

IICA
COO
166

IICA-CIDIA

6 - DIC 1977 IICA
COO
166

Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas de la OEA

DIRECCION GENERAL

San José, Costa Rica

ELEMENTOS DE COMUNICACION INTERINSTITUCIONAL

Carlos J. Molestina Escudero

00002597

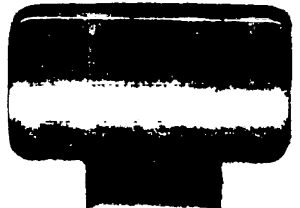
1950-1951

1950-1951

1950-1951

1950-1951

1950-1951



ELEMENTOS DE COMUNICACION INTERINSTITUCIONAL *

Carlos J. Molestina Escudero **

Introducción

Existen varias definiciones de la comunicación. Etimológicamente, la palabra comunicación viene del latín "comunis", "comunicare". Según esto deberíamos aceptar por comunicación la acción de comunicar, de establecer una comunidad de interpretación con alguien, al compartir información, ideas, conceptos o actitudes. Algunos definen comunicación diciendo que la Sociedad es comunicación, otros dicen que es la respuesta discriminada de un organismo a un estímulo, los más adjudican a la comunicación el rol de impartir información y dicen, también, que es interacción.

Sea cual fuere la definición que más nos acomode, podemos decir que la comunicación es un atributo del ser humano (entendiendo por esto la comunicación de: ideas, conceptos, actitudes, valores, etc.) y que el hombre, de una forma u otra, se encuentra siempre envuelto en una o varias formas del proceso de comunicarse con sus semejantes y el medio que lo rodea.

Elementos de la Comunicación: la comunicación requiere siempre, por lo menos, tres elementos básicos: la fuente, el mensaje y el destinatario.

La Fuente puede ser un individuo, un grupo de individuos, una organización, en general cualquier ser o sistema que produzca información de algún tipo.

El Mensaje es la selección de una idea, experiencia, información, etc., que la fuente se propone transmitir.

El Destinatario es el lado opuesto de la comunicación, es el fin al que hay que llegar, es el recipiente de nuestro mensaje y es, por tanto, el elemento más necesitado de estudio (de sus necesidades, sus capacidades, su interés, su contexto cultural, su sistema social, etc.) para poder efectuar una comunicación que esté de acuerdo al objetivo básico de la misma; aquel de obtener una respuesta a nuestro mensaje.

Sin embargo, no debemos dejarnos llevar por un concepto simplista de las cosas y en el caso de los elementos del proceso de la comunicación, debemos considerar varios factores que afectan, en una forma u otra, la esencia

* Trabajo presentado en el Seminario Regional sobre la Coordinación de Extensión, Investigación y Crédito Agrícola. Bogotá, Colombia, Marzo de 1974.

** Ing. Agr. M.S., Jefe de Información Pública, Subdirección General Adjunta para la Coordinación Externa, IICA, Dirección General, San José, Costa Rica.

THE FEDERAL BUREAU OF INVESTIGATION

Washington, D. C. 20535

MEMORANDUM

TO : SAC, NEW YORK (100-100000)

FROM : SAC, PHOENIX (100-100000)

SUBJECT: [Illegible]

Reference is made to the report of SA [Illegible] dated [Illegible] at Phoenix, Arizona.

It is noted that [Illegible] is currently residing at [Illegible] address.

It is recommended that [Illegible] be placed on the list of persons to be interviewed.

Very truly yours,
[Illegible Signature]

Enclosed for the New York Office are [Illegible] copies of the report of SA [Illegible] dated [Illegible] at Phoenix, Arizona.

Very truly yours,
[Illegible Signature]

cc: [Illegible]

100-100000-100000

misma de este proceso. Si consideramos un cuarto elemento muy importante en la comunicación, cual es el Canal por el cual se transmite el mensaje, entonces habremos completado el cuadro del proceso de comunicar. Veamos ahora cuáles son las características y factores que influyen en cada uno de estos elementos:

a. Factores que influyen en la Fuente y el Destinatario

1. La Intención

Entendemos por intención el deseo de crear un área de experiencia compartida. Desde el momento en que se trata de una característica del comportamiento humano, puede ser positiva o negativa. La intención responde al Para qué? o sea al propósito mismo de la comunicación. Aun cuando es un factor común a la fuente y el destinatario, puede presentar distintos matices en cada caso. La intención en uno y otro no tiene necesariamente que ser la misma.

