

110A
QM-41

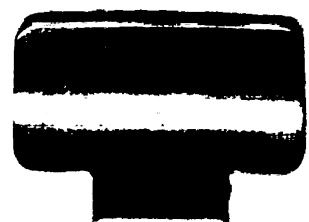
PUBLICACION MISCELANEA No. 41

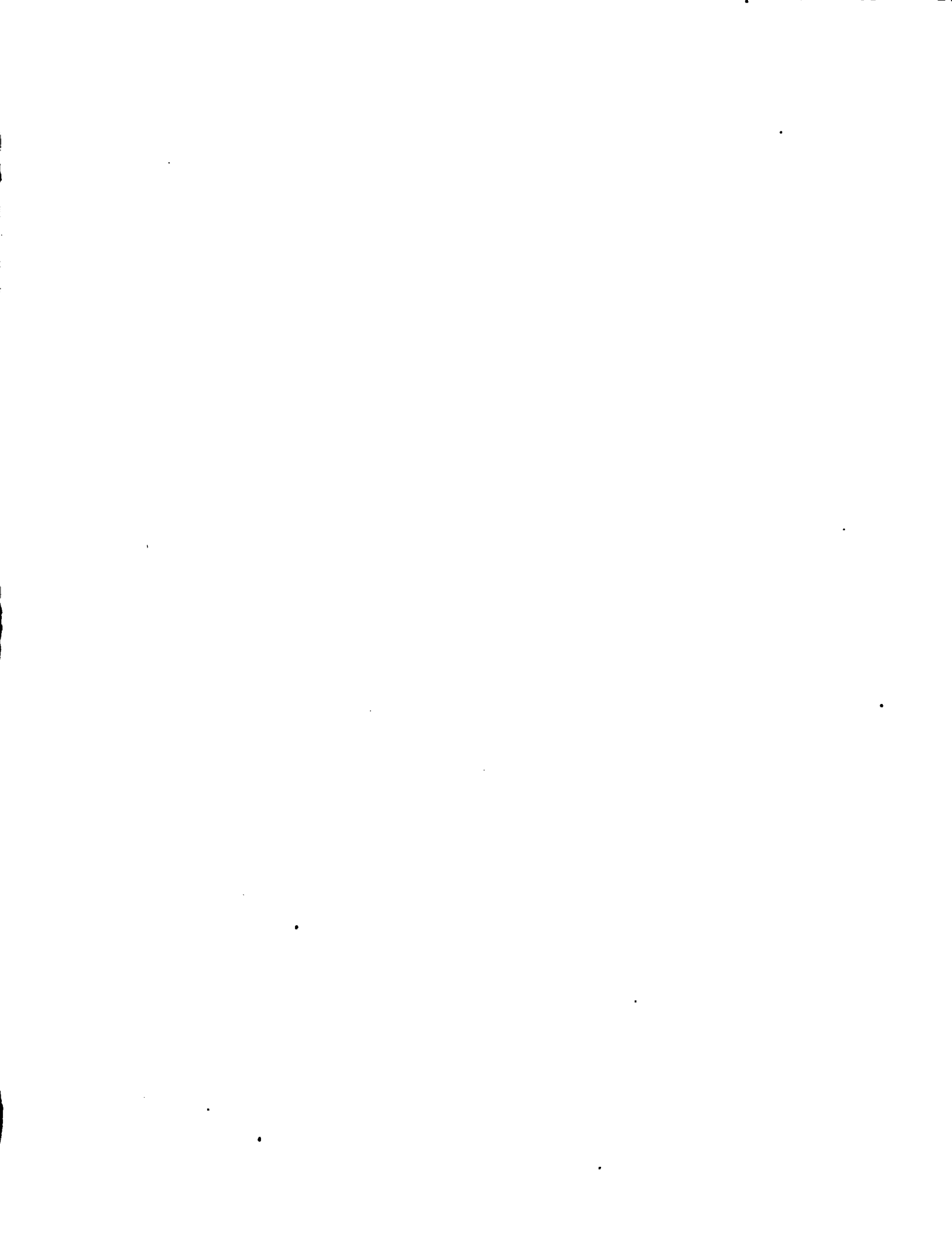
BRYANT T. KEARL

**COMUNICACION
Y DESARROLLO**

IICA







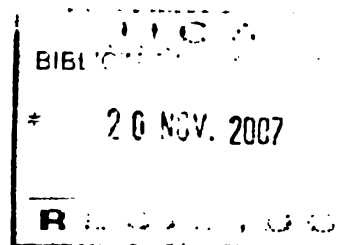
1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8. 9. 10. 11. 12. 13. 14. 15. 16. 17. 18. 19. 20. 21. 22. 23. 24. 25. 26. 27. 28. 29. 30. 31. 32. 33. 34. 35. 36. 37. 38. 39. 40. 41. 42. 43. 44. 45. 46. 47. 48. 49. 50. 51. 52. 53. 54. 55. 56. 57. 58. 59. 60. 61. 62. 63. 64. 65. 66. 67. 68. 69. 70. 71. 72. 73. 74. 75. 76. 77. 78. 79. 80. 81. 82. 83. 84. 85. 86. 87. 88. 89. 90. 91. 92. 93. 94. 95. 96. 97. 98. 99. 100.

