ALGUNOS CONCEPTOS SOBRE COMUNICACION Y CRECIMIENTO DEMOCRATICO

Ing. Carlos Julio Molestina Escudero

IICA ZONA NORTE
GUATEMALA, C.A.
Febrero, 1970

ALGUNOS CONCEPTOS SOBRE
COMUNICACION Y CRECIMIENTO DEMOGRAFICO

Ing. Carlos J. Molestina E.

IICA-CIDIA

INSTITUTO INTERAMERICANO DE CIENCIAS AGRICOLAS DE LA OEA
Dirección Regional para la Zona Norte
Guatemala, C. A.
1970

EL PROCESO DE LA COMUNICACION

Ing. Carlos J. Molestina E.*

Comunicación: 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 sin temor a error 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 ---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 trasmitir.

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 de la comunicación o, en otras palabras, de los elementos del proceso de la comunicación, debemos considerar varios factores que afectan, en una forma u otra, la esencia misma de este proceso. Si consideramos un cuarto elemento muy importante en la comunicación, cual es el Canal por el cual se trasmite 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 influen en la Fuente y el Destinatario

1. La Intención:

Entendemos por intención, el deseo de crear un área de experiencias compartidas. Desde el momento en que

*Comunicador. Programa de Educación Agrícola Superior. IICA, Zona Norte. Guatemala. C. A.

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. Aún 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 alumno. 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 cómo 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 las experiencias se amalgaman, en un campo de experiencia compartida, mejor 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 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 trasmiten con igual carácter por medio de símbolos. Aquí también se puede decir que hay diferencias entre la fuente

y el destinatario, aún cuando las dos culturas sean básicamente las mismas, existe 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 una 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 vá 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. De aquí sale el lenguaje de los distintos pueblos, los colores, etc. 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 producen ciertas interpretaciones distintas al propósito del mensaje ya que la valorización es distinta.

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.

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 la estructura 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.

Se ha llegado a establecer en forma científica por medio de distintos trabajos de investigación, que las personas aprenden de la siguiente forma:

Vista: 87%
Oído: 7%
Tacto: 3,5%
Gusto: 1,5%
Olfato:..... 1%

Esto, naturalmente, de un modo general, ya que existen casos especiales (ciegos, sordos, etc.) en los que se desarrolla tal o cual sentido en forma particulat.

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.

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 sicológicas. 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 (fuente) 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 sicológico del destinatario para poder tener éxito en su empeño de comunicar algo.

Expondremos a continuación las preguntas que se hacen Seth Seth Spaulding y Rogelio Coto con referencia al proceso y los problemas de la comunicación, por creer que ellas sintetizan acertadamente este tema:

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 personal y familiar?

8. Expresa ideas concretas antes de entrar en generalizaciones?

A QUIEN?	POR CUALES MEDIOS?	Y CON QUE EFECTO?
El receptor	Medios	Efecto
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 de 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?	

Los distintos procesos de la Comunicación

Existen varias formas de comunicar y varios tipos de audiencia, cada uno de ellos, aún 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 contínuo en el que tanto la fuente como el destinatario intercambian sus posiciones según sea el uno o el otro el que está trasmitiendo 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 trasmiten 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 trasmite 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.

Conclusión

Vamos a concluir por lo que debería haber sido el comienza, es decir; el proceso de la comunicación está formado de múltiples situaciones, es constante y dinámico, es un proceso social de trasmisión 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. 18p. (mimeografiado).

2. DIAZ BORDENAVE, JUAN. Fundamentos de la Comunicación. Edición provisional. IICA, Turrialba, 1960. 36 p. (mimeografiado).

3. ROSOW, IRVING. Forms and functions of adult socialization. Social Forces 44(1):35-45. September 1965.

4. SCHRAM, WILBUR. El proceso y los efectos de la Comunicación para las masas. Urbana, Illinois, University of Illinois Press. 1954.

CJME:vdec
Guatemala, febrero de 1970

INSTITUTO INTERAMERICANO DE CIENCIAS AGRICOLAS DE LA OEA
Dirección Regional para la Zona Norte
Guatemala, C.A.

NATURALEZA DEL SIGNIFICADO

El Significado no está en las palabras, sino en la mente.

Si no pudiéramos abstraer alguna uniformidad en significado o dimensiones públicas de significado y cifrarlas en algún sistema, no podríamos comunicarnos. ¿Qué palabras aprendemos primero? Mamá, papá, bola, pan. Nos referimos a ellas como nombres de personas, cosas y sitios. Luego aprendemos palabras a las que podemos referirnos como procesos o acciones, hablar, andar, comer, dormir, jugar, ir.

¿Cómo enseñamos estas palabras? - Decimos y señalamos - hasta que con el tiempo las palabras se tornan significativas. Para el desarrollo del lenguaje, para poder comunicarnos, todas las personas deben estar de acuerdo sobre estas relaciones de las palabras a los objetos. Esta es una dimensión de significado. De hecho existe en la gente, pero podemos abstraerlo y hacer generalizaciones para todos los que utilizan el lenguaje. Esta clase la llamamos denotativa o referente. Decimos "bola"; la palabra se refiere o denota el objeto bola. Correr denota o se refiere al proceso de correr. Es una clase de taquigrafía. No podemos andar por esos mundos de Dios cargando con el mundo físico. Al escribir no podemos señalar objetos en el mundo físico. Escribo mesa y quiero decir eso.

Relación de Signo-Objeto

Erramos al olvidar que una relación de palabras que tienen referencias claras para nosotros puede que no las tengan para nuestros lectores. La claridad de nuestra escritura aumentará si recordamos que el lector tiene que estar consciente de esa relación y que la palabra en sí no se la va a dar. A veces usamos dibujos o fotografías al escribir. Las palabras difíciles necesitan ilustración, las fáciles, no.