2. La Habilidad

Se entiende por habilidad la destreza con que se realiza determinado trabajo o función. La habilidad es un arte aprendido con la práctica, adquirido o conservado según la capacidad del individuo. Presente también tanto en la fuente como en el destinatario, debe ser tomada muy en cuenta tanto para presentar el mensaje como para interpretarlo.

3. La Actitud

Podemos decir que la actitud es la predisposición o tendencia a reaccionar en pro o en contra de algo o alguien. Se evidencia en forma de conducta, tanto de aproximación como de alejamiento. Su importancia está reflejada en la forma como se logra que un mensaje cualquiera sea recibido y aceptado o recibido y rechazado.

4. El Conocimiento

Es el conjunto de experiencias adquiridas a través del proceso de desarrollo cultural. Factor importante en cuanto que da un punto común al destinatario y la fuente y a medida que los conocimientos se amalgaman en un campo de experiencia compartida, más exitosa será la comunicación.

5. El Sistema Social

Entendemos por sistema social al agregado de intereses o actividades conexas de la sociedad. Normalmente, sobre todo en extensión agrícola, los sistemas sociales de la fuente y el destinatario son distintos, esto se traduce en distintos conocimientos, intereses y actitudes. Es pues función de la fuente el estudiar a fondo el sistema social del

...the ... of ...
...the ... of ...
...the ... of ...

... ..

... ..
... ..
... ..
... ..
... ..

... ..
... ..
... ..
... ..

... ..
... ..
... ..
... ..

... ..
... ..
... ..
... ..

... ..
... ..
... ..
... ..

destinatario e imbuirse de sus problemas a fin de poder hacer comprender su mensaje.

6. Cultura

Decimos que la cultura está representada por los tipos de conducta socialmente adquiridos y que se transmiten con igual carácter por medio de símbolos. Aquí también se puede decir que hay diferencias entre la fuente y el destinatario, aun cuando las dos culturas sean básicamente la misma, puede existir una diferencia de nivel dentro de ella que tiende a poner a ambos en los extremos. De cómo la fuente conozca el nivel cultural del destinatario depende en gran parte la aceptación o rechazo del mensaje.

b. Factores que influyen en el Mensaje

1. La Intención

Decimos que el mensaje tiene intención por sí mismo. Esta debe representar fielmente la de la fuente, de otra manera, en caso de no haber igualdad de intenciones entre la fuente y el mensaje, éste no cumplirá con el propósito de la fuente y su acción será nula.

2. El Contenido

Responde a la pregunta: Qué se va a comunicar? Es el mensaje mismo.

3. La Clave o "Código"

Es el sistema de signos convencionales que se emplean en la comunicación. Para poder comunicarnos unos con otros hemos de diseñar un sistema de señales que signifiquen lo mismo para el destinatario que para la fuente. Sin embargo, debemos estar bien seguros que determinado arreglo de símbolos que producen determinada clave, producirán tal o cual reacción, ya que existen casos en que las claves provocan interpretaciones distintas al propósito del mensaje puesto que el sistema de valores puede ser distinto.

Las claves se componen de Elementos y Estructura.

3a. Elementos de la Clave

Los elementos son los signos o símbolos por sí mismos. Las letras, los números, los colores, etc., son elementos.

Handwritten text, likely bleed-through from the reverse side of the page. The text is extremely faint and illegible due to the high contrast of the scan.

3b. Estructura de la Clave

La estructura es el orden en que se disponen los elementos para que el mensaje tenga significado. En una palabra cualquiera la estructura sería el orden en que están colocadas las distintas letras que la componen. En un idioma sería la sintaxis del mismo. En una región de determinado país sería la forma en que se expresan las cosas. Es muy importante para la fuente el conocer las estructuras de las claves usadas por el destinatario, de otro modo su mensaje puede producir confusión y lo más probable es que no sea interpretado de acuerdo a su sentido original.

4. El Tratamiento

Es un proceso para dar estilo al mensaje. Es lo que responde a la pregunta de cómo hacer la comunicación? Requiere la elaboración de un plan específico y determinar los métodos más convenientes.

c. Factores que influyen en el Canal

1. Los sentidos

Son las facultades sensoriales que sirven para percibir los símbolos a través de los que se intenta comunicar. Mientras más sentidos se pongan en juego en una comunicación cualquiera, mayor será la percepción del mensaje y su retención.