.

1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8. 9. 10. 11. 12. 13. 14. 15. 16. 17. 18. 19. 20. 21. 22. 23. 24. 25. 26. 27. 28. 29. 30. 31. 32. 33. 34. 35. 36. 37. 38. 39. 40. 41. 42. 43. 44. 45. 46. 47. 48. 49. 50. 51. 52. 53. 54. 55. 56. 57. 58. 59. 60. 61. 62. 63. 64. 65. 66. 67. 68. 69. 70. 71. 72. 73. 74. 75. 76. 77. 78. 79. 80. 81. 82. 83. 84. 85. 86. 87. 88. 89. 90. 91. 92. 93. 94. 95. 96. 97. 98. 99. 100.

INSTITUTO INTERAMERICANO DE CIENCIAS AGRICOLAS DE LA OEA
Dirección Regional para la Zona Andina
Programa de Comunicación en Educación Agrícola Superior
Lima, Perú

PUBLICACION MISCELANEA N° 41



COMUNICACION Y DESARROLLO

Bryant Kears

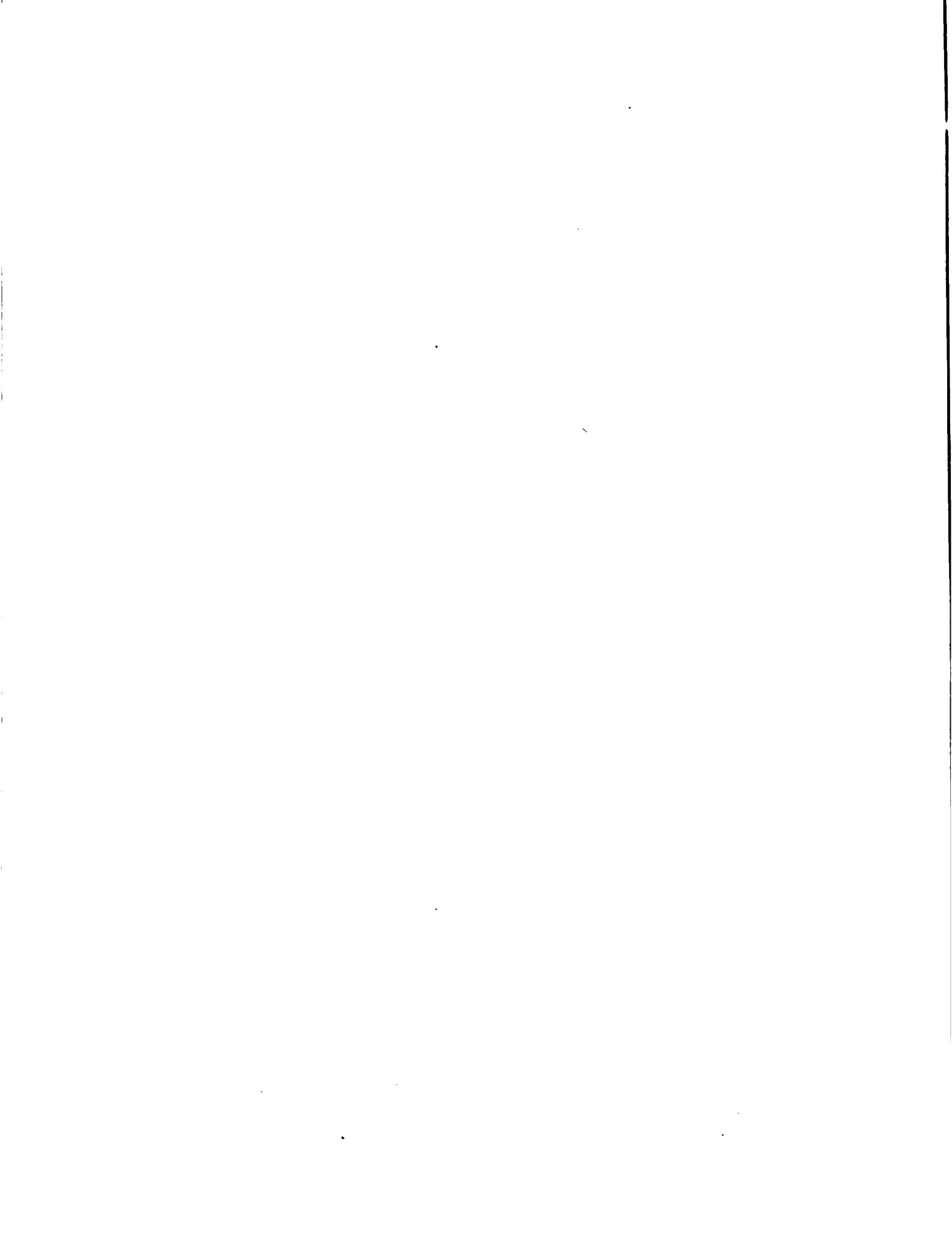
FEBRERO, 1967

~~861152~~

00000208

El IICA no se solidariza necesariamente con los conceptos y opiniones vertidas por el autor, quien asume responsabilidad exclusiva de los mismos.

