en un plazo no mayor de un año originados en la compra a crédito de materias primas, mercaderías terminadas, bienes de capital, u otros.

2) Préstamos a corto plazo. Normalmente están documentados y se les denomina documentos a pagar. Comprenden los préstamos bancarios o de otro origen pagaderos en un plazo no mayor de un año. También se incluye en esta categoría la proporción pagadera en un término no mayor de un año de cualquier deuda a largo plazo.

3) Pasivo devengado. Incluye las deudas en que ya ha incurrido la empresa, pero acerca de las cuales no se ha recibido todavía cuenta o factura alguna. El caso más típico de estas deudas lo constituyen los impuestos. La empresa sabe que debe pagarlos y que el monto respectivo se ha devengado día por día. El hecho de que los impuestos no han de ser pagados hasta una fecha posterior no exime a la empresa de la obligación. Otro ejemplo es el de las remuneraciones al personal: Aunque los sueldos y jornales se pagan quincenal o mensualmente, la deuda va en aumento cada hora o día que trabaja el personal y constituye una obligación de la empresa. Un balance bien confeccionado debe reflejar estas obligaciones, lo mismo que las prestaciones sociales de los trabajadores.

b. Pasivo a largo plazo.

-Préstamo a largo plazo
-Hipotecas
-Emisiones de obligaciones

Las deudas que la empresa tiene con terceros y que no sean pagaderas en el término de un año figuran en la categoría de pasivo a largo plazo. Se incluyen en ella las deudas provenientes de emisiones de títulos, las hipotecas, los préstamos a largo plazo, ya sean bancarios o de otro origen, y los créditos por compra de bienes o mercaderías no pagaderas en un plazo menor de un año.

Tal como se dijo anteriormente, la proporción de cualquier deuda a largo plazo cuyo vencimiento se opera en un término menor de un año debe incluirse como parte del pasivo corriente.

3. El Capital.

a. Inversion original.
b. Utilidad acumulada.
c. Déficit acumulado.

El capital se incluye en el balance en la columna de la derecha debajo del detalle del pasivo, e indica lo que corresponde al propietario, socios o accionistas de la empresa. En realidad el capital es la cifra que equilibra el balance, es decir, que al propietario, socios o accionistas les corresponde lo que queda del activo después de haberse liquidado el pasivo Esta definición es evidente si se aplica la fórmula del balance ya mencionado. Alterando el orden los términos de dicha fórmula, se podría decir que activo-pasivo=capital. En el caso de una empresa de un único propietario, se acostumbra incluír solamente una cifra global sin discriminar entre la inversión original en el negocio y las utilidades acumuladas y retenidas. En el caso de sociedades anónimas, o de otro tipo, se indica el capital y por separado las utilidades acumuladas y no distribuídas. Naturalmente, si el negocio ha estado operando con pérdida, lo que corresponderá al propietario será menor que su inversión original. En el caso de una sociedad anónima, o de otro tipo, el factor que equilibraría el balance sería el déficit acumulado en lugar de las utilidades no distribuídas.

Resumen

Si se juntaran todos los rubros de que se ha estado hablando se tendría un balance completo. Esta información es necesaria para decidir qué medidas se deben tomar para el futuro de la empresa.

F. La Cuenta de Ganancias y Pérdidas

Definición

En los últimos años la cuenta de ganancias y pérdidas ha adquirido la misma importancia que el balance como instrumento financiero y de orientación empresarial. La cuenta de ganancias y pérdidas es un resumen de las actividades de la empresa en un período determinado (generalmente un año) y en lo que se refiere a las operaciones que pueden ser expresadas en dinero. Es decir que refleja los ingresos que ha tenido la empresa durante el lapso referido y los gastos en que ha incurrido para lograr estos ingresos, y a la vez muestra la utilidad o la pérdida resultante de tales actividades. La cuenta de ganancias y pérdidas es un complemento del balance. En tanto que el balance analiza la situación de la empresa en relación con el anterior, la cuenta de ganancias y pérdidas analiza la forma en que se ha operado el cambio entre las dos fechas. Ambos documentos son necesarios para poder saber cómo ha funcionado la empresa.

Rubros y la cuenta de ganancias y pérdidas.

La cuenta de ganancias y pérdidas de cada empresa en particular, debería ser adaptada para sus actividades, y no es necesario que su confección se ajuste a forma rígida alguna.

1. Ventas. La mayor actividad es prácticamente en la totalidad de las empresas el registro de las ventas de productos y servicios y casi todos los ingresos se derivan de estas ventas. La cifra que se cita en la cuenta de ganancias y pérdidas es la que corresponde a ventas netas, es decir, después de haberse deducido los descuentos, las rebajas y las devoluciones.

2. Costo de las mercaderías vendidas. Otro rubro importante para determinar la ganancia o pérdidas es el costo de las mercancías vendidas, rubro que es difícil establecer con exactitud. Como los artículos vendidos salen del inventario de mercaderías, y la empresa puede haberlos adquirido en diversas partidas con distintos precios, resulta complicado determinar cuál fue el costo de aquella parte del inventario de mercaderías que efectivamente se vendió.