De esto deducimos que la denotación completa requiere la presencia de la palabra y el objeto. ¡Imposible hacerlo en gran escala! Pero necesitamos una colección de definiciones si vamos a usar palabras que signifiquen el mismo objeto, o a enseñar significados a gentes que no los tienen.

Algunos diccionarios tratan de aproximarse a las definiciones denotativas. Solo pueden usar palabras para esa función señaladora. A veces usan ilustraciones, en un esfuerzo mayor para definir denotativamente una palabra.

Limitaciones: es difícil señalar con palaras. Si yo dijera una palabra en un idioma extraño y tratara de definirla con palabras del mismo idioma, ustedes no me entenderían si no hablan

el idioma. Lo mismo sucede con algunos términos técnicos. Ejemplo: Brucelosis - una infección causada por bacterias del género Brucela. Claro sólo si se sabe.

Otro punto: ¿De dónde vienen los significados denotativos? En otras palabras, ¿quién decide los significados o definiciones de las palabras? Muchos creen que es el diccionario - la autoridad final. Un buen diccionario no es - ni pretende ser tal autoridad. Es un reportero, colector y reproductor del uso. El diccionario es un libro de referencia útil y necesario, pero nunca la autoridad final ni el manualdde etiqueta del buen decir. El significado o definición viene del uso. Los editores de diccionarios observan y recopilan el uso que la gente da a las palabras.

¿Qué debemos recordar sobre el diccionario?

1. Es un economizador de tiempo. Nos dice mucho sobre lo que la gente significa al usar esta o aquella palabra.

2. Es un reportero. A veces podemos proveer una fuente primaria mejor de nuestra propia experiencia y la de nuestros lectores.

3. Los diccionarios son fijos. Con el tiempo los significados cambian y a veces estos cambios no aparecen en el diccionario.

4. Los significados se legislan por el uso, no por los diccionarios.

La gente usa ciertas palabras de cierta manera, otras no. El diccionario describe el uso; no lo prescribe, no debe prescribir el uso.

¿Cuál es el dominio del significado denotativo? Se refiere a la realidad física, una relación de palabras - signos con objetos que existen en el mundo físico.

Veamos otra dimensión de significado. Según progresamos en el uso del lenguaje, encontramos que queremos hacer algo más que nombrar objetos. Deseamos hablar o escribir - sobre objetos y procesos, no sólo referirnos a ellos. Queremos poner nombres juntos y señalar relaciones entre ellos. En vez de decir Juan y comer queremos relacionar el objeto Juan con el proceso de comer. En otras palabras deseamos hablar en oraciones, no en palabras. Decimos "Juan está comiendo".

Para construir oraciones necesitamos algunas reglas o procedimientos para ordenar las palabras en ciertas secuencias - qué

palabra viene primero y cuál después. Queremos que la gente sepa si hablamos de ayer, de hoy o de mañana, y deseamos comunicar muchas otras cosas.

El término gramática se refiere a los métodos para ordenar las palabras - no reglas, meramente métodos. La gramática no prescribe una serie de reglas, sino que describe una colección de procedimientos aceptados.

La gramática tiene distintos significados para nosotros. Para muchos es "la concentración desagradable sobre una colección infinita e insoportable de reglas o leyes sobre uso del lenguaje". Otros creen que es "un manual de etiqueta del idioma". Ejemplo: El hombre bien habla así y no de esta otra manera. Los niños educados dicen "Juan anduvo" no "Juan andó".

No queremos entrar en una discusión profunda de gramática. Sólo queremos señalar que hay una dimensión de significado en la forma y la gramática se refiere a forma. Mi definición de gramática es el estudio de las relaciones formales entre las unidades del lenguaje, cómo la gente las une, las inflexiones, etc. Podemos extraer de la gramática - de la forma - una dimensión de significado - la estructural.

Supongamos que esta es una oración aceptable en español:

Muchos esmogles tienen concón.

¿Que quiere decir esmogles, concón? ¿Tenemos significados denotativos para ellas? Probablemente no. ¿Diríamos por tanto que no hay significado en esa oración? No lo creo. Veamos otra oración.

Muchos esmogles tiene concón

Un esmogle tienen concón.

¿Qué pasa con estas oraciones? ¿Por qué no estamos de acuerdo con ellas? En español cuando decimos "uno" o "un" usamos "tiene" no "tienen"; cuando decimos "muchos", usamos "tienen". En general ciertas palabras (nombres) están acompañadas de ciertas otras palabras (verbos).

¿Qué más nos preocupa? "Muchos" usualmente va acompañado de una palabra terminada en "s". El artículo "el" o "uno" va acompañado de una palabra que no tiene "s" al final. Hablamos de concordancia en número, género, etc. ¿Qué tiene esto que ver con significado? En general podemos decir que al ver muchos significa que va acompañado de un nombre que se refiere a "más de uno". Decimos, además, que un nombre con "s" al final significa más de uno o plural. Esto es, hay significado en la forma de secuencia del lenguaje. No denota nada, pero nos ayuda a clasificar los significados, a comunicar nuestras ideas, y a entender a otra gente. Esta dimensión la llamamos Estructural. Es una relación de signo a signo. Una palabra - signo nos ayuda a predecir otra palabra - signo, o la secuencia de dos nos dice algo de su relación que no obtenemos de ninguna de las dos de por sí.

Para analizar el significado estructural no tenemos que ir a la realidad física y buscar objetos a los cuales se refieren las palabras. Analizamos la relación formal, de forma - entre palabras. Por eso decimos que el dominio del significado estructural es la realidad formal.

