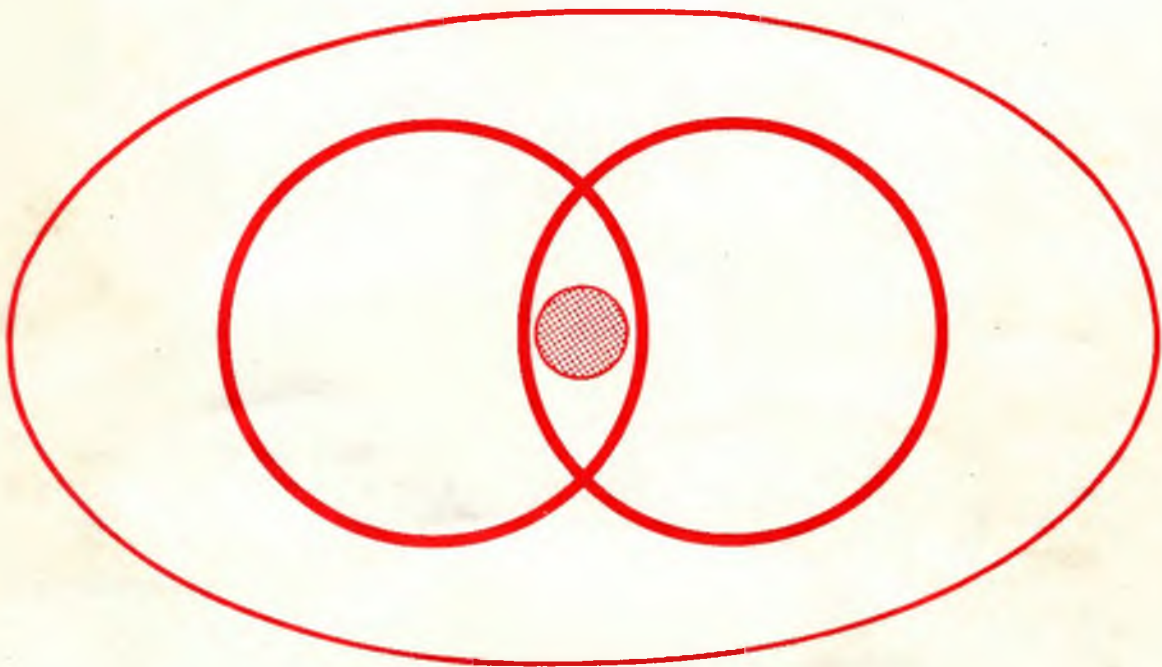




INIAP

Publicación Miscelánea No. 13
Departamento de Comunicación
Diciembre - 1973

Eduardo F. Naranjo C.



**CONCEPTOS BASICOS
DE COMUNICACION
E IMPLICACIONES
EN EL CAMBIO RURAL**

**INSTITUTO NACIONAL DE INVESTIGACIONES AGROPECUARIAS
ECUADOR**

CONCEPTOS BASICOS DE COMUNICACION E IMPLICACIONES EN EL CAMBIO RURAL

*Lcdo. Eduardo F. Naranjo C.**

INTRODUCCION

La utilización y el consumo de información ocurren todos los días, en todas partes, y en todos los niveles de la actividad social del hombre.

Aparentemente, hasta el momento, hemos logrado "comunicarnos" en cierta medida, sin embargo, las implicaciones de la sociedad actual plantean una necesidad de eficiencia en el proceso, que nos permitirá llegar a una mayor comprensión de nuestras actuaciones y que acelerará la dinámica del cambio planificado.

Con este propósito, consideramos de utilidad para todas aquellas personas que desempeñan roles, como agentes de cambio, que un sencillo conocimiento de los conceptos básicos, apoyados por modelos más o menos instrumentales, pueden ayudar en este empeño de transmitir mejor los significados.

Desde los primeros años de su vida, el hombre aprende a utilizar señales y signos para transmitir ideas; el método más frecuente es el lenguaje. Su uso habitual lo convierte en un hecho simple, pero hay que recordar que los hechos simples son por lo general los más difíciles de explicar.

* *Jefe Departamento de Comunicación de INIAP.*

El lenguaje es un fenómeno racional y también instintivo, que permite al hombre por medio de la generalización de un sistema de signos, participar de las experiencias individuales.

El hombre en sí es un universo, constituye un gigantesco e intrincado sistema de información; así podemos ver que el individuo trae sobre sí una información genética y recibe de diversas fuentes una cantidad de información durante su vida.

ANTECEDENTES

Sabemos que a través del análisis lógico, probablemente Aristóteles es el primero en determinar los elementos constitutivos de este proceso; luego, en el presente siglo, la necesidad hace que se genere un movimiento científico en el que participan gentes como: Lazarsfeld, Lewin, Lasswell, Hovland, Katz, Klaper, Stanton, Weaver, Wiener, Riesman, Maletzke, Dumazedier, Rosenstein, Berlo y otros, quienes han profundizado sobre este problema.