3. Ganancia bruta. La diferencia entre la cifra de ventas y la que corresponde a costo de mercaderías vendidas se denomina ganancia (o utilidad) bruta. Esta cifra se expresa frecuentemente también como un porcentaje sobre las ventas, o sobre el costo de ventas. Tal porcentaje puede ser una cifra muy significativa; en efecto, la relación entre ganancia bruta y el costo de ventas indica cuál ha sido el promedio del porcentaje sobre el costo de las mercaderías vendidas. Conociéndose cual es el porcentaje que representan los gastos sobre las ventas, el directivo de una empresa puede calcular el porcentaje necesario para tener una ganancia bruta suficiente como para dejar una utilidad neta razonable. Es sorprendente la cantidad de empresarios que no saben qué base utilizar para fijar un porcentaje de remarcación sobre el costo de las mercaderías que venden.

Más aún, con la variedad de rebajas, descuentos y modificaciones de precios que se pueden producir en un negocio, muchos directivos desconocen absolutamente cuál es ese porcentaje promedio. El cálculo de la ganancia bruta en la cuenta de ganancias y pérdidas puede serles de ayuda en la solución de este problema.

4. Gastos. En el curso normal de la empresa existen otros costos, además, del costo de las mercaderías vendidas y ellos se denominan generalmente gastos

Ejemplos típicos de la naturaleza de estos gastos son: Papelería, luz y teléfonos, amortizaciones, intereses, gastos administrativos, consumos internos, deudas incobrables, publicidad e impuestos. Existen también otros tipos de gastos que varían según la naturaleza de la empresa. Otros muy comunes son los de viáticos y comisiones.

La mayoría de estos rubros de gastos se explican por si solos, pero hay algunos que merecen un comentario especial. En primer lugar, el sueldo o los retiros del propietario o los socios que deberían incluirse entre los gastos, ya sea en el rubro Sueldos y Jornales o en el de Gastos Administrativos. Excluir los montos que perciben el propietario o los socios distorsiona el cuadro de lucratividad del negocio. Naturalmente que a veces es la legislación impositiva que determina cuál es el sistema que conviene utilizar, según la empresa sea de un único dueño, de varios socios, o se trate de una sociedad.

Al hablar del Balance se dijo que las Depreciaciones constituían un gasto. Aunque no se desembolsa ningún dinero en concepto de amortizaciones, significan sin embargo un verdadero egreso porque representan una reducción en el valor de los bienes en el Activo.

Lo más importante en cuanto a los gastos es incluir todos los hechos por la empresa. Ello no solo permite tener un cuadro más realista del negocio, sino que también hace posible el aprovechamiento al máximo de las legítimas deducciones impositivas autorizadas por la ley.

5. Utilidad Neta. En una empresa típica cuando a la Ganancia Bruta se le restan los gastos, lo que queda es la Ganancia Neta (o utilidad). Sin embargo, si la empresa tiene ingresos de otras fuentes, además de los provenientes de las ventas, como son los alquileres, dividendos sobre acciones de propiedad de la empresa, o intereses sobre préstamos efectuados por la Empresa, estos ingresos se incorporan a la Cuenta de Ganancias y Pérdidas. A los efectos contables, el total de la utilidad neta de las ventas más estos otros ingresos se denomina "ganancia anterior a los impuestos sobre las utilidades" y constituye la cifra sobre la cual se calcula el impuesto. Al deducirse esta tributación, lo que queda es la "Ganancia Neta después de los impuestos sobre las utilidades", que es, por lo general, la última cifra de la cuenta de Ganancias y Pérdidas.

G. Movimiento de Fondos

Otro elemento útil que pueden aprovechar los directivos es la Planilla de Movimientos de Fondos.

Definición

Se le denomina Planilla de Orígenes y Usos de Fondos, e indica el "dónde se obtiene -donde van" los fondos que pasaron por una empresa durante un período determinado. Dicha planilla permite al empresario no solo justipreciar lo pasado, sino también tener una orientación para la futura política de la empresa en cuanto a los orígenes de los fondos y el uso que debe dárseles.

Distinción entre Fondos y Efectivo

Al hablar de fondos, en este caso, no debe interpretarse que se trata necesariamente de dinero en efectivo, aunque las constancias contables se expresan siempre en términos monetarios, todas las veces implican un intercambio de moneda corriente. En muchas operaciones propias del curso normal de los negocios es el crédito y no dinero en efectivo el que cambia de manos. Por lo tanto, al decir Movimientos de Fondos se habla de un intercambio de valores económicos más bien que de un movimiento físico de dinero.

Básicamente, los fondos se emplean para aumentar el Activo y reducir el Pasivo. A veces se utilizan también para reducir el Capital, ejemplo de ello sería el empleo de fondos de la empresa para la compra de sus propias acciones o para adquirir la parte que corresponde a uno de los socios. De dónde provienen los fondos? Los tres orígenes básicos resultan de una reducción del Activo y un aumento del Pasivo y del Capital. Todos los rubros del Balance pueden quedar afectados por la obtención y los desembolsos de fondos.

H. Otros Elementos Contables

Hasta ahora hemos considerado los elementos contables básicos. Además, hemos tratado los documentos fundamentales de cualquier Empresa. El Balance y la Cuenta de Ganancias y Pérdidas. Prestemos atención brevemente ahora a algunos otros libros y registros que son de gran utilidad para dirigir una empresa.