Ejemplo: de significado estructural - número: la "s" al final de esmogles; 1ra, 2da, 3ra persona. ¿Por qué usamos "s" al final del artículo, adjetivo y nombre? Repetición - ésta aclara, intensifica el significado.

Otro ejemplo: cambio de orden

Muchos concones tienen esmogle.
Juan vio a Jaime
Jaime vio a Juan

Otro: Signos de puntuación

El maestro dijo: "el estudiante es un idiota".
"El maestro", dijo el estudiante, "es un idiota".

No hemos cambiado el orden ni el significado denotativo de las palabras. Hemos alterado la relación de palabra a palabra - hemos cambiado el significado al cambiar la estructura.

En la escritura usamos muchas palabras que tienen sólo significado estructural. Ejemplo: "Y", "O", "Por lo tanto", "pero", "sin embargo", "porque". ¿Qué relaciones sugieren entre las palabras que las anteceden y las que siguen?.

Tenemos otra dimensión de significado que es un híbrido entre denotativo y estructural; es denotativa porque tratamos de extraer esta clase de significado de ella, y es estructural porque en un sentido predecimos significado denotativo de las relaciones formales entre estos términos y otros para los cuales ya tenemos significado. Veamos nuestra oración: Muchos esmogles tienen concón. Leamos un párrafo:

"Todos los esmogles tienen concón. En la primavera cuando el esmogle termina de invernar, su concón es muy mala calidad. Si se le da una dieta alta en proteína durante los meses primaverales, el concón puede esquilarse a fines de mayo o en junio. Después de la esquila el esmogle se suelta hasta la próxima primavera. Se necesita el concón de 20 esmogles para tejer un "sweater" de mujer.

¿Tienen ustedes ahora más significado para esmogle y concón? ¿Cómo lo obtuvieron? Suponen palabras para las cuales no tenemos significado denotativo entre otras para las cuales tenemos. Este

significado se adhiere a las palabras desconocidas debido a las relaciones formales entre las "conocidas" y "desconocidas". Esto es muy valioso para introducir palabras nuevas o difíciles.

Este es significado de contexto o contextual. Otros ejemplos son "caso" legal, gramatical, atención, "caja" - de licor, de tipógrafo, de muertos.

La última dimensión de significado es el connotativo.

Algunos significados nunca llegan a ser comunes. Son muy personales - primitivos. Se mantienen altamente personales. Los significados para muchas palabras varían considerablemente entre la gente. Cuando usamos palabras para las cuales tenemos significados, pero nuestros significados son: a) vagos, o b) altamente personales, llamamos a estos significados "connotativos". El significado connotativo es significado primitivo--es significado que nunca ha pasado más alla de la etapa del aprendizaje personal.

Es cierto que el significado connotativo es una relación entre un signo y un objeto, pero también envuelve a personas mucho más que otro significado. Definimos el significado connotativo como una relación entre un signo, un objeto y una persona. El significado connotativo está orientado hacia la propia persona. Cuando usamos palabras en la escritura que son altamente connotativas debemos tener cuidado especial de estar seguros de que nuestro lector obtendrá algún significado de ellas, preferiblemente, que el lector signifique lo mismo que el escritor significa pero esto es altamente dudoso. El significado connotativo está íntimamente relacionado con la experiencia personal. En realidad, decimos que el significado connotativo no está relacionado con la realidad física o formal, sino con la realidad social. El significado connotativo es significado que viene de las experiencias personales de quien usa la palabra y está íntimamente relacionado con quién y qué es él como persona.

Podemos separar dos clases de significado connotativo. Una clase la tenemos cuando usamos palabras que son aproximaciones vagas a otras palabras, para las cuales tenemos significados denotativos precisos. Cojamos palabras tales como alto, bajo y grande. Podemos siempre sustituir estas palabras por otras palabras que tienen referentes específicos; sin embargo, las palabras sustitutas con frecuencia difieren drásticamente de persona a persona. Cojamos uno o dos ejemplos:

Haga que el grupo haga lo siguiente. En un pedazo de papel que escriba la altura mínima de un hombre a quienes ellos consideran un hombre alto. En otras palabras, pregúnteles qué bajo

debe ser un hombre para que ellos aún lo consideren alto. Espere estos estimados. Haga que el grupo dé sus propios estimados ("significado") y póngalos en la pizarra. Señale las relaciones entre los estimados de estatura dados y la estatura actual de los miembros del grupo que hicieron los estimados.

Vemos que nuestros significados para alto varían de acuerdo con nuestra propia estatura. Cuando un hombre es de estatura 5'8" dice a otra persona que es de estatura 6'4" que una tercera persona es alta, la imagen creada de la tercera persona para el hombre que mide 6'4" diferirá radicalmente de la imagen que intenta presentar el hombre que mide 5'8".

Tomemos otro ejemplo.

Usando el mismo procedimiento anterior pregúntele al grupo la siguiente pregunta: ¿Cuál es el número mayor de personas que vive en un pueblo para que usted considere ese pueblo pequeño? En otras palabras, ¿cuándo deja usted de llamar a ese pueblo un pueblo pequeño? Ponga los estimados de estas preguntas en la pizarra después que elllos las hayan escrito. Señale las relaciones entre los estimados de cada miembro y el tamaño del pueblo en que él vive o que solía vivir antes.

De nuevo aquí vemos grandes variaciones en nuestro significado -- y estas variaciones están relacionadas con nuestras propias experiencias. Las palabras como alto y pequeño son términos cuyos significados primarios son connotativos. Otro tipo consiste de palabras que no informan mucho sobre el mundo, pero que dicen mucho acerca de la persona que las usa, puesto que indican sus valores, juicios, actitudes, etc. ¿Cuáles son algunas de estas palabras?