Esta publicación ha sido preparada conforme a los términos del contrato firmado entre el Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas de la OEA (IICA) y la Agencia para el Desarrollo Internacional, del Gobierno de los Estados Unidos de Norteamérica. El IICA tiene su Dirección General en San José, Costa Rica y tres Direcciones Regionales para las Zonas Andina, Norte y Sur, con sede respectivamente en Lima, Ciudad de Guatemala, y Montevideo.



COMUNICACION Y DESARROLLO *

por Bryant Kears, PhD **

Solamente hace unos pocos días descubrí, con sorpresa, que parte de mi responsabilidad en esta conferencia era la de presentar una ponencia. Esto no me permitió disponer del tiempo que yo hubiera deseado tener para preparar un artículo sistemático y bien documentado. Pero tal vez así es mejor. Quizás en esta etapa de nuestras discusiones sobre comunicación, la formulación de algunas impresiones pueda ser igualmente provocativa, y por tanto igualmente útil, que una discusión sistemática.

En días pasados he tenido por lo menos la oportunidad de revisar algunas de las lecturas importantes en comunicación y desarrollo económico. Tal revisión proporciona una impresión vívida de una extraña paradoja en estos escritos. Casi sin excepción, los economistas que escriben sobre desarrollo económico nunca o casi nunca mencionan el rol de las comunicaciones. Si consideran la posibilidad de que existan comunicaciones inadecuadas, es solamente al estipular que se espera que los actores en sus dramas de teoría económica tengan completa información y la usen racionalmente al tomar decisiones. Al mismo tiempo, los escritos de los especialistas en comunicaciones a menudo tienen un tono igualmente irreal. Por lo general, en el pasado han dado a las comunicaciones un papel dramáticamente central en el desarrollo económico. "Qué lástima", dicen "si solamente pudiéramos convencer a la gente para que usen la tecnología

* Trabajo presentado por el autor en la I Reunión General de Comunicadores del IICA, celebrada en San José, Costa Rica, del 1 al 7 de setiembre de 1965.

** Decano Auxiliar de la Escuela de Graduados, Universidad de Wisconsin, Madison, Wisconsin, Estados Unidos.

de que ahora disponemos! Si solamente pudiéramos conseguir que la información pase más rápidamente del laboratorio a la finca, qué gran progreso conseguiríamos!". Estos son escritores que admitanlo o no, definen el desarrollo económico simplemente como una situación en que las comunicaciones son adecuadas.

Para este grupo, algunos pensamientos recientes de Arthur M^osher 1/ y Theodore Schultz 2/ constituyen una lectura sensata. Schultz dice:

"Será probablemente una sorpresa encontrar que los agricultores de los países pobres no son por lo general ineficientes al usar (asignar) los factores agrícolas de producción que tienen a su disposición. Basándose en una prueba estrictamente de asignación, estos agricultores son más eficientes que los de la mayoría de los países de agricultura moderna, porque estos últimos se encuentran en un estado de desequilibrio, consecuencia de su crecimiento "demasiado rápido".

M^osher asume una posición similar. En su "Form Lecture" de la Voz de América en 1963 declaró:

"Los agricultores saben más y más cada año que pasa acerca de los procesos que se les llama a dirigir. El reconocimiento de la importancia de los nuevos productos para el desarrollo agrícola explica inmediatamente por qué tanto el desarrollo agrícola depende no solamente de los agricultores sino de lo que está pasando en el resto de la economía". En el Simposio de México, un año más tarde, M^osher amplió este punto: "En la mayoría de los lugares, en la mayoría de los casos, los agricultores están sacando tanto como les es posible de las técnicas que conocen. Solamente cambiando la naturaleza de las plantas, obteniendo nuevas variedades por cruzamientos, cambiando los nutrimentos disponibles para los cultivos por fertilización, utilizando nuevas técnicas para el control de plagas, o desarrollando nuevos implementos para realizar trabajos nuevos o trabajos ya conocidos en mejor forma, es que la agricultura puede progresar. Las técnicas nuevas son absolutamente esenciales para el desarrollo agrícola".

1/ M^osher, Arthur T. "The Requirements for Agricultural Development". In: Communications in Agricultural Development (Delbert T. Myren, editor), Proceedings of the First Inter-American Research Symposium on the Role of Communications in Agricultural Development, Mexico City, Oct. 5-13, 1964. pp. 7-9.