Un elemento que aparece en el Balance y al que nadie puede negar su importancia es Caja y Bancos, porque el dinero es la savia de todo negocio y deberá ser controlado y prestado a buen recaudo permanentemente. El resumen diario de Ventas y de Ingresos de Caja y la Libreta de Cheques son elementos que utilizan muchos directores de empresas como parte de dicho control.

I. Resumen Diario de Ventas e Ingresos de Caja

Definición

No todas las empresas hacen una recopilación de sus operaciones diarias. Sin embargo, un resumen diario de las ventas y de las recaudaciones es un elemento muy útil para controlar la marcha diaria del negocio. Al terminar cada jornada se cuenta el dinero existente en Caja y se controla con el total de los ingresos registrados durante el dia. Este balance se realiza por medio de un Resumen Diario de Ventas e Ingresos de Caja.

Descripción de sus componentes

En dicho resumen se registran todas las cobranzas efectuadas y todas las ventas en cuenta corriente, ya sea que se utilice una caja registradora o boletas de venta, o ambas.

J. Fondos de Caja Chica

En todas las empresas, surgen diariamente gastos tan chicos que no justifican la emisión de un cheque. Las buenas prácticas administrativas requieren una cuidadosa verificación de tales gastos, y el Fondo de Caja Chica es el que permite tal control. Dicho Fondo lo constituye una suma de dinero fija que se obtiene mediante la emisión de un cheque para cubrir los pequeños desembolsos previstos para varios dias, una semana o un mes; según sean las necesidades de cada empresa individual, será la magnitud de esa suma.

Cada vez que se efectúa un pago por Caja Chica debería confeccionarse un vale o comprobante. Si existiera una factura o recibo que justificara el desembolso, debería anexarse al vale. Estos y el dinero de la Caja Chica se guardan normalmente, pero no necesariamente, en lugar aparte de los demás fondos recaudados, por ejemplo, en una gaveta especial de la caja registradora. En todo momento, el dinero existente en la Caja Chica sumando al total de los vales que representan las sumas pagadas debería ser igual al monto fijo del Fondo de Caja Chica. Cuando el total de los vales se acerca a ese importe, se emite un cheque por el total de los vales, y el dinero obtenido por el cheque se utiliza para llevar el fondo nuevamente al nivel del mondo fijado.

Deben documentarse los gastos por Caja Chica

No._____ Fecha_____

Vales de Caja Chica

Valor _____

Concepto_____

Imputación_____

Aprobado por Recibido por

_____ _____

En Caja antes de efectuarse la primera venta del día, quedará para depositar en el banco el monto total de las recaudaciones netas de la jornada.

En algunos casos el Fondo de Caja Chica se guarda en una Caja o gaveta separada del Fondo para Cambio. Sin embargo, puede utilizarse el mismo fondo para Caja Chica y Cambio. Por ejemplo, si se necesitan 50 pesos para cambio y 25 para Caja Chica, y se puede utilizar un solo fondo de 75 pesos. Cuando, al balancear las operaciones del día, se compruebe que los vales de Caja Chica suman más de 25 pesos, se emitirá un cheque por el importe total que corresponda, a fin de reembolsarlo al fondo conjunto.

Registro de Egresos de Caja

Para poner el dinero en lugar seguro se recomienda depositar todas las recaudaciones en la cuenta bancaria y que todos los desembolsos, salvo los que se efectúan por Caja Chica, se realicen mediante cheques contra la cuenta bancaria, la cual tiene que utilizarse exclusivamente para las operaciones del negocio. Típicamente, las empresas deben emitir cheques en concepto de mercaderías compradas, sueldos del personal, alquileres, luz y teléfonos; aportes por las leyes sociales, reembolsos de Caja Chica y otros costos y gastos diversos. El talonario de la libreta de cheques servirá como registro de estas salidas de Caja.

1. La libreta de cheques. En el talonario de la libreta de cheques hay que indicar todos los detalles del desembolso, incluyendo la fecha, nombre de la persona a quien se emite el cheque, monto y concepto del pago. Además, debe existir constancia del saldo actualizado de la cuenta bancaria restando el monto de cada cheque del saldo anterior. Si los cheques ya vienen numerados, es importante dejar clara constancia en el talonario, cuando por algún motivo se anula alguno.

Por cada cheque debería haber algún tipo de comprobante -una factura, un vale de caja, un adelanto sobre sueldos, etc.- Estos comprobantes deberían ser aprobados por personas debidamente autorizadas antes de emitirse el cheque. Una vez librado éste debería indicarse claramente en dichos comprobantes, antes de archivarlos, que el importa que figura en ellos ha sido satisfecho.

2. Confrontación con el resumen de la cuenta corriente bancaria. Periódicamente el banco envía un resumen de la cuenta corriente en el cual se registran los cheques emitidos contra ella y debidamente pagados (a veces se acompañan esos documentos). Es importante confrontar el saldo que arroja dicho resumen con el que figura en los libros de la empresa. En otras palabras, el remanente que consta en el talonario de la libreta de cheques debería coincidir con el que figurara en el resumen bancario. Para lograrlo debe agregarse el saldo del talonario de la libreta de cheques el monto de aquellos otros que aun no han sido pagados por el banco según el resumen, y deducir los depósitos efectuados pero que no figuran todavía en este (seguramente por haber sido hechos en fecha muy reciente).