Bien, algunas de estas palabras son bueno, deseable, gustoso, desagradable y bello. Estas palabras están atadas íntimamente a las personas que las usan; por lo tanto, sus significados para nosotros varían grandemente entre la gente. Estas palabras nos ocasionan trastornos al escribir. Las usamos frecuentemente porque deseamos ponernos nosotros mismos en nuestra escritura; sin embargo, si no somos cuidadosos, fracasaremos en comunicar nuestros significados con precisión a nuestro lector. Las palabras como éstas no nos dicen a nosotros como lectores a qué se parece el mundo. No dicen a nuestro lector lo que ciertos acontecimientos significan para él. Sólo le dicen que a nosotros como escritores nos gustan o nos disgustan ciertos acontecimientos-- que pensamos que son buenos o que son malos. Muchas veces este no es nuestro propósito. Si este no es nuestro propósito, debemos evitar usar tales términos. Si intentamos comunicar nuestras propias actitudes y sentimientos, debemos escoger cuidadosamente las palabras que no solamente tengan ciertos significados evaluativos para nosotros sino que según creemos tienen significados parecidos para otras personas.

Al escribir muchas veces escogemos el usar palabras que tienen significados connotativos en alto grado. Al hacerlo debemos ser muy cuidadosos de escoger palabras que comuniquen nuestra intención--o corremos el riesgo de que nos malinterpreten. Usted quizás pueda probar algunas de las palabras connotativas que usa frecuentemente. Mire a ver si la gente entiende por ellas lo que usted entiende.

En suma, hemos puesto una etiqueta a la dimensión connotativa del significado y hemos hablado acerca de una relación entre palabras, objetos y gentes. Las palabras connotativas pueden rastrearse hacia referentes específicos de algunos objetos. Hablamos acerca de ellas como si tuvieran un significado de signo-a objeto a- persona; sin embargo, el significado connotativo puede distinguirse del significado denotativo en que el connotativo es más personal y varía más entre las personas.

Al escribir utilizamos las tres dimensiones de significado. Coja una oración como la que sigue: "Mi madre está viva", ¿Cuál es el significado de la palabra madre? Bueno, podríamos decir que es un nombre, esto es, un significado formal y se deriva del lugar de la palabra oración. Un segundo significado el cual podemos clasificar como denotativo, es la persona que tiene una gran relación específica y biológica conmigo. Finalmente, mi significado connotativo para el término "mi madre" es la suma total de todas mis experiencias previas con a) mi propia madre, b) las madres de todas las personas que conozco, y c) todas las situaciones en las que yo haya usado o haya oído la palabra madre.

Esta ha sido una exposición breve de por lo menos algunos de los enfoques para el significado de significado. Obviamente se puede decir mucho más--se han escrito libros enteros, se ha dedicado carreras completas a las cuestiones que hemos presentado. No hemos sido ni completamente inclusivos ni exhaustivos. A veces hemos distorsionado las posiciones teóricas con la esperanza de aumentar la claridad y la utilidad de percepción de nuestra discusión ¿qué hemos dicho?

1. Tenemos muchos significados para la palabra significado.

2. Los significados se encuentran en la gente, no en las palabras.

3. Aprendemos los significados...de la misma manera que aprendemos otras cosas.

4. Al escribir esperamos poder comunicar significado--cambiar o recalcar los significados de nuestros lectores.

5. Para poder trabajar con significado debemos entender algo sobre él.

6. Hay por lo menos tres dimensiones de significado: el denotativo, el estructural y el connotativo.

7. Al escoger términos para representar objetos debemos ser precisos.

8. Al construir oraciones, debemos colocar nuestras palabras de manera que la estructura de la oración comunique nuestras intenciones.

9. Debemos estar conscientes de que nunca seremos completamente objetivos. Lo que somos y quienes somos entra de lleno en cada cosa que vemos e informamos.

Reproducido y adaptado del Manual
de Written Communication (NPAC)
por Dr. David K. Berlo
Michigan State University

INSTITUTO INTERAMERICANO DE CIENCIAS AGRICOLAS DE LA OEA
Dirección Regional para la Zona Norte
Guatemala, C. A.

REDACCION SIMPLIFICADA

En el trabajo de mejoramiento rural desde el punto de vista de la comunicación debemos considerar los siguientes elementos humanos que entran en juego:

El Investigador

El Intérprete

El Público

El Investigador descubre la solución a los problemas existentes en el medio rural. Así tenemos a los investigadores que descubren nuevas variedades de plantas y animales; a los que descubren mejores métodos para combatir plagas y enfermedades; a los que descubren mejores métodos para los regímenes alimenticios, sanitarios, etc.

El Investigador tiene un nivel muy alto de educación y de vocabulario científico y técnico.

Generalmente él desconoce o no está muy familiarizado con los niveles y vocabularios del público consumidor de sus descubrimientos. Por este motivo resulta bien difícil que el investigador pueda comunicarse eficazmente con el público.

El Público por su parte, tiene una composición heterogénea en cuanto a su nivel educativo, en cuanto a sus intereses y necesidades y desde luego en cuanto al vocabulario que utiliza para comunicarse.

Ante esta situación de desnivel, ha surgido en los últimos tiempos un elemento que se interpone entre el Investigador y el Público, para ayudar a ambos y para hacer llegar al Público, en mejores condiciones de comprensión los resultados o los descubrimientos del Investigador. A este intermedio lo podemos denominar Intérprete. El, tiene conocimientos y vocabulario suficientes para entender al Investigador y al mismo tiempo sabe cómo debe organizar esos conocimientos y vocabulario en forma fácil de comprender por parte del Público.