2/ Schultz, Theodore W. "An Efficient Approach for Modernizing Traditional Agriculture". The University of Chicago, Office of Agricultural Economics, Research Paper N° 6306, December 5, 1963 (rev. Dec. 28, 1963).

En el mismo seminario de México, Myren 1/ citó un grupo de estudio en el Cercano Oriente que preguntó a 482 campesinos acerca de sus actividades agrícolas y aspiraciones:

"El grupo del seminario informó que casi sin excepción, cada agricultor pudo decir lo que hizo, cuándo lo hizo, cómo lo hizo y por qué lo hizo. En realidad encontra . . . que las razones dadas eran considerablemente sensatas de acuerdo a su propio criterio". Myren añade, "No cabe duda de que el primer paso hacia el cambio es el deseo, después del cual vienen los otros pasos que llevan a la adopción de nuevas prácticas. Sin embargo, yo mantendría que este deseo está ya ampliamente difundido por las zonas rurales de Latinoamérica".

En otras situaciones estamos encontrando otros recordatorios de que las decisiones de los agricultores sobre nueva tecnología en raras ocasiones son restringidas simplemente por la falta de información sino que están controladas por toda la estructura de recursos que ellos consideran disponibles. Marion Brown 2/, al describir sus estudios en Chile, dice:

"Preguntamos a los agricultores si conocían los remedios para siete problemas agrícolas comunes separadamente -- insectos, heladas, maleza, baja fertilidad, precios bajos, falta de conocimiento, y falta de capital disponible. La mayoría de ellos rápidamente nombró los remedios:

Insectos -- polvos o líquidos
Heladas -- fuego, humo, techos y secretos de la naturaleza
Fertilidad -- abonos
Malezas -- herbicidas
Precios bajos -- guarde la cosecha
Falta de conocimiento -- pregúntele a alguien que sepa
Falta de plata -- pide un anticipo

En respuesta a otro punto, generalmente dieron mayor peso al trabajo que a la suerte como determinante de los rendimientos de los cultivos".

1/ Myren, Delbert T. "The Role of Information in Farm Decisions Under Conditions of High Risk and Uncertainty". In: Communications in Agricultural Development, pp. 94-100.

2/ Brown, Marion. "Sources of Information for New Land Owners". In: Communications in Agricultural Development, pp. 101 - 107.

Recuerden por favor, que todos estos son comentarios acerca de los campesinos, agricultores tradicionales que hasta el momento han hecho uso muy limitado de la nueva tecnología. Y sin embargo no sugieren que estos campesinos sientan desinterés o antagonismo hacia las nuevas ideas y métodos. Más bien sugieren un grupo de agricultores que está haciendo uso real de la tecnología que está realmente a su alcance a un precio, tanto financiero como psicológico, que ellos consideran poder pagar. Lo que esto dice es que los economistas y comunicadores y otros interesados en las ciencias sociales deben necesariamente converger en sus proyectos de investigación, juntando sus habilidades para encontrar la manera de hacer que la nueva tecnología esté realmente, en lugar de sólo potencialmente, disponible a los agricultores, y para encontrar la manera de hacer que los costos correspondientes coincidan con lo que el agricultor tradicional puede pagar.

Yo me he estado preguntado por qué economistas y comunicadores han estado tan alejados por tanto tiempo en esta materia. Parte de la paradoja puede explicarse en simples términos humanos. Mi amigo el economista, naturalmente, magnifica la importancia relativa de su especialidad. Supongo que yo como comunicador hago lo mismo. Al medir un efecto finito (cambio en la tecnología agrícola) y asignarlo entre causas alternativas (determinismo económico y persuasividad comunicativa), si cada uno de nosotros exagera su propio rol, necesariamente minimiza el del otro.

Pero creo que el problema es más fundamental que esto. Yo quisiera sugerir que es en gran parte el resultado de que ambos grupos han estado aplicando por demasiado tiempo experiencia y conceptos de una economía industrial bien desarrollada a situaciones de poco o ningún desarrollo industrial.

No existe nada espectacularmente nuevo en este punto de vista, pero quisiera proponerles que examinemos algunas de sus implicaciones. Consideremos algunas de las condiciones en una nación moderna industrial, que tienen influencia en el rol de las comunicaciones dentro de la economía y de la sociedad. Yo creo que podemos con propiedad llamar a una nación industrial una nación "saturada de comunicaciones", y hasta podríamos descubrir que los recursos de comunicaciones son un índice directo del nivel total de desarrollo económico.

Primero, la nación industrialmente desarrollada es una nación alfabeta. No todos los que pueden leer leen en realidad, pero la gran mayoría de la gente puede y lo hace. Los mensajes escritos y la palabra impresa son potencialmente accesibles a todos.