Registro de Cuentas a Cobrar

1. Cuentas individuales para cada cliente. Las empresas que otorgan crédito a sus clientes deberían llevar un registro exacto de sus ventas a plazos, no solo por el total, como se hace en el resumen diario, sino también por los montos individuales adeudados por cada cliente. Además, aquellas deben ser sistemáticas en la facturación y en las cobranzas. Esto es importante, ya que redunda en beneficio de las relaciones con los clientes y disminuye la posibilidad de pérdias por cuentas incobrables .

2. Antiguedad de los saldos pendientes. Por lo menos dos ó tres veces al año deberían analizarse los saldos de las cuentas a cobrar y clasificarlos según su antiguedad. Ello se hace en una planilla tabulada en cuya primera columna se anota el nombre del cliente, en la segunda se asienta el monto total de la deuda y en las siguientes se discrimina dicho importe según la fecha de las facturas que lo componen. Las columnas se rotulan: "En fecha", "Atraso 1-30 dias", "Atraso 31-60", "Atraso 61-90 dias", etc. Este análisis permitirá saber cuáles son los clientes que no cumplen con las condiciones de crédito establecidas.

K. Registro de Bienes y Amortizaciones

Definición

En todo tipo de Empresas es necesario adquirir de tanto en tanto bienes inmuebles, maquinaria y otros equipos. Estos bienes duran varios años de modo que sería poco realista incluir el total de la compra como gasto correspondiente a un solo año. Por lo tanto, cuando dichos bienes se incorporan a los libros como parte del Activo Fijo debe haber una constancia de la disminución de su valor original durante los años de su vida util estimada. Esta disminución se denomina Amortización, se incluye en los Gastos del año correspondiente.

En efecto, las amortizaciones sobre el Activo Fijo constituyen gastos, si bien no significan desembolsos de dinero en efectivo.

Necesidad de los Registros

Los montos a aplicar como Amortización anual sobre los bienes del Activo Fijo deben registrarse porque, caso contrario, se corre el riesgo de no contabilizar esos gastos y la omisión impediría establecer el verdadero monto de la ganancia o de la pérdida.

Al deducir el gasto de Amortización de la Ganancia Bruta se reduce el monto gravable de la Empresa. Al registrar dicho gasto en la cuenta de Amortizaciones se lleva una constancia del total amortizado.

Lo que se hace con este dinero depende de muchos factores. Puede invertirse a una tasa de interés, con lo cual se reduce el capital de explotación, o bien puede reinvertirse en el mismo negocio, con lo cual se mejorará la situación financiera.

Recuérdese, sin embargo, que hay que estar preparado financieramente para cuando llegue el momento de reponer los bienes. La cuenta de Amortizaciones servirá como recordatorio a tal efecto, pues indicará el monto de los fondos de amortizaciones o de reposición que se está utilizando en la Empresa.

El control de la cuenta Amortizaciones permite al empresario saber cuándo necesita convertir algunos de sus bienes en dinero para realizar la reposición. Por ejemplo, si al 1o. de enero comprueba que la deuda por el camión utilizado para las entregas quedará totalmente saldada al 30 de junio, puede considerar la situación objetivamente. Así podrá decidir si el camión debe seguir en uso por más tiempo o si debe ser repuesto. Si resuelve esto último puede hacer sus planes para ir acumulando los fondos necesarios y elegir el momento de hacer el cambio cuando pueda obtener mayores ventajas.

L. Planilla de Seguros

La Planilla de Seguros se prepara para indicar el monto de las pólizas vigentes para cada tipo de cobertura. En ella deben figurar todas las pólizas que tiene la empresa: Incendio, robo, riesgos sobre terceros, vida, etc.

La planilla también debería indicar en cada caso el nombre de la compañía aseguradora, el número de la póliza, la prima anual, la fecha de vencimiento, el tipo de cobertura, su monto, el bien asegurado y su valor de reposición estimado.

Un análisis de esta Planilla, preferentemente con el agente de seguros de la firma, indicará si esta se halla convenientemente cubierta contra los diversos riesgos.

ct/IX/29/72

Contabilidad

Esquema de un Balance General

Activo

Activo Corriente

Caja
Banco
Cuentas por cobrar
Productos para vender
Animales para vender
Inversiones
Cultivos

Activo Fijo

Maquinaria y Equipo
Herramienta
Vehículos
Terrenos
Construcciones
Mejoras
Animales de trabajo
Equipo de oficina
Animales de producción
Muebles de uso personal
Cultivos permanentes

Otros Activos

Gastos pagados por anticipado (Diferidos)

a) Gastos seguros
b) Gastos de planeación
c) Intereses
Asistencia técnica (Pagada anticipada cuando son varios cultivos)

Pasivo

Corriente o exigible

Cuentas por pagar
Documentos por pagar
Impuestos

A largo plazo

Hipotecas
Obligaciones bancarias

Reservas

Para prestaciones sociales
Para cuentas malas (Máximo 10% del valor cuentas malas)
Legal
Depreciación