Este Intérprete puede ser el Agente de Extensión que trabaja con los agricultores adultos; puede ser la Educadora del Hogar, la Visitadora Social, etc. Es decir toda persona que recibe o consigue información científica y técnica, para transmitirla o entregarla al Público. Este puede estar formado por los agricultores en forma indiscriminada, o por un grupo especializado (cultivadores de peras o manzanas, o tomates, etc.), o por las amas de casa y otros elementos humanos.

Es obligación del Intérprete (Extensionista, Comunicador o como quiera que se le denomine), conocer a su Público, en cuanto al nivel de educación, sexo, ocupación, necesidades, intereses, etc., para que sus mensajes (escritos u orales o combinados) sean entendidos y utilizados.

No debemos exponernos a dos riesgos muy comunes: subestimar o sobreestimar a nuestro público. En muchas ocasiones la falta de práctica, el poco contacto con el público, la falta de aguda observación, el orgullo nacionalista, etc., nos lleva al error de incurrir en uno u otro de esos riesgos. Si por orgullo nacionalista adoptamos la forma usada por el avestruz y sobreestimamos a nuestro público, podemos fácilmente organizar mensajes que no van a dar los resultados que esperamos. O puede acontecer el caso contrario.

Por ello es necesario y urgente que el Intérprete sepa analizar y conocer a fondo a su público.

Y si el Intérprete tiene que trabajar con un público de bajo nivel educativo, debe simplificar su lenguaje, su vocabulario.

El Investigador y el Intérprete han necesitado alrededor de 15 años de estudios para colocarse al nivel en que se encuentran.

El Público cuántos años de estudio ha tenido? Cuál es entonces su nivel de conocimientos y su nivel de comprensión para los mensajes que el Intérprete prepara?

Pensemos pues a qué nivel estamos?

Cuántos años de estudios, cuánto hemos leído y a cuántas experiencias diversas hemos estado expuestos?

De otro lado a qué nivel está nuestro público? Qué tanto ha estudiado, leído y a cuántas experiencias ha estado expuesto?

Nosotros usamos palabras como:

Micología	Bromatología
Fitopatología	Agrostología
Zoología	Superestructura
Zootecnia	Plus valía etc.

Entenderá nuestro público rural esas palabras?

Nos referimos frecuentemente a::

Musa textilis	regimen dietético
Musa paradisíaca	sintomatología
Ingas	defoliación
Erytrinas	erosión eólica
Tubérculos	cangres, etc.

Entenderá eso nuestro público rural?

Nosotros somos intérpretes. Pero estamos suficientemente conscientes de nuestro papel como tales? O debemos prepararnos mejor, para cumplir eficazmente nuestra tarea?

Si este es el caso, debemos tratar de simplificar nuestro lenguaje. En esta simplificación, debemos considerar tres aspectos importantes:

1. La Brevedad
2. La Simplicidad
3. La Eficacia

Veamos qué cosas debemos considerar para cada uno de los aspectos anteriores.

A. Para lograr la Brevedad, debemos tener en cuenta lo siguiente:

1. Usar el mínimo de palabras

Esto no quiere decir que debamos usar la forma telegráfica, para ahorrar palabras. Lo que queremos significar, es el uso de las palabras necesarias, evitando o eliminando todas aquellas que nada agregan a la claridad del mensaje.

2. Preferir las palabras más cortas

Tampoco podemos exagerar en este punto. Pero si tenemos dos palabras (una de tres o cuatro sílabas y otra de una o dos, que son sinónimas) emplear la más corta, siempre y cuando estemos seguros de que esta va a tener para nuestro público, el significado que queremos transmitir.

3. Formemos oraciones cortas

Esto quiere decir que podemos alternar oraciones cortas, con oraciones de mediana longitud. Un mensaje elaborado estrictamente a base de oraciones cortas, cansa al lector.

Se ha encontrado que un promedio de 15 palabras por oración, es bastante conveniente.

4. Organicemos párrafos cortos

Aquí podemos hacer consideraciones similares a lo dicho en el punto anterior.

Un promedio de 125 palabras por párrafo, es lo más aconsejable.

B. Para lograr la Simplicidad debemos:

1. Usar el vocabulario que usa nuestro público.

2. Evitar términos científicos (Laphygma frugiperda, Manihot utilissima).

3. Evitar términos técnicos (Polinización, elementos minerales etc).

4. Evitar palabras extrañas (Paipa, por tubo o caño, etc.).

5. Evitar términos rebuscados (Succionar, por chupar; segmento, por parte).

6. Usar palabras concretas (Casa, arado, vaca, comer, mercado, etc.).

7. Evitar palabras abstractas (dubitación, diáfano, adaptabilidad, etc.).

8. No abusar de Adjetivos y Adverbios.

9. No usar metáforas (Hemorragia de la uva, por vino; perlas de tu boca, por dientes; Oro blanco, por algodón, etc.).

10. Una o dos ideas en cada oración. Más, confunde al público.

11. En ocasiones repetir algunas palabras, para aclarar y fijar la idea.

12. No usar abreviaturas y símbolos ($, %, #, Hs., Kms., etc., mejor escribirlos).

13. Cuidado con cifras y fórmulas (7.459; NPK- 10-5-5; mejor escribir y explicar).

14. Convertir pesas y medidas.

15. Formar oraciones en orden gramatical (sujeto-verbo-complemento).

Los quince puntos anteriores, nos ayudarán a Simplificar el lenguaje.