En la actualidad, son numerosas las personas que trabajan en la investigación de todas las complejas variables que están implicadas en el aparentemente sencillo hecho de transmitir una idea.

OBJETIVOS

Creemos que el conocimiento de las partes de una estructura y sus interrelaciones, permiten una mejor comprensión de los fenómenos; por esta razón hemos elaborado este estudio, que pretende, de la manera más sencilla posible, informar los conceptos que caracterizan al proceso de comunicación humana. Formulamos, para el efecto, modelos considerados universales dentro de la teoría de la información y comunicación.

UNA DEFINICION

Dentro de toda actividad humana ocurre un fenómeno que se lo ha denominado COMUNICACION. Este proceso de interacción permite que las actividades del hombre hayan llegado al punto de evolución en que actualmente se encuentra.

La comunicación implica muchas formas simples o complejas de las que se puede realizar un análisis exhaustivo; pero ya, dentro de una conceptualización científica, entendemos el hecho como: "El proceso por medio del cual un comunicador (A) puede transmitir ideas, significados, emociones y deseos, mediante el uso adecuado de un sistema de signos y símbolos (c) a otro receptor (B), produciendo en él una **variación** que, a su vez, modificará de alguna manera la actividad mental del primer comunicador (A).

En el diagrama No. 1 se expresa lo enunciado:

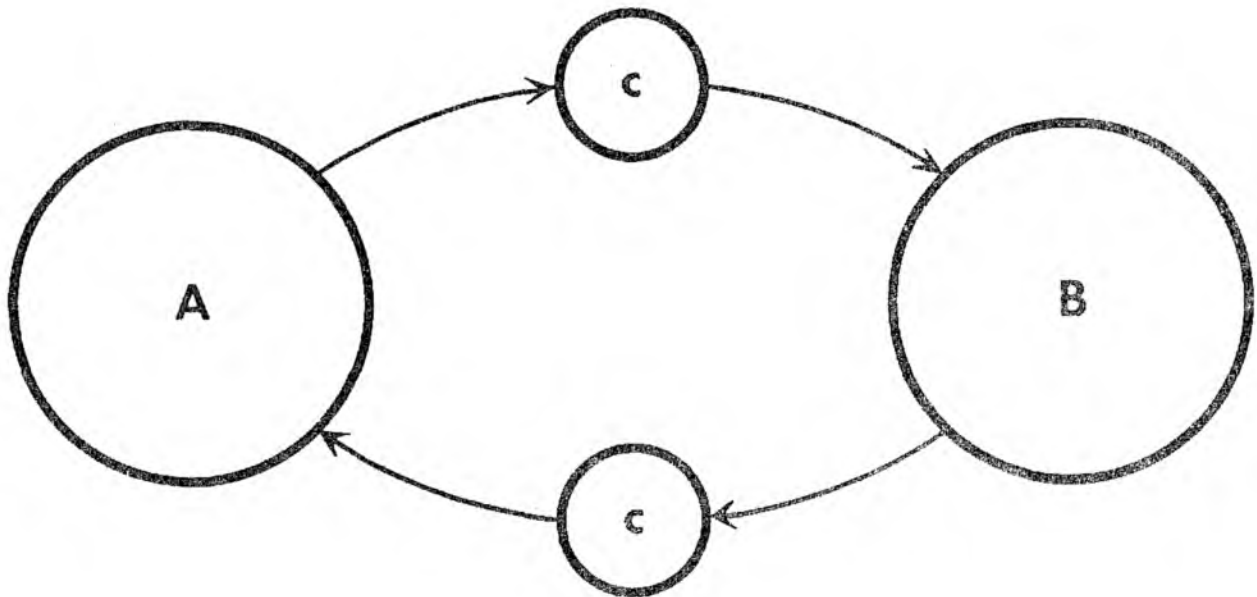
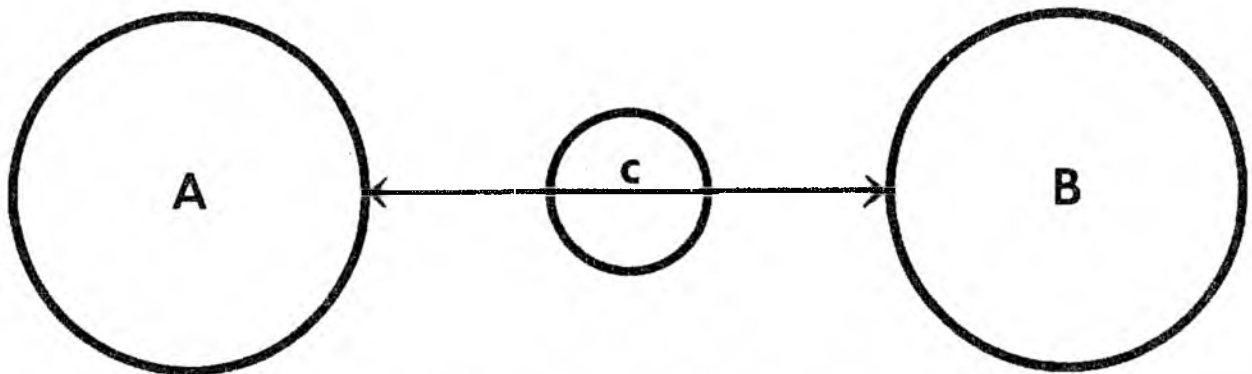