Segundo, es una nación en la cual la educación formal está relativamente muy desarrollada. La mayor parte de la gente tiene la educación necesaria para juntar nuevas piezas de información, obtenidas a través de los medios masivos y por otras vías, y hacer mosaicos de ideas que tienen sentido.

Tercero, es una sociedad orientada hacia el mercado. La gente compra y vende, ahorra y gasta e invierte. En consecuencia, se han acostumbrado a poner atención a la información que los ayudará a tomar las inevitables decisiones económicas que una sociedad orientada hacia el mercado trae consigo.

Cuarto, los riesgos que toma la gente tienden a ser más bien financieros que físicos. La bancarrota es posible; el morir de hambre no. Esta diferencia tiene de seguro consecuencias con respecto a la toma individual de decisiones.

Quinto, los medios de comunicación son ubicuos. Para la persona promedio, el día está lleno de mensajes. Casi todos los estudios de las familias rurales norteamericanas,

por ejemplo, muestran que reciben regularmente una media docena de revistas agrícolas, además de los periódicos y revistas de tipo general. Cada hogar tiene varios receptores de radio, y la mayoría también tiene televisión. Casi todas las regiones proporcionan a sus oyentes una amplia selección de estaciones.

En estas circunstancias, el economista tiene cierta justificación para estudiar el comportamiento económico bajo la suposición de que la comunicación, como el aire que respiramos, es una fuente inagotable que no amerita atención especial. Cambios en costos, precios y tecnología se comunican sin mayor esfuerzo, y se puede suponer que tienen un impacto rápido en el comportamiento. Si se puede producir leche a bajo costo en Wisconsin y venderla a mayor precio en New York o Florida, solamente grandes problemas de transporte o barreras legales artificiales prevendrían el que los agricultores o firmas comerciales explotaran rápidamente esta diferencia. Si el salario de un hombre contratado para ordeñar las vacas a mano sube demasiado con relación al costo de una máquina ordeñadora, este hecho se reflejará rápidamente en las ventas de máquinas ordeñadoras.

El punto que quiero hacer resaltar aquí es el de que en una sociedad saturada de comunicaciones, las suposiciones de la teoría económica con respecto a información se justifican mucho más que en las naciones menos industrializadas. Yo creo que esto ha permitido a los economistas el concentrarse sobre puntos económicos en su estudio del comportamiento humano, y no los ha estimulado a aplicar su manera de pensar a factores no económicos. Al mismo tiempo, teniendo en las naciones industrializadas una alta proporción de la población que acepta de manera más bien total los criterios y condiciones de una economía de mercado, siempre que el comportamiento económico no siga líneas que se puedan predecir, se justifica que el comunicador pregunte: "¿Dónde falló la comunicación?".

La nación no industrializada nos coloca frente a un conjunto completamente diferente de circunstancias. Los millones de personas que están fuera o sólo parcialmente involucradas en la economía de mercado difícilmente puede esperarse que reúnan las condiciones de nuestra definición de "racionalidad económica".

Pero aunque las reunieran (o para aquellos que las reúnen), un país no industrializado carece de la red de comunicaciones sobre la que se basa la experiencia del mundo industrializado.

En los últimos cinco años, yo creo, se ha hecho mucho para acercar física e intelectualmente al estudioso de las comunicaciones y al economista, sociólogo o antropólogo interesado en el desarrollo económico. La manera de pensar de algunos economistas como Wharton Domer y Kanel se está volviendo hacia las respuestas de agricultores individuales y sus familias con respecto al ~~reto~~ desarrollo. Está produciendo afirmaciones como la siguiente de Wharton ^{1/}:

"La mayor deficiencia en toda la investigación sobre problemas de desarrollo en las primeras etapas de la agricultura es la falta de estudios sobre la influencia de los valores, actitudes y motivaciones de los agricultores sobre sus metas de producción, toma de decisiones y receptividad al cambio y la innovación". "Las actitudes hacia el cambio y la innovación entre la gente del campo son pivotes para todo el proceso de desarrollo agrícola. Sin embargo, a pesar de que todos admitimos la importancia central de los factores humanos en el desarrollo agrícola y económico, solamente en raras ocasiones lo hacemos el punto central en nuestras investigaciones. Tabulamos el ingreso de la finca contra un sorprendente despliegue de factores "causales" independientes - tamaño de la finca, combinaciones de cultivos, uso de fertilizantes, distancia del mercado, clase de terreno, tenencia, edad y educación del operador, etc., pero casi nunca miramos los procesos mentales y de toma de decisiones de las personas que están llevando a cabo las actividades agrícolas... Que mejor que nosotros los economistas agrícolas uniéramos fuerzas con nuestros colegas de las ciencias sociales rurales para encontrar juntos respuestas que tengan aún mayor significado..."

^{1/} Wharton, Clifton R., Jr. "Research on Agricultural Development in Southeast Asia", (Agricultural Development Council, New York, 1965), pp. 7, 21-22.