C. Para la Eficacia, podemos:

1. Convertir los sustantivos en verbos (en lugar de decir: La irrigación debe hacerse en las primeras horas de la mañana; decir: Riegue en las primeras horas... etc.).

2. Usar voces activas (en lugar de decir: El pescado debe ser consumido por lo menos ... etc.; decir: Coma pescado... etc.).

3. Usar pronombre y referencias personales (en lugar de: Se deben considerar ... etc.; decir: Considere usted etc.).

4. Usar muy poco el condicional (Si no hace sol para la aplicación ... etc.; diga: Aplique cuando haya sol ... etc.).

REGLAS PRACTICAS SOBRE PUNTUACION Y SIGNOS ORTOGRAFICOS

Concepto

Realmente, la puntuación forma parte de la claridad, puesto que el uso correcto de ella hace que la escritura sea fácil de comprender. Los signos ortográficos que la representan, sirven para que el lector dé a las ideas la misma expresión que se propuso el que las escribió.

Los signos más importantes son:

1. PUNTO Y SEGUIDO (.)

Se emplea para separar conceptos que aunque están relacionados entre sí, es necesario, con dicha separación, darles más énfasis. Ejemplo:

Su despacho de insecticidas fué recibido ayer. Inmediatamente se distribuyó entre los interesados.

2. PUNTO Y APARTE (.)

Tiene como objeto separar conceptos que no guardan una relación inmediata con lo anteriormente escrito. Ejemplo:

El pedido que nos hicieron por conducto de nuestro agente fué despachado el viernes pasado.

De acuerdo con lo solicitado por ustedes, les concedemos 60 días para la cancelación de la factura correspondiente.

Es práctica corriente, después de punto y aparte, dejar algunos espacios en blanco a la derecha del margen para comenzar a escribir. Si se utiliza la máquina de escribir, puede dejarse en blanco de 2 a 5 espacios, de acuerdo con el estilo del escrito y los reglamentos de la oficina; si el texto es manuscrito, podemos dejar un espacio de unos 2 centímetros. Este espacio en blanco se deja sólo en el primer renglón de cada párrafo. Se llama "sangría".

También se utiliza el punto en las abreviaturas. Ejemplos:

Cia.	compañía	Atte.	atentamente
P.S.	post scriptum	Doc.	docena

3. LA COMA (,)

El uso de la coma procede prencipalmente:

a. En la enumeración de conceptos o palabras. Ejemplo:

El reclamo comprende las partidas dañadas de cemento, vidrio, cal, pintura, etc.

b. Para separar las diversas partes de la fecha, ejemplo:

Buenos Aires, setiembre 20, 19___.

c. Para separar conceptos introductorios. Ejemplo:

Por tanto, su solicitud no procede.

d. Cuando dentro de una misma oración hay partes principales y secundarias y por su continuidad no procede el punto. Ejemplo:

Previo el depósito correspondiente, procederemos a enviar la mercadería.

4. PUNTO Y COMA (;)

Ocupa una posición intermedia entre la coma y el punto. Se puede emplear entre las partes excluyentes de una misma oración. Ejemplo:

La primera partida será enviada por avión; la otra, será embarcada por vía marítima consignada al cobrador.

5. DOS PUNTOS (::)

a. Después de la frase de saludo o salutación. Ejemplos:

Estimados señores: Apreciados amigos:

b. Antes de conceptos textuales que se citan. Ejemplo:

El telegrama dice: "Tren detenido por temporal. Ordenen transporte aéreo.

6. PUNTOS SUSPENSIVOS (...)

Deben ser únicamente tres. Su uso procede:

a. En las transcripciones de párrafos que no es necesario copiar completos, indicándose con los puntos suspensivos líneas omitidas. Ejemplo:

La carta decía: "... y acerca de las nuevas cuotas de abono, no será posible enviarles más hasta dentro de dos semanas ... "

b. En ciertas oraciones en las que el temor, la duda o la ilusión, deja su autor, con cierta habilidad, que sean interpretadas o finalizadas en la imaginación del que las lee. Ejemplo:

En condiciones normales, el despacho llegaría dentro de 60 días, pero ... actualmente sólo podemos decir que nos esforzaremos por satisfacer sus deseos.

7. INTERROGACION (¿ ?)

Su empleo procede cuando se formulan preguntas. Ejemplos:

¿Creen ustedes conveniente la siembra del arroz en esta época?

¿Subirán las cotizaciones con motivo de la crisis actual?

8. ADMIRACION (¡ !)

Se acostumbra encerrar entre signos de admiración todas aquellas frases que indiquen sorpresa, imprevisión, etc. Ejemplo:

Comprendemos que los precios son más elevados que los anteriores, pero el producto es escaso y la demanda aumenta día a día.

¡No pierdan esta oportunidad de ganar mucho dinero!

9. PARENTESIS ( )

El paréntesis se usa cuando se desea ampliar el sentido de una oración para hacer más claro su significado. Ejemplo:

Las restricciones a que se han sometido las exportaciones (licencias, cuotas, etc.) nos obligan a suspender por ahora los pedidos pendientes.

No sabemos por qué existe, entre muchas personas, la idea de que las frases escritas entre paréntesis no deben leerse, lo que es un grave error que puede inducir a falsas interpretaciones.

10. COMILLAS (" ") Se emplean:

a. En transcripciones de textos ajenos. Ejemplo:

Como en su carta nos manifiestan, "que por lo rápido del transporte y calidad de la mercadería no hay necesidad de cubrir el seguro", procedimos estrictamente de acuerdo con sus instrucciones.

b. En los títulos, cuando no se escriben con letra distinta a la que contiene el texto. Ejemplo:

En el libro "El Mercado Internacional", se estudian las nuevas prácticas de la industria moderna.

c. Para llamar la atención de ciertas expresiones. Ejemplo:

El "clordano" es de gran uso en la agricultura.