Diagrama No. 1

Simplificando el primer concepto, diríamos que: "Comunicación es el proceso por el cual interactúan las personas mediante un sistema de signos y símbolos"; y en función de una relación matemática, diríamos que: "Comunicación es la interacción significativa", expresada en el diagrama No. 2. Es el modelo teórico perfecto.



A es verdadero si solo B es verdadero

Diagrama No. 2

INFORMACION

Un proceso unilateral de transmisión de ideas sólo se lo considera dentro del concepto de INFORMACION, que es realmente al cual estamos sujetos; el mayor número de veces usamos o recibimos mensajes codificados. El diagrama No. 3 lo representa así.

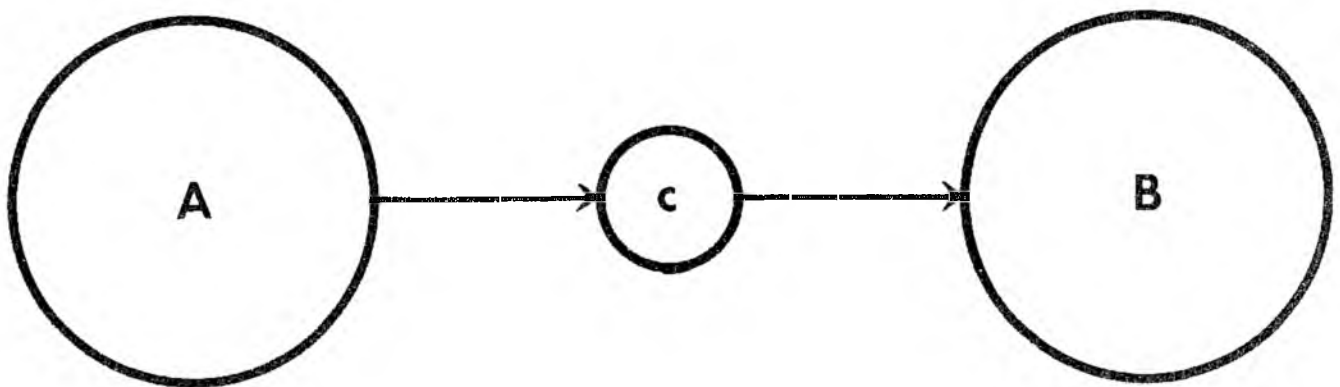


Diagrama No. 3

Como se puede ver, llega la información, pero no modifica o no produce respuesta inmediata y probablemente sólo se acumula en el cerebro.

Cuando enviamos un mensaje a una persona y recibimos respuesta sobre el mensaje, diremos que ha habido un grado de comunicación. Cuando damos un mensaje o lo recibimos y no hay respuesta, pero sí percepción, se dirá que hay información.

ELEMENTOS DEL PROCESO

En un proceso de comunicación, como en uno de información, necesitamos distinguir cuatro elementos fundamentales; sin ellos no hay probabilidad de que exista comunicación o información.

Los elementos son: Una **fuentes** o **comunicador** (A), un **mensaje** (c) y un **receptor** o **destino** (B). El diagrama No. 4 indica esto así:

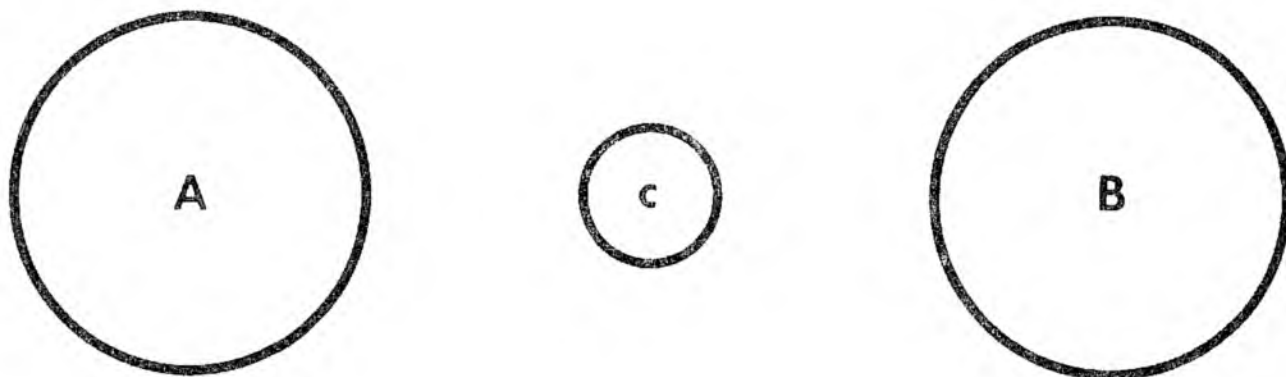


Diagrama No. 4

Estos elementos deben estar en relación para crear una situación de comunicación o información; entonces se considera el cuarto elemento, el **medio físico**, representado en el diagrama No. 5 por el vector. →