Quizá Mosher 1/ sea el autor que mejor ha resumido esta relación entre las comunicaciones y otros aspectos del desarrollo agrícola. Enumera él cuatro elementos "absolutamente esenciales" para el progreso rural: la nueva tecnología, la disponibilidad de insumos de precio accesible, el acceso a los mercados, y los incentivos para la producción. En la ausencia de estos factores, es imposible lograr el desarrollo, por más propaganda o súplicas que se hagan. Si estos factores están presentes y aún así el desarrollo ocurre con lentitud desalentadora, entonces, y solamente entonces, tendremos derecho a preguntarnos si es adecuado o no el programa de "educación del agricultor" y el plan para mantener informados a los extensionistas locales.

La comunicación de información es, pues, un elemento "acelerador" del desarrollo, según la estructura de Mosher. Y la misma elección de términos sugiere que se trata de un proceso selectivo. Mosher en ningún momento pretende sugerir que una distribución indiscriminada de información agrícola, escogida al azar, puede lograr la aceleración por él descrita -- a menos que dentro de esa selección al azar se encuentre la información que, por contener exactamente lo que se necesitaba, para precisamente el público-objetivo, sea estratégicamente útil. Nuestra tarea es, por consiguiente, asegurarnos de que ésta es la información que suministramos.

El grupo de comunicadores en esta conferencia representa también una rama nueva más bien progresiva en nuestra disciplina. Ustedes están mirando a las comunicaciones apenas como uno de los elementos de un proceso complejo de desarrollo, y están comenzando a hacer preguntas acerca del proceso como un todo, no solamente acerca de las técnicas y medios de comunicación. ¿Cómo se desarrolla el hábito de buscar información? ¿Con qué precondiciones y bajo cuáles estímulos? Estas

son exactamente el tipo de preguntas que Juan Díaz hizo en su reciente estudio en el Brasil, cuando buscó identificar las combinaciones de personalidad y circunstancias económicas que hacen que un campesino quiera buscar información para usarla en tomar decisiones. Díaz ha escapado del confinamiento que muchos investigadores han sentido al limitar sus estudios a la simple cuestión de mensajes y medios de comunicación.

También Myren ha estado volviendo su atención cada vez más a cuestiones de cómo la gente usa la información, investigando cómo el riesgo y la incertidumbre afectan los hábitos de búsqueda de información y procesos de decisión de los agricultores.

Otros también hablan acerca de las comunicaciones como un aspecto de los procesos individuales de decisión, antes que estudiarlas como un proceso o sistema aislado.

Yo quisiera usar una analogía para aclarar las ideas que he estado discutiendo. Se refiere al desarrollo de la irrigación agrícola en los Estados Unidos. Se la puede aplicar (o probar) si se sustituye "comunicación de información" en lugar de "distribución de agua" y se debe pensar que las regiones húmedas que describo son análogas a los países saturados de comunicaciones, y las regiones áridas, análogas aquellas en que la información y los medios para difundirla son escasos.

Hace un siglo, en las regiones húmedas de los Estados Unidos nosotros teníamos una actitud muy generosa, podríamos decir, acerca del agua. Con excepción de las raras ocasiones en que había sequía, supusimos que la naturaleza suministraría todo el agua que las plantas necesitan. Simplemente no considerábamos los problemas de suministro de agua. Dejando de lado la sequía, la disponibilidad de agua

(como la disponibilidad de información en una sociedad saturada de comunicaciones) no se consideró en ningún sentido como factor limitante de la producción.

Cuando los agricultores norteamericanos empezaron a operar en las regiones áridas por medio de la irrigación, transfirieron los conceptos usados en las áreas que tenían agua en abundancia. La irrigación consistía en tratar de disimular las condiciones de abundancia de las áreas húmedas. Nuestra meta era simplemente asegurarnos de que se aplicara suficiente agua, y lo conseguimos asegurándonos de que si íbamos a irrigar lo hiciéramos abundantemente.

Ultimamente se han revelado dos descubrimientos. El uno es que en las regiones áridas debemos prestar mucha más atención a los requisitos individuales de los cultivos si vamos a usar el agua de manera sensata. Toda una nueva ciencia sobre el uso estratégico del agua está emergiendo, basada en estudios precisos de las plantas y sus necesidades. Las ideas que se trajeron de las regiones húmedas a las áridas desperdiciaban demasiado un recurso escaso (y en realidad podrían ser muy crudas aún donde hay abundancia de agua). Y este fue el segundo descubrimiento: que aún en la región húmeda que parece tener abundante agua natural, la irrigación suplementaria hecha de manera juiciosa -- proporcionando solamente la cantidad apropiada de agua en el momento apropiado -- puede hacer sorprendentes ganancias en productividad.