11. ACENTO (´) Es el signo que colocado sobre la vocal de la sílaba tónica, indica el acento escrito de algunas palabras. Ejemplo:

exportación - café - máquina - país - lápiz - próximamente

12. DIERESIS (¨) Consiste en dos puntos que se colocan sobre la "u" para que suene ésta en las sílabas güe y güi. Ejemplos:

cigüeña - argüir - vergüenza

13. GUIONES. Hay dos clases:

a. GUION MAYOR (___) para indicar el cambio de personas o interlocutores que entran en un diálogo.

b. GUION MENOR (-) Para dividir las sílabas de una palabra cuando ésta no cabe en un renglón.

14. ASTERISCO (*) Se emplea para llamar la atención del lector para que se entere de una nota o explicación relacionada con el texto respectivo.

Este trabajo fué preparado por Carlos Julio Molestina, técnico del Programa de Educación Agrícola Superior del Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas de la OEA. Guatemala, C. A.

EL VALOR DE LAS AYUDAS AUDIO-VISUALES

El Valor de las Ayudas Audio-Visuales: es posible indicar los valores en tres formas:

1. Los valores para los profesores.
2. Los valores para los estudiantes.
3. Los valores para el plan de estudio y los cursos.

Cada uno de estos es posible amplificarlos en las maneras siguientes:

1. Los valores de las ayudas audio-visuales para los profesores.
   a. Presentar sus ideas claramente, con vida y con interés.
   b. Mantener la atención de los estudiantes.
   c. Comunicarse con los estudiantes más íntima y efectivamente.
   d. Discutir problemas, preguntas y ofrecer respuestas.
   e. Estimular el interés en los materiales audio-visuales.
   f. Desarrollar los cursos usando materiales audio-visuales.
   g. Producir varios materiales de instrucción en muchas formas convenientes para presentaciones.
2. Los valores para los estudiantes.
   a. Recibir instrucción que sea dinámica, clara y con interés.
   b. Aprender mucho en menos tiempo.
   c. Aumentar conceptos en intereses y en ideas culturales.
3. Los valores para el plan de estudio.
   a. Desarrollar un plan de estudio en forma completa y lógica.
   b. Producir materiales de instrucción que dan impresión de usar la vista, el oído y el tacto.

   Algunos tipos de ayudas audio-visuales de valor en la enseñanza son los siguientes:

   a) Fotografías, b) Materiales gráficos, c) Cartelones y diagramas, d) Diapositivas, e) Fotobandas (cintas fijas), f) Demostraciones, g) Cintas grabadas, h) Material tridimensional, i) Cinta cinematográfica, j) Retroproyector, k) Epidiascopio (proyector opaco), l) Televisión, m) Enseñanza programada, n) Pizarrón.

¿ QUE TIPO DE GRAFICA USAR ?

Para mostrar	Barra simple	Barra múltiple	Circular	Lineal	Cosmograma	Pictograma
El todo y sus partes	Si	No	Si	No	Si	?
Comparaciones simples	?	Si	Si	?	?	Si
Comparaciones múltiples	No	Si	No	?	No	?
Tendencias	No	Si	No	Si	No	?
Frecuencias	No	Si	No	Si	No	No

Si: Recomendado; ?: Posible; No: No recomendado

Investigaciones realizadas en la Universidad de Wisconsin, con la colaboración del U.S. Department of Agriculture, sobre comprensión de gráficos, han permitido elaborar esta guía sobre los tipos más recomendables según los casos.

Referencia: CULBERTSON, H. M. y POWERS, R. D. A study of graph comprehension difficulties. Audio Visual Communication Review 7(2):97-110. · 1959.

Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas de la OEA
Dirección Regional para la Zona Norte
Guatemala, C. A.

GUIA PARA PREPARAR UN DISCURSO DE TRES MINUTOS

1. ATENCION - 25 palagras ó 1/4 de minuto.

   a. Use uno (por lo menos) de los siguientes elementos:

      (1) suspenso (2) conflicto (3) paradoja (4) datos estadísticos sorprendentes (5) un incidente (6) una anécdota (7) preguntas (8) la cita conocida.

2. TRANSICION - afirmación que permita pasar de la atención al interés.

3. INTERES - 25 palabras o 1/4 de minuto.

   a. Use por lo menos una de las siguientes apelaciones a las motivaciones del hombre; (1) reconocimiento (2) seguridad (3) salud (4) aceptación social (5) poder (6) individualismo (7) adquisición (8) otras motivaciones que distinguen a los miembros de su auditorio.

   b. Use uno de los elementos citados en 1-a (no el que fue usado en la parte 1-a de su discurso), para identificar, definir, esclarecer, limitar, etc. el pensamiento del auditorio en preparación para el planteamiento del tema.

4. TRANSICION - afirmación que permita pasar del interés al tema.

5. PLANTEAMIENTO DEL TEMA - De qué trata el discurso? Asegúrese de que el tiempo para el planteamiento sea adecuado de modo que éste se torne "obviamente" claro para el auditorio - 25 palabras ó 1/4 de minuto máximo, menos si es posible.

6. AFIRMACION DE TRANSICION para unir el tema al primer punto importante usado para desarrollar este tema.

   7-10 El verdadero contenido y desarrollo del discurso - 200 palagras o 2 minutos.