Capital

Capital suscrito
Capital pagado

Subcuentas de Costos y Gastos

Costos

Jornales (Por actividad)
Semillas
Abonos
Insecticidas
Fungicidas
Mata-malezas
Alquiler de maquinaria
Combustibles y lubricantes
Asistencia técnica
Herramientas
Empaques
Recolección y beneficio
Fletes y acarreos
Transportes
Intereses
Seguros
Arriendo tierra
Viruta
Concentrados
Drogas y vacunas
Cesantías
Prima
Vacaciones
I.C.S.S.
SENA
Impuesto predial
Ropa de trabajo
Otros gastos

Gastos generales

Administración
Utiles de escritorio y papelería
Portes y telegramas
Servicios
Agua, luz, y teléfono
Vigilancia
Reparación, mantenimiento de instalaciones

Reparaciones generales de la finca
Donaciones
Arrendamientos
Honorarios
Gastos legales
Otros gastos

ct/

Esquema de un Estado de Pérdidas y Ganancias o Estado de Ingresos y Egresos

del 1o. de enero al 31 de diciembre de 1972

Ventas		$ 500.000,oo
Costo de lo vendido		
Inventario inicial	100.000,oo	
(Mas) Producción	400.000,oo	
(Menos) Inventario final	1000.000,oo	400.000,oo
Utilidad bruta		100.000,oo
Ingresos Financieros		
Arrendamientos	10.000,oo	
Dividendos	5.000,oo	
Intereses	2.000,oo	17.000,oo
		117.000,oo
(Menos) **Gastos Generales**		
Ver anexo No. 1		15.000,oo
Utilidad antes de impuestos renta y reservas		102.000,oo
(Menos) **Reservas**		
Para impuestos	4.000,oo	
Reserva estautaria	5.000,oo	
Reserva para protección inventarios	2.000,oo	11.000,oo
Utilidad líquida		$ 91.000,oo

c/t.

EXPOSICION DE VENEZUELA

Antonio Vera Hernández*

Mi intervención quedará enmarcada dentro de los siguientes puntos:

1. Definición del Catastro Rural en Venezuela
2. Referencia al artículo 37 del Reglamento de la Ley de Reforma Agraria
3. Organismos que realizan el Catastro Rural de Tierras y Aguas en Venezuela
4. Contemplación de las actividades catastrales en las leyes sobre la materia
5. Definición de un Programa Integral de Catastro Rural
6. Objetivos establecidos para el Catastro Rural
7. Organigrama de la Oficina Nacional de Catastro de Tierras y Aguas - Breve explicación.
8. Breve explicación sobre la ejecución del Catastro Preparatorio o de Avance.
9. Normas y especificaciones técnicas empleadas por el Catastro Rural en Venezuela.
10. Labor realizada.

En Venezuela al Catastro Rural se le concibe como un informador de la realidad agropecuaria con fines de planificación sin tener carácter fiscal.

Definido el Catastro Rural en los términos expuestos, me permito hacerles referencia al Artículo 37 del Reglamento de la Ley de Reforma Agraria, para lo cual voy a leerles textualmente el mismo:

"Artículo 37. El Catastro rural comprenderá tres aspectos: físico, jurídico y avaluatorio; y se ejecutará progresivamente en la siguiente forma:

* Ingeniero Geodesta, funcionario de la Oficina Nacional de Catastro de Tierras y Aguas del Ministerio de Agricultura y Cría, participante en el Seminario Regional de Catastro Rural.

a. Catastro preparatorio o de avance; en esta etapa se realizará el catastro físico y se obtendrá una información preliminar sobre la calificación de las tierras, tanto en su aspecto agrológico como en el jurídico.

b. Catastro definitivo: En esta fase se hará una evaluación de las tierras y se estudiará a fondo su situación jurídica. De resultas de esta etapa se expedirá la cédula catastral. El catastro definitivo incluirá también las medidas tendientes a preservar su permanencia, y a facilitar su manejo, estudio y aplicación."

La clasificación agrológica de los suelos, a nivel nacional, la realiza el Centro de Investigaciones Agronómicas (CIA) dependiente del Ministerio de Agricultura y Cría (MAC).

El Catastro de Aguas y Suelos a nivel de gran visión lo ejecuta la Comisión para Comisión para el Plan Nacional de Recursos Hidráulicos (COPLANARH) adscrita al Ministerio de Obras Públicas (MOP).

El Catastro Rural de tierras en Venezuela es ejecutado por la Oficina Nacional de Catastro de Tierras y Aguas y el Instituto Agrario Nacional, ambos organismos dependientes del MAC, tal como fue apuntado con anterioridad por el Ingeniero Geodesta, Germán Romero.

Las actividades catastrales han sido contempladas en casi todas las leyes que sobre la administración de baldíos ha tenido el país, y cuya tradición continuada arranca desde el año 1.821, cuando el Congreso de la Gran Colombia promulgó la primera Ley sobre estos aspectos. Actualmente están vigentes la Ley de Tierras Baldías y Ejidos del año 1936 y la Ley de Reforma Agraria. Esta, de manera muy clara y terminante preve o dispone la creación de la Oficina Nacional de Catastro de Tierras y Aguas, y tanto esta Ley como la de Tierras Baldías, establecen que se haga el inventario o catastro de las tierras públicas y privadas, como también, el que se estudien los títulos de los fundos con el objeto de que en aquellos casos en los cuales los títulos no justifiquen debidamente la propiedad se inicien las debidas reclamaciones por parte de la Nación. Se hace, entonces, un marcado énfasis en la ejecución del catastro físico y jurídico.