2. Los Medios

Son los campos de estímulo e interacción reales. Pueden dividirse en múltiples formas y agruparlos de acuerdo a varias interpretaciones. Una de las más usadas es aquella que clasifica los medios según la audiencia y se denomina de individuos, grupos o masas. Podemos clasificarlos también de acuerdo al sistema usado y entonces tendremos medios visuales, auditivos, etc.

d. Factores que causan problemas en la comunicación

Por problemas entendemos básicamente dos conceptos: 1) la distorsión y 2) la interferencia.

La Distorsión

Se entiende por distorsión todo aquello que tienda a formar una imagen diferente de la que quiso transmitir la fuente, en la mente del receptor. Aquí se puede hablar de fallas físicas en el canal, distinta interpretación en los símbolos, actitudes contrarias, intención alterada en el mensaje y muchas otras causas de distorsión.

of the... [faint text]



[faint text]

low... [faint text]

[faint text]



[faint text]

[faint text]

[faint text]



[faint text]

[faint text]

La Interferencia

Existe la tendencia a definir la interferencia como uno de los elementos de la comunicación, sin embargo, se puede aclarar este concepto y decir que la interferencia es uno de los elementos del proceso de la comunicación. Está definida como un obstáculo que incomode o interrumpa este proceso. Puede producirse en cualquiera de los elementos antes enumerados dependiendo de múltiples causas: físicas, culturales, sociales o psicológicas. Sin embargo, es corriente hablar de la interferencia como algo que se circunscribe al canal o mejor dicho que se manifiesta con mayor frecuencia en el canal.

La Experiencia Compartida: Para poder entender mejor el proceso (o los procesos) que implica una comunicación cualquiera, tenemos que referirnos a aquello que se ha dado en llamar la Experiencia Compartida. Es lógico suponer que mientras más cosas existan en común entre el "comunicador y el comunicado" mayor será el éxito de la comunicación.

La zona común de experiencias está en relación directamente proporcional a la mayor o menor comprensión de lo comunicado. Es el comunicador (fuerte) quien tiene que hacer el máximo esfuerzo por ampliar esta zona de experiencias comunes para que el comunicado (destinatario) pueda comprender mejor su mensaje. Aquí podríamos hablar de un concepto de parte "activa" y parte "pasiva". Indudablemente la fuente representa la parte activa en el proceso de la comunicación y el destinatario (por lo menos en lo que a experiencia se refiere) la parte pasiva. El destinatario no va a ampliar su zona de experiencia en provecho de la fuente, es ésta la que tiene que tomar la iniciativa y penetrar en el mundo social, cultural y psicológico del destinatario para poder tener éxito en su empeño de comunicar algo.

Expondremos a continuación algunas de las preguntas que es conveniente hacerse con referencia al proceso y los problemas de la comunicación, por creer que ellas sintetizan acertadamente este tema.

The first part of the document discusses the importance of maintaining accurate records of all transactions. It emphasizes that every entry should be supported by a valid receipt or invoice. This ensures transparency and allows for easy verification of the data. The second part of the document provides a detailed breakdown of the financial data, including a list of all accounts and their respective balances. It also includes a summary of the total assets and liabilities, which shows that the organization is in a strong financial position. The final part of the document discusses the future outlook and the steps that will be taken to ensure continued success. It mentions that the organization is planning to invest in new technology and hire additional staff to support its growth. Overall, the document provides a comprehensive overview of the organization's financial health and future plans.

The following table shows the details of the accounts and their balances as of the end of the reporting period. The table is organized into columns for the account name, the opening balance, the closing balance, and the change in balance. The total assets and liabilities are also shown at the bottom of the table. The data indicates that the organization has a positive net worth and is well-positioned to handle its current and future obligations.

The organization's financial performance has been consistently strong over the past several years. This is due to a combination of factors, including a focus on cost efficiency, a commitment to high-quality customer service, and a strong track record of innovation. The organization's revenue has grown steadily, and its profit margins have remained healthy. This success is a testament to the hard work and dedication of the organization's employees and management. The organization is confident that it will continue to achieve its goals and maintain its position as a leader in its industry.

The organization's financial statements are prepared in accordance with generally accepted accounting principles (GAAP). The information presented in these statements is intended to provide a clear and accurate picture of the organization's financial position and performance. The organization's management and board of directors have reviewed the statements and believe that they provide a fair and accurate representation of the organization's financial health.