Así analizamos de una manera sencilla los componentes de la comunicación. Sin embargo, hay que anotar que adentrándose en el análisis, se encuentran otros elementos que deben ser considerados, como la intención, proyección, medio ambiente, etc; pero para este enfoque sólo mencionamos los anotados.

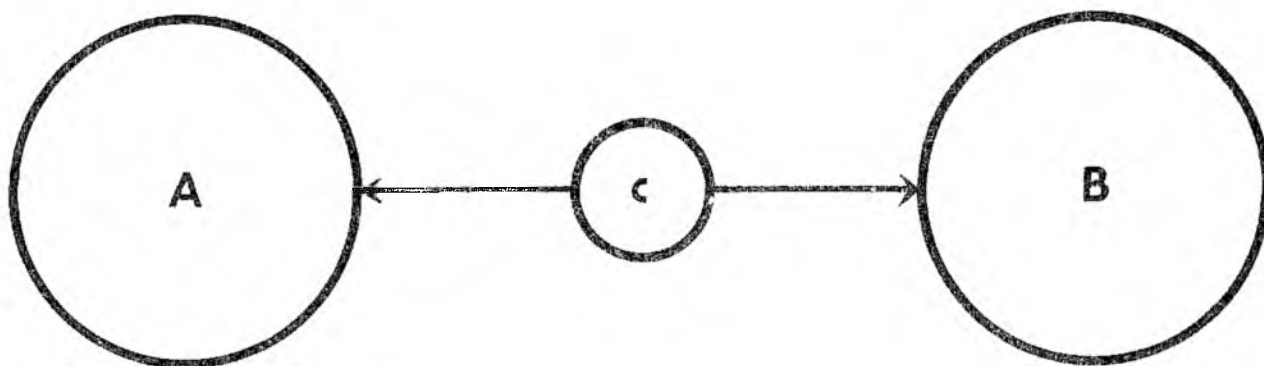


Diagrama No. 5

LA FUENTE O COMUNICADOR

Es el origen de un proceso de comunicación. Es el punto donde parte una señal significativa. Como ejemplo de fuentes de información, podemos citar: un expositor cuando da su discurso y tiende a la interacción con sus oyentes; o un objeto cuando es mirado, o un libro cuando es leído y percibido.

EL MENSAJE

Es el contenido de una idea que ha sido codificada mediante un sistema de signos o símbolos.

EL RECEPTOR O DESTINO

Es el punto al que llega la señal significativa y donde es percibido y descifrado.

EL MEDIO

Es el canal físico que se utiliza para establecer la relación.

PROCESO DE CIFRAMIENTO

El concepto de una comunicación eficiente está basado en la capacidad de utilizar las cogniciones ideales que son comunes en mayor o menor grado al comunicador (A) y al receptor (B). Esto tiene por fundamento la **participación** de un "campo de experiencia común". El diagrama No. 6 lo explica así; corresponde a la intersección de las elipses.