Un programa integral de catastro rural es, actualmente, dentro de la técnica moderna el medio más aconsejable y científico para obtener la información requerida para adelantar un programa de desarrollo agropecuario. El catastro rural aporta, en forma sistemática y orgánica, valiosos datos sobre tenencia de la tierra, uso de la misma, riqueza rústica del país, población rural y su ubicación, además de datos suplementarios sobre topografía de las regiones, redes viales o hidrográficas de importancia menor, y, en general, información detallada acerca de la acción cultural de la población campesina sobre la tierra que trabaja.

Un programa catastral debe considerarse como un inventario técnico de la riqueza

rústica del país, mediante el cual se obtiene, entre otros datos, la división, ubicación, legitimidad y valor de la propiedad.

No debe considerarse un programa catastral como el instrumento a crearse para imponer impuestos prediales ni para hacer reclamaciones de las tierras, públicas, indebidamente detentadas. Un programa catastral no debe concebirse teniendo como meta estos fines exclusivamente, sino que debe programarse bajo una concepción amplia, según la cual sea posible obtener los suficientes datos básicos que permitan planificar, en su parte correspondiente, el desarrollo rural de nuestros recursos agropecuarios.

Objetivos

a. Conocer la riqueza rural agropecuaria de las principales regiones del país actualmente bajo intenso aprovechamiento o en vías de desarrollo. Confección de las cartas catastrales y estadísticas pertinentes que permitan identificar adecuadamente las fincas o unidades rurales de producción agropecuaria, tanto desde el punto de vista físico como económico.

b. Conocer y recabar los elementos de juicio necesarios para poner en operación una política justa y técnica de reforma en el sistema de tenencia de la tierra.

c. Conocer y recabar todos los elementos de juicio necesarios para que el programa de Reforma Agraria pueda solucionarle a los poseedores actuales de títulos o derechos precarios de propiedad rural, su situación de inseguridad, permitiéndole así la opción, en los mejores términos, de adquirir legalmente la propiedad de la tierra que venga siendo ocupada de acuerdo a la función social de la misma.

d. Obtención periódica y sistemática de estadísticas de producción agropecuaria basadas en el conocimiento cabal de las características físicas y de ubicación de las unidades rurales de producción.

e. El conocimiento y averiguación de las tierras de propiedad nacional.

Logrados estos objetivos, se tendrán, para una posterior fase, todos los datos necesarios mediante los cuales se pueda iniciar la etapa de índole fiscal.

La Oficina Nacional de Catastro de Tierras y Aguas está adscrita a la Dirección de Recursos Naturales Renovables del MAC. Internamente aparece organizada según el Organigrama que está en el tablero y el cual me permito explicarles ligeramente:

Existe una Sede Central y tres oficinas subalternas de Catastro. La Sede Central está organizada por cuatro departamentos que son: El de Administración de Tierras Baldías,

Geodesia y Cartografía, Reivindicación de Tierras Baldías, y el Departamento de Valoración Catastral. Existe la Asesoría Administrativa y las Secciones de Registro y Archivo y la de Dibujo.

Las Oficinas Subalternas dependen de la Sede Central y están adscritas a las diferentes Regiones del MAC en el interior del país.

Existen 14 Oficinas Subalternas de Catastro a saber: Dos Técnicas y 12 de Registro de la propiedad Rural. Las primeras so n las encargadas de la ejecución del Catastro Preparatorio o de avance a que les hice referencia anteriormente.

En seguida explicaré muy brevemente cómo es ejecutado el Catastro Rural por parte de la Oficina Nacional de Catastro de Tierras y Aguas. Primeramente, las Oficinas Subalternas Técnicas, envían con la debida anticipación de 3 a 5 anteproyectos de catastro. Pues bien, en la Sede Central se estudian y analizan los anteproyectos enviados y serán aprobados dos proyectos, uno por oficina, tomando en cuenta que exista el material fotográfico y cartográfico de las zonas escogidas y considerando otros factores, como son: vías de acceso, importancia agropecuaria de la zona del proyecto, etc.

A este respecto resulta oportuno decir que el material fotográfico y cartográfico, indispensables para ejecutar los trabajos catastrales, es suministrado por la Dirección de Cartografía Nacional del Ministerio de Obras Públicas. Una vez que se haya verificado la existencia del material básico para la ejecución del catastro rural preparatorio o de avance en las zonas escogidas, se solicitan las vistas aéreas, foto-índices, Cartas Bases y Puntos de Apoyo Geodésico a la referida Cartografía Nacional; luego es enviado dicho material de apoyo a las Oficinas Subalternas Técnicas.

En este momento se inicia la fase de reconocimiento y preparación del material fotográfico (vistas aéreas, fotoíndices) y cartográfico (Cartas Base). A cada identificación predial se le selecciona su zona de trabajo, por sección catastral, entregándole las vistas aéreas que cubren el área seleccionada. Esto se hace con el propósito de que cada ubicador predial se familiarice con el material de la zona a trabajar. Sobre las vistas aéreas, a escalas convenientes, los identificadores prediales identifican estereoscopicamente los linderos de los predios rústicos, para lo cual se valen de la ayuda del que se dice propietario del fundo o del poseedor o administrador del mismo.