Esta nueva manera de considerar el uso del agua ha demandado el que aprendamos mucho más acerca del metabolismo de las plantas. Exactamente ¿por qué las plantas necesitan agua, cómo la usan, cuándo y cómo se puede distribuir para multiplicar su efectividad? Hemos tenido que desarrollar inventiva y tendremos que hacerlo aún más, para crear nuevos métodos de distribución del agua. Habrá necesidad de

una comunicación continua entre la planta y el agricultor, reflejándose los cambios de necesidades del cultivo en los cambios de método y cantidad de irrigación.

La diferencia esencial es esta: hace veinte años un experto en riego habría dicho que su especialización era el agua -- cómo recogerla y almacenarla, cómo se mueve en los tubos y en las acequias, y cómo se puede distribuir en las tierras. Las teorías útiles eran las relacionadas con el movimiento del agua.

Hoy día el experto en riego diría que él se dedica al estudio de cómo los cultivos utilizan el agua. Las teorías más útiles probablemente son aquellas que tratan del papel de la planta en el ciclo del agua:

El comunicador está haciendo el mismo cambio. Ya no puede confinarse al estudio de los mensajes y los canales. Las teorías más útiles, me parece, serán aquellas que tratan sobre cómo la gente utiliza la información.

Como el ingeniero en riego, el comunicador por fin está comenzando a reconocer que las diferencias entre las áreas de abundancia y las de escasez son diferencias cualitativas y no sólo cuantitativas.

En una nación industrializada, que tiene medios de comunicación bien desarrollados y ampliamente distribuidos, puede ser correcto que el comunicador se concentre simplemente en "colocar" sus mensajes en los medios de comunicación existentes. Sus estudios pueden versar sobre mensajes y medios a exclusión de otras consideraciones. Puede trabajar dentro de las instituciones y redes de comunicación que ya se encuentran a su disposición sin necesidad de tener que preguntar cómo se las puede suplementar, reorganizar o usar selectivamente.

En una nación no industrializada nuestra primera pregunta podría muy bien ser si debiéramos crear algunos tipos de redes de comunicación completamente nuevos.

Marion Brown está haciendo esta pregunta en sus estudios actuales en Chile: ¿Hasta qué punto puede la correspondencia directa ser un canal estratégico nuevo para la información agrícola en una nación no industrializada? En una nación industrializada tendemos a describir el público para la información agrícola como "todos los agricultores". En Chile, Brown nos está pidiendo que pensemos en un público de primera prioridad que consista de especialistas agrícolas locales. Los extensionistas, la gente que trabaja en las Agencias de Crédito, los administradores de plantas de procesamiento agrícola, profesores y otros técnicos pueden muy bien ofrecer oportunidades especiales para llevar mensajes a regiones tradicionalmente rurales. Si los nombres y direcciones de estos especialistas se encuentran disponibles, quizás cartas circulares directas que hagan uso de los servicios regulares de correo ofrecen muy buenas oportunidades para llegar a esta gente. (Este punto de vista está apoyado por datos del estudio por Aragón, Díaz y Martínez ^{1/}, que muestran que la correspondencia directa fue la primera fuente de información que trajo a los finqueros mexicanos a días de campo agrícola).

Quizás necesitamos también pensar en algunos cambios sustanciales en nuestras maneras de considerar los canales de comunicación existentes. Por ejemplo, una cantidad de clisés (afirmaciones a priori) han emergido acerca de la radio y que provienen de las naciones industrializadas. ¿Pero cuán verdaderos son éstos para otras partes del mundo? Estando los medios impresos tan cercanamente ligados al nivel general del desarrollo económico, podrían transcurrir años antes de que una prensa genuinamente popular penetre profundamente las áreas rurales de Latinoamérica. En realidad,

^{1/} Aragón, V., Omar, Heliodoro Díaz C. y J. de Jesús Martínez C. "The Effectivity of Different Information Media in Promoting Field Days Attendance of Five Regional Experimental Centers During 1963". In: Communications in Agricultural Development. pp. 112-121.

sospecho que para el momento en que una nación tiene una prensa popular que circula ampliamente, esta nación ha alcanzado ya el "punto de impulso inicial" (take-off-point) para el desarrollo económico. Pero la difusión del radio a transistores en menos de cinco años hacia áreas sorprendentemente remotas sugiere que tenemos aquí un medio de comunicación que puede salvar las barreras económicas que tan a menudo han hecho que la comunicación siga, en lugar de preceder, al desarrollo económico.

Los clisés nos dicen por supuesto que la radio nunca puede realizar ciertas funciones esenciales de comunicación. Se cree que es ineficiente en proveer información precisa o completa. Pero ¿quién ha probado en realidad sus límites al respecto? ¿Hasta qué punto hemos explotado, o aún explorado, el uso de la radio de maneras enteramente nuevas y no convencionales? (Una proposición proveniente de las naciones industrializadas que yo quisiera que se investigue, es la de que las normas de ficción no son apropiadas para mensajes sobre hechos. ¿No sería ya tiempo de que probáramos si esto es en realidad así? ¿Cuánto podríamos ganar en aumento de atención para la información agrícola a través de formas dramáticas o aún de novela? ¿Cuánto tendríamos que perder en precisión y equilibrio?).