QUIEN DICE?

El Comunicador

1. Tiene capacidad necesaria para preparar técnicamente las comunicaciones?
2. Tiene conocimientos por lo menos generales de las materias que trata?
3. Tiene prejuicios?
4. Tiene ideas subjetivas que influyen en lo que dice?
5. Está influido por intereses extraños?
6. Inspira confianza y respeto al receptor de la comunicación
7. Afectan a las comunicaciones la tradición y hábitos del comunicador?

QUE?

El Contenido

1. Responde a los intereses y necesidades del receptor?
2. Es algo necesario e importante?
3. Es imparcial?
4. Está organizado lógicamente el material?
5. Explica clara, breve, completa y sencillamente el concepto?
6. Repite suficientemente las ideas básicas para que se afirmen en la mente del receptor?
7. Tiene estilo propio?
8. Expresa ideas concretas antes de entrar en generalizaciones?

A QUIEN?

POR CUALES MEDIOS?

Y CON QUE EFECTO?

El receptor

Medios

Efectos

- | | | |
|---|---|---|
| 1. Cuáles son los intereses del receptor? | 1. De qué medio se dispone para transmitir una comunicación? | 1. Llegó la comunicación al receptor que se quiere influir? |
| 2. Cuál es la habilidad para leer o percibir del receptor? | 2. Se utiliza una combinación de medios para transmitir una misma comunicación? | 2. El receptor prestó atención a la comunicación? |
| 3. Cuál es la habilidad de comprender y tratar conceptos abstractos? | 3. Cuál es el alcance de cada medio de comunicación que se utiliza? | 3. El receptor entendió la comunicación? |
| 4. Cuáles son las tradiciones y hábitos del receptor que pueden afectar la interpretación de la comunicación? | 4. Cuál medio permite la presentación de la comunicación en su forma más completa y sencilla? | 4. El receptor creyó en la comunicación? |
| 5. Cuál es la condición social y económica del receptor de la comunicación? | 5. Admiten mejoramiento técnico los medios disponibles? | |
| 6. Cuáles actitudes del receptor impiden o limitan la aceptación de la comunicación? | 6. Cuál es la mejor forma de presentar una comunicación para aprovechar mejor un determinado medio? | |

MEMORANDUM FOR THE RECORD

DATE

PAGE

SUBJECT

1. [Faint text]

2. [Faint text]

3. [Faint text]

4. [Faint text]

5. [Faint text]

6. [Faint text]

7. [Faint text]

8. [Faint text]

9. [Faint text]

10. [Faint text]

11. [Faint text]

12. [Faint text]

13. [Faint text]

14. [Faint text]

15. [Faint text]

16. [Faint text]

17.

LOS DISTINTOS PROCESOS DE LA COMUNICACION

Existen varias formas de comunicar y varios tipos de audiencia. Cada uno de ellos, aun cuando básicamente el proceso consta de los mismos elementos, representa un proceso por sí mismo.

a. La comunicación entre dos personas. Decimos que la comunicación entre dos personas es un proceso continuo en el que tanto la fuente como el destinatario intercambian sus posiciones según sea el uno o el otro el que está transmitiendo o recibiendo mensajes.

b. La comunicación en organizaciones o instituciones (grupos y masas). Aquí el público es más numeroso, no existe una respuesta inmediata y se transmiten muchos mensajes idénticos los que son recibidos por muchos receptores que están descifrando, interpretando y cifrando por separado. Generalmente estos múltiples receptores se agrupan alrededor de un determinado líder que tiene influencia sobre una parte del público en general. Este líder a su vez interpreta y cifra, pero tiene que reinterpretar las opiniones de los demás sobre el mensaje recibido. Generalmente es aquí donde se produce la acción que determinará a su vez una posible respuesta dirigida a la fuente.

c. La sociedad como comunicador. Decimos que la sociedad inspecciona el ambiente que nos rodea, llega a un acuerdo colectivo y luego transmite cultura y normas que son aceptadas o rechazadas.