De manera, pues, que los linderos son ubicados en las vistas aéreas según la versión dada por los sedicentes propietarios. Además, son recabados otros detalles, a saber: toponomía de la zona, corrientes naturales, vías de comunicación, uso actual del suelo, topografía, actividad predominante, tenencia declarada. Existen planillas especiales elaboradas al respecto.

Posteriormente a esta etapa de identificación de los predios, siguen la Restitución de la información de campo, Dibujo, Planimetría y elaboración de las Estadísticas Prediales.

En vista de que en el programa de este Seminario Regional de Catastro Rural están previstos los dos puntos: Cartografía y Aspectos Físicos, creo conveniente no entrar en detalles sobre estas fases de Restitución, Dibujo, Planimetría, que muy bien pueden ser discutidos posteriormente. Cabe puntualizar lo siguiente: Las normas y especificaciones técnicas que utiliza la Oficina Nacional de Catastro son las mismas que emplea actualmente la referida Dirección de Cartografía Nacional.

En las cartas catastrales, a escala 1:25.000, queda representada gráficamente la realidad agropecuaria de la zona trabajada catastralmente.

Desde el año 1960 hasta 1971, la Oficina Nacional de Catastro de Tierras y Aguas ha levantado catastralmente 12.249.365 hectáreas con 21.318 predios rústicos ubicados.

Finalmente, aprovecho esta oportunidad para hacer del conocimiento de las diferentes delegaciones, que las Oficinas subalternas de Registro de la Propiedad Rural son las encargadas de realizar la inscripción de los predios rústicos ubicados en sus respectivas jurisdicciones, según instructivo elaborado al respecto. Esta es la fase previa a la ejecución del Catastro Jurídico. En relación con el aspecto evaluatorio, me es grato participarles que el avalúo de las tierras con fines de Reforma Agraria lo realiza el Instituto Agrario Nacional. Este aspecto será ampliado más adelante por los representantes del Instituto Agrario Nacional.

cdet. IX-1-1972

TRASPARENCIAS NO FOTOGRAFICAS*

Algunas sugerencias para su elaboración.

Introducción

Cuando se habla de trasparencias, diapositivas, filminas, fotogramas o "slides", por lo general se asocian estos términos a un proceso fotográfico a veces largo, complicado y aun costoso.

Pero, en algunas actividades de comunicación con grupos se pueden utilizar trasparencias que cumplen propósitos similares y complementarios a los obtenidos con las trasparencias fotográficas. Por tanto, esta información se refiere a la elaboración de trasparencias en vidrio, en acetato, en sténcil, en papel mantequilla y en papel celofán, tanto para proyectores de 35 milímetros como para retroproyectores "overhead projetor".

A. Trasparencias Tamaño 5 x 5 Centímetros

1. En vidrio.
2. En acetato.
3. En sténcil.
4. En papel celofán.
5. En papel mantequilla.
6. Copiadas en máquinas duplicadoras.

* Ministerio de Agricultura, Instituto Colombiano Agropecuario, ICA, Subgerencia Técnica, División de Investigación. Departamento de Ciencias Sociales, Hoja Informativa no. 006, 1971.

1. Trasparencias en vidrio.

   a. Materiales: láminas de vidrio (Slide Cover Glass, Kodak); lápices de cera (Vidriograph no. 231 ó 3 M Wax transparency marking pencil); tinta china y rapidógrafo; marcadores de felpa (Visual Products, 3M); y marcos metálicos (metal slide binders, Davidson Star D127).

   b. Elaboración:

      1) Escriba o dibuje directamente en la lámina de vidrio con tinta china y rapidógrafo, con marcadores de punta de fieltro o con lápices de cera.

      2) Use una segunda lámina de vidrio para proteger lo que ya está escrito o dibujado.

      3) Monte en marcos metálicos o enmarque con cinta Scoth Magic Transparent.

2. Trasparencias en acetato.

   a. Materiales: acetato calibre 5 y 10; lápices de cera (Vidriograph no. 231 ó 3M Wax transparency marking pencil); tinta china y rapidógrafo; marcadores (Visual Products, 3M); marcos de plástico (Cinefoto, Movifoto); y marcos metálicos (Metal slide binders, Davidson star D127).

   b. Elaboración:

      1) Escriba o dibuje directamente sobre láminas de acetato calibre 5 ó 10 con tinta china, con lápices de cera o con marcadores 3M.

      2) Escriba a máquina en acetato calibre 5, previamente colocado dentro de papel carbón.

      3) Corte el tamaño conveniente.

      4) Monte en marcos de plástico, de cartón o de metal, o enmarque con cinta Scoth Magic Transparent. En este último caso se puede usar una o dos láminas adicionales para proteger lo que ya está escrito o dibujado.

5) Si desea agregar color, use Zip-a-Tone (Para Tone Incorporated) o Letrafilm brillante (Letrafilm 70G).

3. Trasparencias en sténcil.

a. Materiales: sténcil común; marcos de plástico; acetato; y láminas de vidrio.

b. Elaboración:

1) Escriba a máquina en el sténcil.