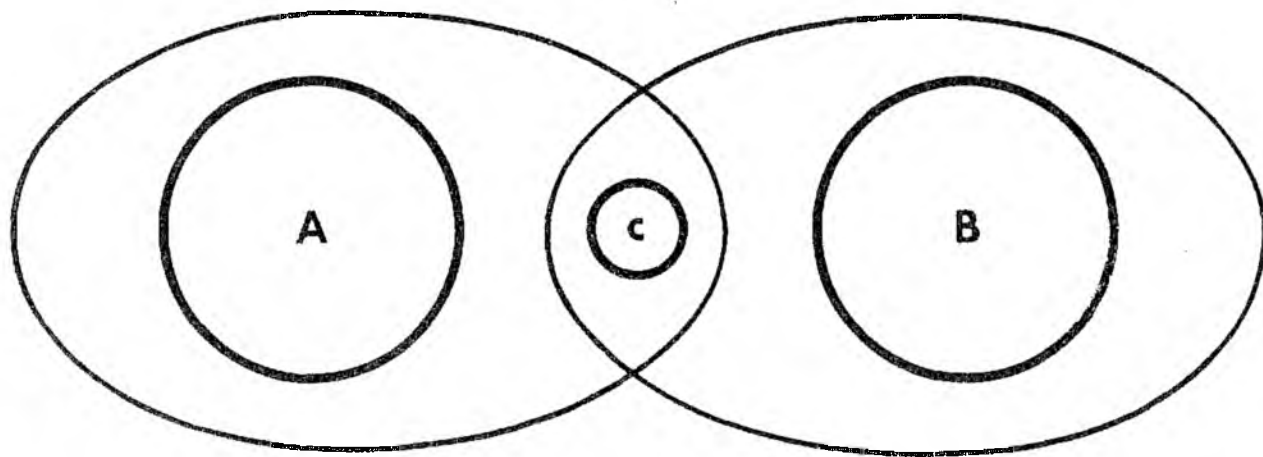


Diagrama No. 6

Cuando hablamos en chino a una persona que no sabe el idioma, diremos que estamos utilizando en el ciframiento del mensaje, cogniciones que no nos son comunes con nuestro receptor.

Cuando decimos a un pequeño agricultor "la estomatitis vesicular es una enfermedad producida por un virus filtrable que se disemina fácilmente y que produce un signo exterior caracterizado por aftas", las probabilidades de haber transmitido la idea son muy bajas o nulas.

También en los niveles simples del lenguaje ocurren interferencias; así por ejemplo, cuando decimos a los agricultores de una región: "utilice una pala para tomar muestras del suelo", y si en esa región el significado de pala es desconocido, tendremos necesariamente un deterioro de la información, porque el equivalente que se utiliza es *lampa*.

De tal manera que, para ampliar el campo de experiencia común y lograr una mejor participación de la información, se debe tratar de entender cómo los agricultores denominan y caracterizan a la enfermedad, las labores, instrumentos, etc; por esto, lo más adecuado en este caso para transmitir ideas, es la utilización de ayudas gráficas y lo más descriptivas posibles; aparte, claro está, del empleo de vocabulario propio de la región.

Es importante la utilización adecuada del lenguaje, recurriendo a localismos, regionalismos, nacionalismos, etc.; así por ejemplo, traduciremos en nuestro sistema *aftas*, por *vesículas* o quizá mejor por *ampollas*.

En realidad, el proceso de comunicación se produce, cuando los signos van interactuando sobre similares experiencias y, por tanto, la acción que en un momento era individual se va tornando social por la interacción que se genera a través del intercambio de significados comprensibles.

OTROS CONCEPTOS NECESARIOS

Existen elementos **deformadores** o que producen **interferencias** o **ruido**, los mismos que en muchos casos están ligados a nuestras propias percepciones; por lo tanto, es básico partir desde una posición objetiva, para lograr una mayor **pureza** en nuestros procesos de comunicación.

Las interferencias: semántica, cultural o emocional, son algunos de los elementos que producen alteración en la información, tanto en el comunicador (A) como en el receptor (B), ya que modifican la capacidad de una transmisión efectiva, como de la recepción.

Si una persona de un país habla a otra de diferente nacionalidad, probablemente se crean interferencias culturales y lingüísticas. O cuando un agente de cambio nacido y educado en la ciudad se dirige a agricultores de cultura rural, probablemente se producirán un sinnúmero de interferencias. Esto se describe en el modelo gráfico No. 7.

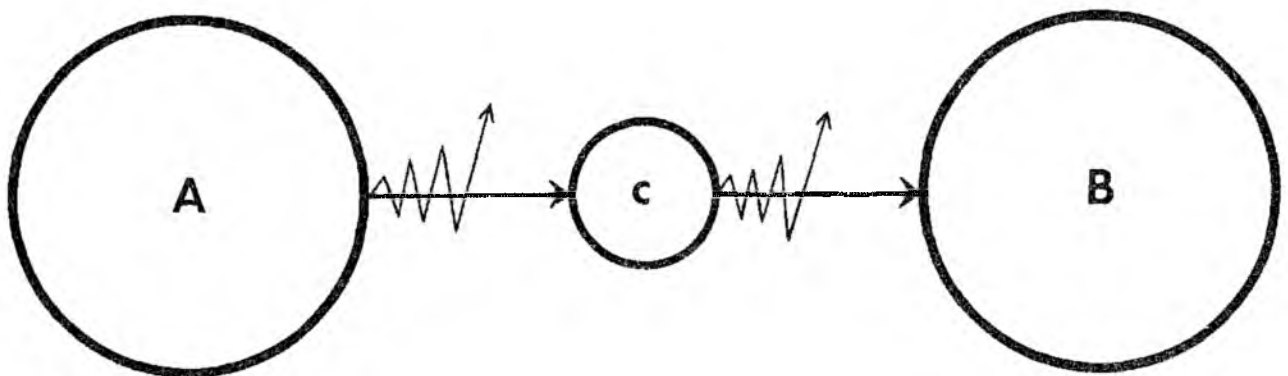


Diagrama No. 7

Las flechas quebradas en el modelo, representan la interferencia sobre una onda portadora de información y también el ruido propio del canal, que deforman y modifican la calidad de los mensajes, como la cantidad de información.