Aquí podemos hablar del concepto de Irving Rosow según el cual las sociedades están compuestas de individuos socializados, diletantes, camaleones y no socializados, los que aceptan los valores de la sociedad y rigen su conducta de acuerdo al siguiente cuadro:

	Valores	Conducta
Socializado	+	+
Diletante	+	-
Camaleón	-	+
No socializado	-	-

+ - acepta o actúa de acuerdo
- - no acepta o no actúa de acuerdo

Esto puede referirse a la comunicación y aplicando este concepto sólo como tipos para análisis veremos que existe una relación íntima entre estos tipos y su posible reacción a la comunicación de la sociedad. Los socializados y diletantes tienen efectos estabilizadores. Los camaleones y no socializados son elementos inestables pero más propicios a cambios en el sistema. Los dos primeros son elementos conformistas que resisten el cambio.

d. La comunicación intra-institucional. Es evidente que no puede existir una buena comunicación inter-institucional si, a su vez, no existe un eficiente proceso de comunicación intra-institucional. La comunicación es la esencia de las organizaciones y, por ello, no se trata de lograr un incentivo para aumentar la cantidad en los mensajes y en las posibilidades de comunicación entre todas las personas que constituyen una organización cualquiera. De lo que se trata es de tener una comunicación eficiente para lograr una institución eficiente también.

Para ello, talvez sea necesario conseguir una restricción en la comunicación misma, por lo que se establecen canales específicos de comunicación, que al mismo tiempo que se supone que proporcionan un flujo más rápido y fiel de lo que sea necesario comunicar, evitan ser usados por aquellos a quienes no corresponde y que sólo producirían un entorpecimiento en su uso.

Talvez la razón más importante para defender una cierta selectividad en la comunicación intra-institucional, es que así los problemas que afectan la estabilidad del subsistema no se extienden, necesariamente, a otros subsistemas.

La comunicación intra-institucional está ligada, cada vez en forma más importante, a un cierto proceso de liderazgo interno y a la capacidad, o incapacidad, del líder, o líderes, de delegar funciones en sus subordinados o seguidores. Estas situaciones pueden llevar a la selección de metas individuales como si fueran metas del grupo, lo que puede determinar poco o ningún sentimiento compartido o de acción conjunta en la consecución de la meta dada. Esta relación de dominio e imposición es tanto más notoria cuando existe una gran distancia social entre el jefe y los miembros del grupo.

En estos casos, las relaciones intra-institucionales y la comunicación misma, diferenciadas como jefatura y liderazgo, no son por supuesto, mutuamente exclusivas, pero tampoco son coincidentes como se supone comúnmente.

Podemos entonces, como paso previo para analizar la comunicación inter-institucional, determinar las condiciones más importantes para que exista una eficiente comunicación a nivel intra-institucional:

- Selectividad en los canales
- Velocidad y eficiencia en el flujo de los mensajes y respuestas
- Liderazgo interno y delegación de autoridad
- Determinación común de las metas de la institución e identificación con las mismas del mayor número de sus miembros.

... ..
... ..
... ..
... ..

... ..
... ..
... ..
... ..

... ..
... ..
... ..
... ..

... ..
... ..
... ..
... ..

... ..
... ..
... ..
... ..
... ..
... ..
... ..
... ..

... ..
... ..
... ..
... ..

... ..
... ..
... ..
... ..

... ..
... ..
... ..
... ..

... ..
... ..
... ..
... ..

... ..
... ..
... ..
... ..

LA COMUNICACION INTER-INSTITUCIONAL

Una de las mayores lagunas de la investigación sociológica actual, es el estudio en las relaciones inter-institucionales. Poco se ha hecho para estudiar los problemas generales del análisis inter-institucional, comparado con los problemas del análisis intra-institucional.

Una de las funciones principales de la independencia institucional es la promoción de la autonomía. Esto es sumamente importante cuando se acepta que existe un conflicto previo entre las diferentes instituciones de un mismo sector y se parte del presupuesto de que existe una situación de conflicto parcial para investigar las formas posibles de interacción bajo esas condiciones.

Por otra parte, el análisis inter-institucional hace énfasis en el estudio del comportamiento social bajo condiciones de una autoridad no estructurada o formal. La coordinación es necesaria para preservar el trabajo de cada institución, pero no existe una autoridad formal que imponga la cooperación.

En consecuencia, el análisis de las relaciones o la interacción inter-institucional sugiere dos diferencias con relación al análisis intra-institucional: a) la forma de operación del comportamiento social bajo condiciones de conflicto parcial y b) el énfasis en factores que se derivan de todas las unidades en interacción, en lugar de ser sopesados diferencialmente por una estructura de autoridad.