2) Corte al tamaño deseado.

3) Monte en marcos de plástico o de cartón. Proteja la trasparencia con láminas adicionales de acetato o de vidrio.

4. Trasparencias en papel celofán.

a. Materiales: papel celofán; papel carbón; y marcos de plástico.

b. Elaboración:

1) Escriba a máquina en papel celofán, previamente colocado dentro de una hoja doblada de papel carbón.

2) Corte al tamaño deseado.

3) Monte en marcos de plástico o de cartón. Si desea, proteja la trasparencia con láminas de acetato o de vidrio.

5. Trasparencias en papel mantequilla.

a. Materiales: papel mantequilla referencia 2100 I iso 100/105 gm^2 Supertransparent; tinta china negra; tinta estilográfica; marcadores de felpa (Visual Products 3M, Esterbrook Color - Pen XL); témpera; lápices de cera (Vidriograph); marcos de plástico; láminas de acetato calibre 5.

b. Elaboración:

1) Escriba o dibuje directamente en el papel mantequilla con tinta china, tinta estilográfica, marcadores de felpa o con lápiz de cera.

2) Escriba a máquina en papel mantequilla, previamente colocado dentro de una hoja doblada de papel carbón.

3) Si desea agregar color, use témpera, marcador de felpa de punta fina o lápiz de cera.

4) Corte al tamaño conveniente.

5) Monte en marcos de plástico, de cartón o de metal o enmarque con cinta Scoth y acetato calibre 5.

6. Trasparencias copiadas en máquinas duplicadoras.

a. Materiales: papel bond blanco; tinta china negra; lápiz negro no. 2; material impreso; acetato sensibilizado; y "Color transparency film".

b. Elaboración:

1) Escriba a máquina, o a mano en papel blanco, con tinta china o con lápiz. Recorte el material impreso ya sean dibujos, gráficos o texto y colóquelo sobre el papel blanco.

2) Copie en máquina duplicadora utilizando acetato sensibilizado y color mediante "Color transparency film". Si no se dispone de este material, agregue mecánicamente color con Zip-a-Tone (Para-Tone Incorporated) o Letrafilm brillante (Letrafilm 70G).

3) Corte al tamaño deseado.

4) Monte en marcos de cartón, de metal o de plástico.

B. Trasparencias Tamaño 20 x 24,5 Centímetros para Retroproyector

1. En acetato, directamente a mano alzada
2. En acetato, mediante máquina duplicadora
3. En papel celofán

1. Trasparencias en acetato a mano alzada.

   a. Materiales: acetato calibre 5 y 10; tinta china y rapidógrafo; marcadores de felpa (Visual Products 3M); lápices de cera (Vidriograph no. 231) y 3M Wax transparency marking pencil); y marcos de cartón de 26,5 x 30 cms. (3M Brand Mounting frame).

   b. Elaboración:

      1) Escriba o dibuje directamente en el acetato, con tinta china, marcador de felpa o lápiz de cera.

      2) Corte al tamaño conveniente.

      3) Monte en marcos de cartón o use la lámina sin enmarcar.

2. Trasparencias en acetato mediante máquina duplicadora.

   a. Materiales: papel bond blanco; tinta china negra; lápiz negro no. 2; material impreso; acetato sensibilizado; "Color transparency film"; Zip-a-Tone (Para-Tone Incorporated) o Letrafilm brillante (Letrafilm 70G) en colores; y marcos de cartón de 26,5 x 30 cms. (3M Brand Mounting frame).

   b. Elaboración:

      1) Escriba a máquina (cinta de polietileno) con tamaño de tipo grande. Escriba o dibuje con tinta china o con lápiz. Recorte el material impreso bien sean ilustraciones o texto, y colóquelo sobre el papel blanco.

      2) Copie en máquina duplicadora utilizando acetato sensibilizado y color mediante "Color Transparency film". Si no se dispone de este material use Zip-a-Tone en colores o Letrafilm brillante.

      3) Corte al tamaño conveniente.

      4) Monte en marcos de cartón de 26,5 x 30 cms. o use láminas sin enmarcar.

3. Trasparencias en papel celofán.

a. Materiales: rollo de papel celofán o de acetato; marcadores de felpa (Visual Products 3M); lápices de cera (Vidriograph no. 231 ó 3M Wax Transparency marking pencil).

b. Elaboración:

1) Escriba o dibuje directamente sobre el papel celofán o el acetato, con marcadores de felpa o lápices de cera.

2) De vuelta al rollo de celofán o de acetato de acuerdo con el ritmo de su exposición.

Es conveniente anotar que, a excepción de las trasparencias en sténcil y de las copiadas en máquina duplicadora, en las demás se puede borrar con bayetilla húmeda lo que se ha escrito o dibujado con los materiales aquí señalados.

JC/cjr IX-22-1972

BIBLIOGRAFIA

1. AMERICAN ASSOCIATION OF AGRICULTURAL COLLEGE EDITORS. Do it yourself. Overhead transparencies. In _____. Communications handbook. s.l., s.e., s.f. pp. 124-125.

2. BURNETT, C. Non-photographic slides; quick and esay visuals. Madison, University of Wisconsin, s.f. 4 p.