LA ENTROPIA

La entropía es un concepto nacido de la Física y aplicado a la Información, que determina la existencia de una degradación creciente de los significados en función de un sistema en movimiento, que tiende, por pérdida de energía, a un deterioro del dinamismo.

La degradación energética o entropía se puede apreciar en el diagrama No. 8, donde se encuentra que hay degradación de la información desde el momento en que estamos cifrando un mensaje.

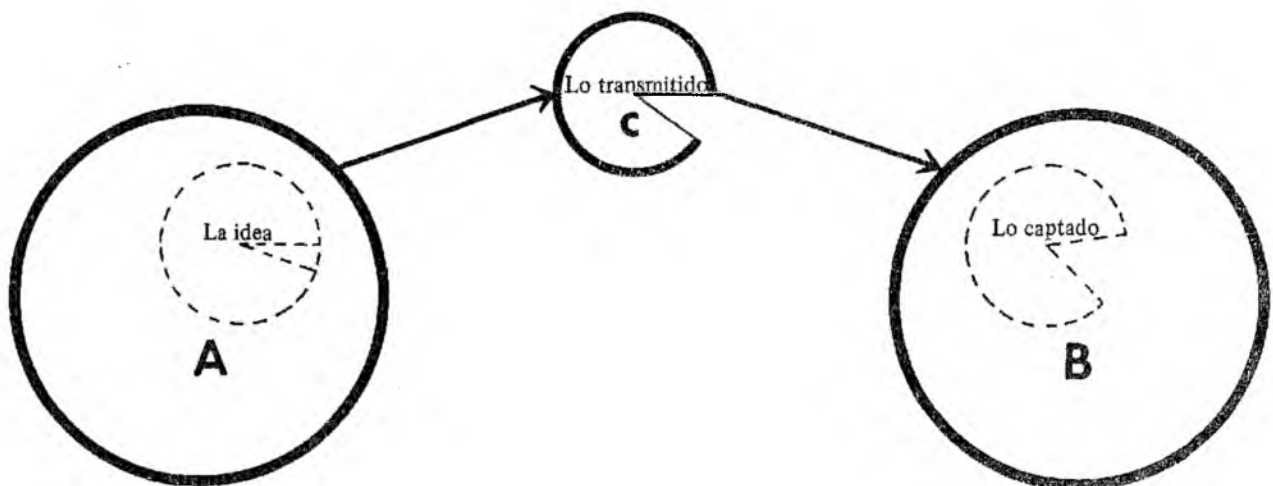


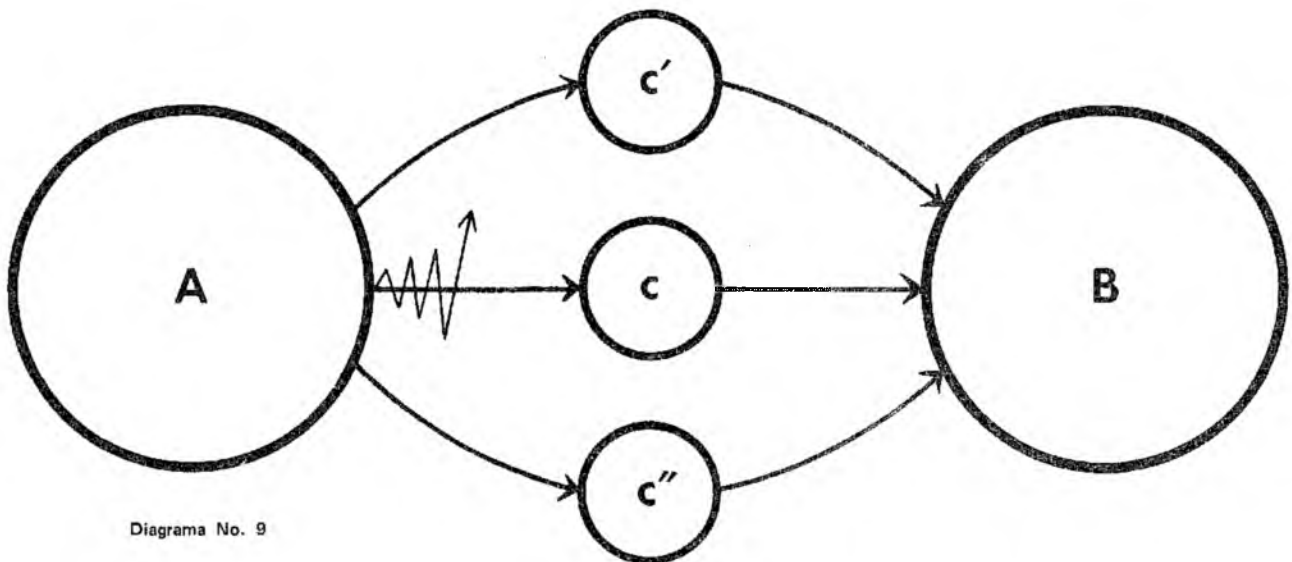
Diagrama No. 8

LA REDUNDANCIA

Como un tercer concepto relacionado con los anteriores, y para efectos de control de los mismos, aparece la redundancia, que parece partir de un sistema lógico de repetición, ya que el lenguaje mismo es redundante de por sí en un 50 0/o. Cuando la repetición se hace mayor, tiende a minimizar el efecto de la entropía, de las interferencias y el ruido.