De lo anterior se deduce que el problema estratégico más importante en el análisis inter-institucional es el de la coordinación del trabajo. Se trata, evidentemente, de una forma especial de cooperación, desde el momento en que algún grado de conflicto existe entre las instituciones y se carece de una estructura de autoridad formal.

Una de las formas más corrientes de solventar este problema es el crear una agencia coordinadora. Esta forma de atacar el asunto de la coordinación es común en países desarrollados con personal, recursos y posibilidades adecuados. En nuestro medio, la escasez de recursos humanos y físicos obliga a pensar en soluciones diferentes y a encargar la coordinación a comités que no siempre cumplen su función en forma satisfactoria.

La interacción de las organizaciones en una sociedad cualquiera nunca se encuentra regulada por un solo esquema. Es evidente que las necesidades de la sociedad son demasiado variadas para permitir, aun el caso de aquellas con esquemas más rígidos, modelar sus interacciones en un solo molde.

Esto es tanto más evidente en el sector privado, puesto que en el sector público existe un alto porcentaje de acciones ejecutadas dentro de un marco mucho más reglamentista en la acción del mecanismo estatal frente a situaciones que aún contando con el mismo público son diferentes en la práctica.

Se debe partir por el principio de que existe una tendencia natural y generalizada, en las organizaciones públicas, al crecimiento. Esto implica, casi inmediatamente, un aumento de la amplitud del control gubernamental sobre

estas organizaciones que de un modo directo, o indirecto, le pertenecen.

Ya lo dice Etzioni:

"De ahí que en el mismo grado en que la relación entre dos organizaciones cualesquiera no está ordenada por una organización superior, o reglamentada por una estructura legal el esquema real de interacción viene determinado por los procesos de cambio, conflicto, cooperación o pacto, todos los cuales están afectados por factores ecológicos, culturales y de poder".

Sin embargo, entre las formas empíricas de evaluar el poder relativo de las organizaciones que interactúan, está la de establecer el nivel en que se da la interacción. De ahí se manifiestan una serie de preguntas que podemos resumir de la siguiente manera:

- a. Son del mismo rango los representantes de cada organización o es uno superior al otro?
- b. La superioridad proviene de una situación real de escalafón o es simplemente una razón de status de cada organización o de sus acciones?
- c. Qué organización tiene mayor control sobre las facilidades y proyectos compartidos?
- d. Cuál proporciona una mayor parte del financiamiento de las actividades compartidas.

Por otra parte, ningún estudio o análisis de la interacción de las organizaciones está completo hasta que se haya efectuado un estudio serio y ex tenso de los diversos cuerpos en que los representantes de las diferentes organizaciones se encuentran regularmente para coordinar su trabajo.

Uno de los problemas más serios en la relación entre diferentes organi zaciones que laboran por el mismo público, pero que lo hacen con base a acci ones diferentes, es cómo relacionarse unas con otras. Para ello se establece una diversidad de comités ocasionales o permanentes; consejos; oficinas de enlace y supra o sub organizaciones que se ocupan de la coordinación de las acciones de las otras.

Los resultados más frecuentes de este tipo de acción son generalmente negativos, especialmente debido a la tendencia a mezclar estrategias en lugar de definirse por una sola.

Muchas veces se interpreta a los comités coordinadores como una forma de pasar el rato: otras como un campo de batalla en el que es imprescindible lograr la derrota del enemigo con base a la aceptación de nuestras tesis; por último, las más de las veces, los comités no funcionan porque se escoge para formarlos a aquellos funcionarios que mayor prestigio o categoría tienen en su propia organización, pero que se encuentran tan escasos de tiempo porque pocas veces pueden cumplir con el compromiso de reunirse con los otros miembros del comité.

Blank page with faint, illegible text impressions.

Es aceptable, entonces, el que la comunicación inter-institucional deba hacer uso de los mismos medios que aquella a nivel intra-institucional, es decir: selectividad en los canales, velocidad y eficiencia en el flujo, delegación de autoridad, determinación común de las metas e identificación con un objetivo común.