Una de las áreas más importantes de investigación que está emergiendo de maneras nuevas de pensar sobre las comunicaciones en el desarrollo económico, tratará del "feedback". Regresemos a nuestra analogía de la irrigación; un aspecto esencial para el uso racional del agua, es una información continua sobre la cantidad de humedad que necesitan las plantas de acuerdo a la etapa de crecimiento en que se encuentran. ¿Cuántas agencias gubernamentales de información ya sea en los Estados Unidos o en Latinoamérica, operan basándose en un inventario de públicas continuado?

¿Qué mecanismo podríamos diseñar para mantener al comunicador gubernamental (o también al investigador científico) en contacto cercano y continuado con los problemas y necesidades de la gente del campo? Al escribir un artículo informativo o presentar un programa agrícola de radio, preguntamos ¿cómo y dónde se usará esta información? Si tuviéramos que preguntar esto, ¿cómo obtendríamos una respuesta?.

(Una forma de "feedback", por supuesto, consiste en proveer a las agencias de información agrícola de gente procedente del campo, en reclutar para la educación agrícola superior y luego para comunicaciones agrícolas un mayor número de jóvenes procedentes de áreas rurales. Un buen fitomejorador o entomólogo puede venir de cualquier nivel social o económico. Un comunicador agrícola puede muy bien estar en posición ventajosa y tener especial valor para su agencia si tiene, aunque sea desde su niñez o juventud, una familiarización directa con su público.

Al utilizar recursos de comunicación para el desarrollo económico existen otras áreas que me parece que merecen estudio. Una se refiere al problema de usar programas de comunicación para apoyar los intentos legislativo-judiciales de resolver el problema del desarrollo. Es completamente natural que algunos problemas de desarrollo en Latinoamérica sean atacados por medio de "programas de acción" gubernamentales. Algunos o muchos de éstos tendrán un elemento considerable de obligatoriedad. Hemos tenido considerable experiencia en el uso de los medios de información en programas educacionales voluntarios, pero muy poca en realidad en encontrar cómo los programas judiciales o legislativos forzosos pueden ser apoyados y hechos más efectivos.

Otra área de importancia, creo yo, será la de integrar los programas públicos de información agrícola con aquellos de las empresas comerciales. En una economía en desarrollo habrá especial interés en la nueva tecnología por parte de las industrias

agrícolas nuevas o que se están desarrollando, tanto aquellas que proveen a los agricultores de elementos para la producción como aquellas que procesan o manejan el mercado de productos agrícolas. A medida que la agricultura de subsistencia se vuelve agricultura comercial, esas firmas comerciales e industrias se volverán canales importantes. Pueden muy bien ofrecer maneras únicas de hacer llegar a los agricultores la nueva tecnología. Pueden además estar en la mejor posición para ofrecer al agricultor incentivos para el cambio. ¿Estamos completamente preparados para utilizar estas firmas como socios en información, en una forma para la cual las naciones industrializadas no proveen un modelo o patrón fácil?

En resumen, yo diría que en las naciones industrializadas el uso de las comunicaciones en el desarrollo agrícola es en gran parte una actividad no planeada. En los Estados Unidos, nosotros tenemos varios millones de agricultores independientes, cada uno de los cuales tiene su propia combinación peculiar de recursos. Ante ellos nosotros ponemos un despliegue rico de información agrícola y suponemos que cada uno escogerá las piezas que encajen en su propio programa de desarrollo.

En regiones de agricultura tradicional, esta forma simplemente no puede tener éxito. Las metas del desarrollo agrícola tendrán que ser previstas y planeadas mucho más que en los Estados Unidos. Simplemente no se puede ser un tipo de planificador al azar de las comunicaciones, como muchos de nosotros somos en los países de agricultura modernizada. No hay alternativa que no sea la de ser mejores técnicos que las contrapartes en países como los Estados Unidos; no necesariamente mejores periodistas y especialistas de radio y editores de boletines pero sí ciertamente mejores en aplicar una estrategia de comunicación, mejores en adquirir un conocimiento de los públicos,

mejores en sincronizar el tiempo y el contenido de los programas de información que harán de las comunicaciones un socio potente del desarrollo económico.

-o-o-o-o-o-o-

Febrero, 1967.



| | |
|------------------------|------------------------|
| 11CA
PM-41 | |
| Comunicación y Resans. | |
| Autor
llo | |
| Titulo
P.M. 41 | |
| Fecha Devolución | Nombre del solicitante |
| 6 MAR 1982 | Marta Vaiguo |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |

DOCUMENTO
MICROFILMADO
Fecha: NOV. 1988