Así por ejemplo, cuando el agente de desarrollo o el profesor recapitulan una charla, están redundando en su información, y esto tiene el claro sentido de eliminar las fallas entrópicas e interferencias.

El diagrama No. 9 muestra este modelo conceptual.



UNA FORMULA ADECUADA

Toda forma de mensaje debe encajar dentro de métodos efectivos. Con este propósito, investigadores en el proceso de percepción humana han determinado una secuencia bastante utilizada por su sencillez y efectividad. Se la conoce como AIDA, que es el resumen de:

Atención = concentración consciencial en un punto.

Interés = participación vivencial.

Decisión = toma de alternativa.

Acción = movimiento hacia.

Todo mensaje escrito u oral debe llevar en sí este proceso, por lo menos desde el punto de vista del comunicador (A).

La **atención** es concentrar la mente en un punto. Este es el propósito de la utilización de títulos, de colores, de imágenes, etc.

El **interés** se despierta en el receptor, cuando el mensaje cae dentro de la parte vivencial del individuo; así, al decirle a un agricultor: "producción más abundante y bienestar", es probable que estemos llegando hacia una actitud, deseo o tendencia que promuevan interés en él.

La **decisión** dicho así suena fácil; pero entre el interés y la decisión de una acción hay un corto trecho en el que puede "diluirse el efecto del mensaje"; sin embargo, si se logra llegar hasta la decisión, el camino hacia una acción de cambio o de rechazo se producirá casi inmediatamente.

La **acción** es la parte de la actividad mental por la que el individuo receptor (B), usando de su voluntad, procesa la información y emite una forma de respuesta; por ejemplo, decidiendo adoptar una nueva semilla, una nueva tecnología, una nueva idea, o también rechazándola, esto último se tendría en función de la intención como una falla.

LA RELACION DE DOS TERMINOS

Uno de los aspectos en los que más esfuerzo debe concentrar el técnico, es en entender como dinamizar una "cultura", que por lo general es diferente a la de él. A pesar de que existe a veces una aparente continuidad geográfica, hay que refinar la observación y sentir la diferencia entre el sector rural y las grandes ciudades.

El investigador social, como el extensionista, deben buscar respuestas a preguntas inherentes a los grupos humanos con los que tratan, empezando por un entendimiento de los símbolos, las significaciones, los valores, las creencias, las tendencias, el lenguaje y sus significaciones.

Si bien la introducción de tecnología trae métodos completamente nuevos, a veces, y términos lingüísticos también nuevos, será necesario percibir a los grupos humanos con más perfección, para acelerar el proceso de cambio mental; pues luego de esto debe reforzarse la acción con adecuados sistemas de crédito, insumos, mecanización, comercialización, etc.

El hacer comprender las ventajas de convertir una pequeña finca en un negocio agrícola, requiere incidir primero sobre las actitudes; y cuando ya la necesidad sea evidente, se entregará la solución tecnológica en un sólo paquete.

El hombre de una "cultura" urbana tiene que, a pesar de su "actividad en el campo", conocer realmente cuales son las vivencias y problemas de la gente, para lo que se requerirá de la observación por un tiempo determinado en un lugar dado; pues es la mejor forma de reunir información e inferir hipótesis sobre el comportamiento social.

La actitud general de quienes tienen que transmitir nuevos conocimientos debe ser, la de despojarse al máximo de "prejuicios" culturales. Se debe partir de una "tabla rasa", como menciona Locke. Así es probable que se mejore significativamente la acción de los agentes de cambio, que además deben estar convencidos de

la importancia que tiene su acción para ellos mismos, como para el desarrollo y cambio de una región.

LA ACCION Y LOS MEDIOS

Los agentes de cambio tienen que realizar un trabajo bastante arduo y difícil por las situaciones antes anotadas; pero si la actividad individual tiende a superar las dificultades propias del medio, gracias a una búsqueda de información actualizada, o de soluciones con los medios disponibles, es probable que la acción mejore y se cree un mayor grado de interacción entre los tecnólogos y las culturas tradicionales. Tal vez el punto importante de ayuda podría ser una acción de programación lineal, donde entren en juego incluso las propias motivaciones.

El Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias, con el fin de aportar a esta dinamización, ha dedicado mucho de su esfuerzo a entrenar personal, en diversos niveles, mediante cursos teórico – prácticos e información impresa con resultados obtenidos de su investigación.