Por último, pero no menos importante, es necesario reconocer que en sus relaciones, las organizaciones siempre llegarán al trato directo a través de uno o más de sus miembros. La interacción no puede quedar permanentemente al nivel de correspondencia o reglamentos de acción conjunta. Tarde o temprano la interacción se produce al nivel de personas que pueden representar o no la opinión, los intereses o las posiciones de su grupo y organización. Esta situación es determinante para el futuro de las comunicaciones entre las organizaciones puesto que lleva al nivel individual toda la estructura formal de la institución y, por lo tanto, dependerá, en mayor o menor grado, de las características personales de sus funcionarios la consecución de resultados positivos o negativos.

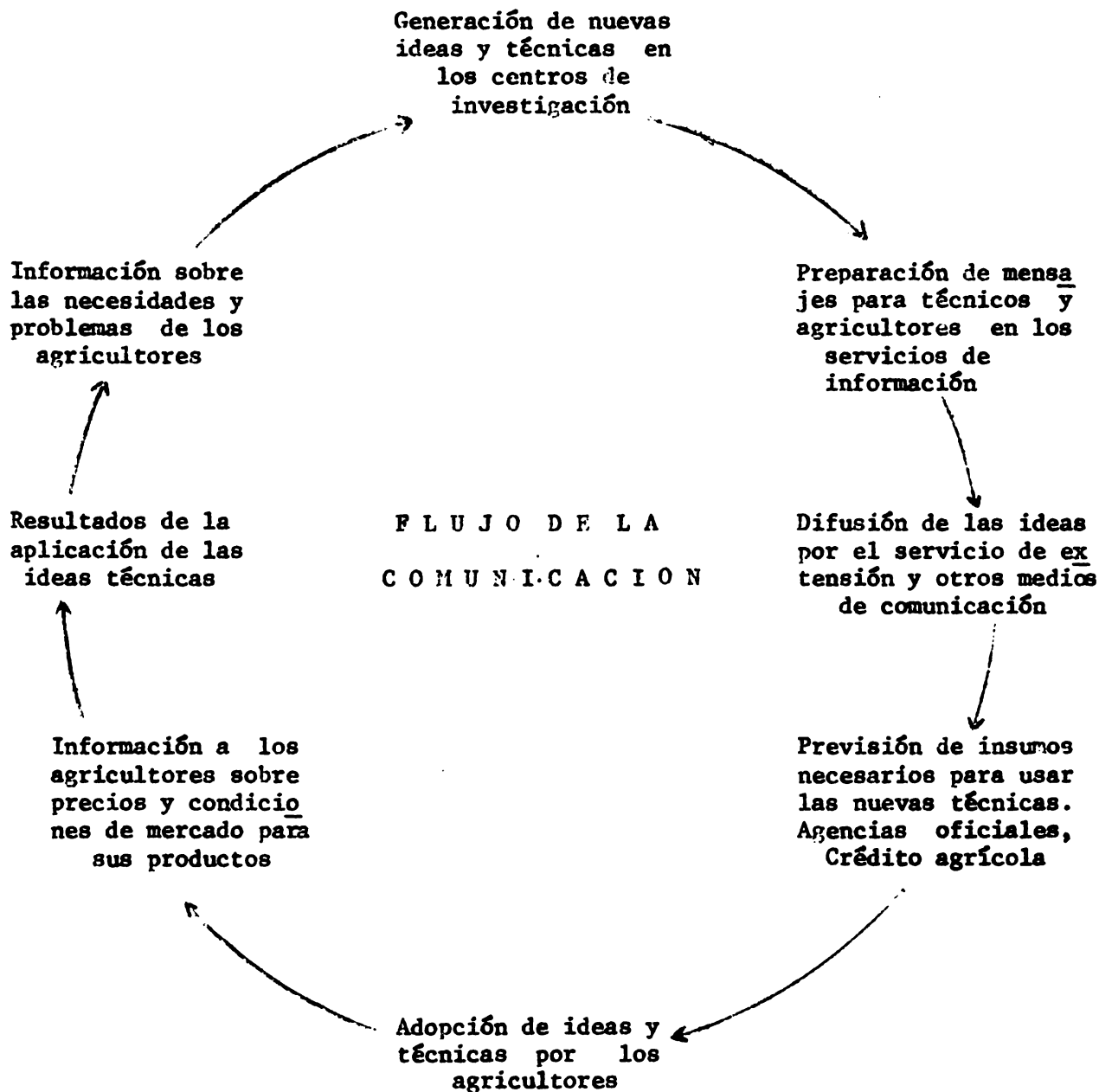
Hemos visto, entonces, que la comunicación vincula personas con otras personas; personas con grupos; y también los grupos entre sí. Cuando llegamos al nivel social entendemos que la comunicación representa todo un sistema de estructuras y actividades encaminadas a satisfacer las necesidades cruciales de la sociedad.

En países como los nuestros, inmersos en un proceso de desarrollo más o menos rápido, la comunicación tiene grandes contribuciones que hacer. Algunas de las más importantes se enumeran a continuación:

- a. Contribuir a crear un sentimiento de nacionalidad o participación política.
- b. Ser la voz de la planificación nacional
- c. Ayudar a enseñar las habilidades necesarias en el desarrollo
- d. Ayudar a ampliar el mercado efectivo

El funcionamiento de la comunicación como sistema es fácilmente demostrable en el campo de la difusión de las ideas y técnicas agrícolas. En esta área, del interés de todos nosotros, el flujo sería el siguiente:

[The page contains extremely faint and illegible text, likely bleed-through from the reverse side of the document. The text is scattered across the page and cannot be transcribed accurately.]



Conclusión

Vamos a concluir por lo que debería haber sido el comienzo, es decir: el proceso de la comunicación está formado de múltiples situaciones, es constante y dinámico, es un proceso social de transmisión de experiencias. De lo bien que entendamos sus elementos y del uso que de ellos hagamos, depende, casi en su totalidad, el éxito que tengamos al comunicar algo.

Literatura recomendada

1. BELTRAN, LUIS R. Fundamentos de la comunicación. In Curso Internacional sobre comunicaciones científicas agrícolas. Lima, Perú, 1964. 18 p. (mimeografiado).
2. DIAZ BORDENAVE, JUAN. Fundamentos de la Comunicación. Edición provisional. IICA, Turrialba, 1960. 36 p. (mimeografiado).
3. DIAZ BORDENAVE, JUAN. Comunicação de Noé a MacLuhan. Río de Janeiro, IICA. Publicación Miscelánea No. 114, 1973. 27 p.
4. ETZIONI, AMITAI. Organizaciones Modernas. IICA México, 1965. 221 p.
5. LITWAK, EUGENE y HYLTON, LYDIA. Interorganizational hypothesis on coordinating agencies. A sociological reader on complex organizations. Wilton, Inc., New York, 1969. pp.31-32.
6. ROSOW, IRVING. Forms and functions of interinstitutional forces 44(1):35-45. September 1969.
7. SCIRAM, WILBUR. El proceso y los efectos de las masas. Urbana, Illinois, University of Illinois Press, 1969.

San José, Costa Rica
Marzo de 1974

IICA México, 1965. 221 p.
COO 166
AUTHOR Molestina Escudero C.J.
TITLE Elementos de comunicación interinstitucional.
DATE DUE
BORROWER
30 JUN 1974
Patu...

1900

There is a general feeling of dissatisfaction among the people of the country with the present state of affairs. The government is accused of being inefficient and corrupt. The people are suffering from poverty and want, and they are looking for a better government. The present government is not able to meet the needs of the people, and they are demanding a change. The people are tired of the present state of affairs and they are looking for a new government. The present government is not able to meet the needs of the people, and they are demanding a change. The people are tired of the present state of affairs and they are looking for a new government.

Alternative Government

1. The first alternative is a government of the people, by the people, and for the people. This government would be elected by the people and would be responsible to the people. It would be a government of the people, by the people, and for the people.
2. The second alternative is a government of the people, by the people, and for the people. This government would be elected by the people and would be responsible to the people. It would be a government of the people, by the people, and for the people.
3. The third alternative is a government of the people, by the people, and for the people. This government would be elected by the people and would be responsible to the people. It would be a government of the people, by the people, and for the people.
4. The fourth alternative is a government of the people, by the people, and for the people. This government would be elected by the people and would be responsible to the people. It would be a government of the people, by the people, and for the people.
5. The fifth alternative is a government of the people, by the people, and for the people. This government would be elected by the people and would be responsible to the people. It would be a government of the people, by the people, and for the people.
6. The sixth alternative is a government of the people, by the people, and for the people. This government would be elected by the people and would be responsible to the people. It would be a government of the people, by the people, and for the people.
7. The seventh alternative is a government of the people, by the people, and for the people. This government would be elected by the people and would be responsible to the people. It would be a government of the people, by the people, and for the people.

1900