Frente a las pocas alternativas que nos dan nuestras estructuras sociales, es indispensable un criterio institucional de interacción, como el de INIAP, por un lado, y una profunda motivación de quienes tienen la responsabilidad de hacer la acción de campo por otro; de lo contrario toda creación y transmisión de tecnología propia, perderá el significado.

El medio técnico sobre el que se debe poner una insistente atención, en nuestra zona, es la radio. La velocidad y alcance de este canal es incomparable. Sin embargo, esta acción debe tener un paralelismo con la información impresa y la acción de la comunicación interpersonal apoyada en hechos, en demostraciones objetivas. Así, la necesidad del conocimiento de esta actividad debe ser difundida y apoyada por la acción de especialistas, ya que siendo el cambio tan importante, no se puede quedar en la periferia.

UNA IDEA FINAL

Propugnar el cambio en cualquier situación, para cualquier público, con determinados objetivos, implica irremisiblemente un intercambio de información. Mayor será la acción cuanto más entendamos el proceso de la transmisión significativa, tanto desde el punto de vista del comunicador como del receptor.

Se debe decir entonces que todos los participantes de programas de desarrollo deben estar enterados de la tecnología del proceso de transmisión de ideas y se deben apoyar más aún en especialistas que puedan ayudar a la acción general. Sobre este asunto se podrá decir que el apoyo económico y normativo debe ser tanto para insumos como para “difusión ideológica”, y debe ser, en general, en proporciones bastante altas para el sector; pues en corto tiempo la no dinamización de la producción agropecuaria afectará la economía y la vida misma de las ciudades.

Dada la responsabilidad de hacer las cosas científicamente, no se puede improvisar; más aún cuando la universalización de la información no da margen para autarquías e ideas fuera de tiempo y lugar. La importancia de entender el fenómeno universalmente y adaptarlo a un pequeño y diferenciado grupo humano, con tendencias y expectativas propias, debe ser cuestión de conocimiento básico.

LITERATURA CONSULTADA

- AMAYA PUERTO, S. 1964. Problemas en la comunicación de los programas de acción de los gobiernos a las masas campesinas. In Primer Symposium Interamericano de Investigación de las funciones de la divulgación en el desarrollo agrícola. México D. F.
- BYRNES, F. C. 1971. Insumos necesarios y estrategias en programas nacionales de arroz. In Seminario sobre políticas arroceras en América Latina. Cali-Colombia.
- CASSIRER, E. 1971. Antropología Filosófica, tercera edición. Fondo de Cultura. México.
- DUMAZEDIER, J. 1966. De la Sociología de la Comunicación Colectiva a la Sociología del Desarrollo Cultural. CIESPAL. Quito-Ecuador.
- FERRATER MORA, J. 1971. La Filosofía Actual, tercera edición. Alianza. Madrid-España.
- FOSTER, G. M. 1966. Las Culturas Tradicionales y los Cambios Técnicos. Fondo de Cultura. México.
- GUIRAUD, P. 1960. La Semántica, primera edición. Fondo de Cultura. México.
- LEVI STRAUSS, C. 1969. Antropología Estructural, segunda edición. Editorial Universitaria. Buenos Aires-Argentina.
- MELETZKE, G. 1965. Psicología de la Comunicación Colectiva. CIESPAL. Quito-Ecuador.
- MOSHER, A. T. 1969. Como hacer Avanzar la Agricultura. UTHEA. México.
- NARANJO CRUZ, E. F. 1971. La función de los líderes de grupo en el proceso de cambio y la comunicación interpersonal como elemento de persuasión en una agricultura de subsistencia. Poligrafiado. Chapingo-México.
- _____ 1971. Medios de Comunicación. Poligrafiado. Chapingo-México.
- NARANJO GOMEZ, N. B. 1969. Filosofía de la Ciencia. In Anales No. 352. Editorial Universitaria. Quito-Ecuador.
- ONU-COLOMBIA, MINISTERIO DE AGRICULTURA. 1971. Primer Seminario Nacional de Radiodifusión Rural.
- PARRAMON, J. M. 1966. Publicidad Técnica y Práctica. Ediciones Barcelona. España.
- ROSENTEIN ALLEN, B. et al 1970. Las Comunicaciones en la Ingeniería, primera edición. Herrero Hnos. México.
- SAPIR, E. 1954. El lenguaje, primera edición. Fondo de Cultura. México.
- SCIENTIFIC AMERICAN, (USA). 1972. Communication, No. 9 September.
- SCHRAMM, W. 1964. Proceso y Efectos de la Comunicación Colectiva. CIESPAL. Quito-Ecuador.

PRODUCCION:
DEPARTAMENTO DE COMUNICACION DEL INIAP - D 35
Casilla 2600 Quito - Ecuador
Diciembre 1974 - SPI-010
Publicación Miscelánea No., 13
Editora: Lcda. Marta Grijalva
Impresión: INIAP