7. EL PRIMER PUNTO IMPORTANTE usado en el desarrollo del tema deberá ser aclarado.

8. DEFINA, AMPLIFIQUE, O EXPLIQUE ESE PRIMER PUNTO si usted cree que ello es necesario.

9. Use por lo menos dos de los siguientes elementos para desarrollar el punto importante como se dijo más arriba; a - un ejemplo; b - una ilustración; c - una analogía; d - una comparación o contraste; e - causa y efecto.

10. AFIRMACION O DECLARACION GENERAL reestableciendo el significado del material usado en 9 en cuanto a su relación con 7 y su apoyo en 5.

    a. Asegúrese de reafirmar a esta altura (no repetir) los importantes conceptos envueltos tanto en 7 como en 5.

11. AFIRMACION O DECLARACION para indicar que usted ha concluido "satisfactoriamente" la discusión del problema (tema) y que está por terminar su disertación.

12. RESUMEN de la importancia del problema (reafirmación de 3-b) y de los conceptos empleados en 7-10. 10 palabras o 15 segundos.

13. FINAL - Una oración o sentencia significativamente escogida, íntimamente relacionada con el propósito y el tema del discurso que pueda consistir de uno de los siguientes tipos o algún otro mejor:

    a. Una alusión a algún trozo de literatura
    b. Cita de alguna obra literaria
    c. Readaptación de algún trozo literario
    d. Una alusión bíblica
    e. Cita bíblica
    f. Readaptación de algún escrito bíblico
    g. Alusión a algún axioma
    h. Adaptación de un axioma
    i. Cita de un axioma
    j. Todos los elementos anteriores añadiendo citas de gente famosa, inscripciones de edificios, etc.

No es probable que en un discurso corto como éste pueda desarrollarse más de un punto importante. Si usted encuentra difícil cubrir todos los 13 pasos anotados en esta guía su tópico puede necesitar una limitación. Si usted insiste en tratar más de un punto importante, siga los puntos 7-10 para cada punto importante a tratar. Asegúrese de hacer transiciones entre cada punto

importante y el siguiente. Es probable que su comunicación no sea considerada como muy efectiva si usted trata de reducir el tiempo dedicado a cada parte según lo indicado arriba. Haga el mejor uso posible del tiempo adjudicado a cada parte del discurso y asegúrese de introducir cada parte en el orden en que aparece en esta guía. El orden de colocación es importante. SIGA ESTE ORDEN --- para una comunicación mejor.

Ejemplo de Discurso en Tres Minutos

(1) ¿Conoce usted la bilharzia? ¿Ha visto u oído hablar de las víctimas de este terrible parásito?

(2 y 3) Pues bien, en Puerto Rico alrededor del 30% de los jóvenes reclutados por las Fuerzas Armadas en la Segunda Guerra Mundial fueron rechazados por estar infestados de bilharzia

(4) Veamos que es este mal y cómo ataca al ser humano.

(5) La bilharzia es un parásito que se aloja en el agua en

(6) su etapa inicial dentro de un caracol. Durante las horas del sol deja salir la segunda etapa de su ciclo vital, la cercaria. Estas cercarias son casi micros-

(7) cópicas y nadan hasta encontrar una víctima que se esté bañando en un río o lago. Penetran por la piel, van al torrente circulatorio y finalmente se establecen en un órgano vital - los pulmones, hígado, intes-

(8) tinos o músculos. Aquí viven parasitando al hombre y produciendo induraciones de los tejidos, que afectan considerablemente la salud y reducen la capacidad normal del individuo para trabajar. Muchos mueren a consecuencia de este parásito.

11 y 12) Esto reduce la capacidad de los ciudadanos y va minando gradualmente el potencial del país si no se toman medidas para atacar el mal. La infestación se

evita no bañándose en aguas estancadas de ríos y lagos durante las horas en que brilla el sol, entre 7 a.m. y 5 p.m.

(13) No sea usted otra víctima más de la bilharzia por querer disfrutar de un chapuzón. Evite quedar inútil y ser una carga para los suyos, o talvez morir. Recuerde, más vale precaver que tener que remediar.

CUADRO DESCRIPTIVO DE LAS CATEGORIAS DE ADOPTANTES

Tomado de "Elementos de Cambio Social en América Latina: Difusión de Innovaciones" - Everett M. Rogers.

Coedición: Ediciones Tercer Mundo y Facultad de Sociología, Universidad Nacional, Bogotá, Colombia.

Categorías de Adoptantes	Valores Salientes	Características Personales	Comportamiento en la Comunicación	Relaciones Sociales
Innovadores	"Arrojo"; decisión de aceptar riesgos	Juventud; posición social más alta; actividades más amplias y más especializadas; riqueza; alfabetismo y educación más alta	Contaco más estrecho con las fuentes de información científica; interacción con otros innovadores; mayor uso relativo de fuentes impersonales	Alguna dirección de la opinión; muy cosmopolitas
Primeros Adoptantes	"Respeto"; considerados por muchos otros como modelos en el sistema social	Posición social alta; actividades amplias y especializadas	Mayor contacto con los agentes locales de cambio	Mayor dirección de la opinión que ninguna otra categoría en la mayoría de los sistemas sociales
Primera Mayoría	"Deliberación; voluntad de considerar las innovaciones solo después de su adopción por sus pares	Posición social por encima del promedio; actividades de amplitud media	Considerable contacto con agentes de cambio y primeros adoptantes	Alguna dirección de la opinión
Ultima Mayoría	"Excepticismo; necesita abrumadora presión de los pares antes de decidir la adopción	Posición social inferior al promedio; pequeñas actividades; escasa especialización; bajo ingreso	Busca ideas entre pares que pertenecen principalmente a la última o a la primera mayorías; usa menos los medios de información de masa	Escasa dirección de opinión
Retrasados	"Tradición"; orientación hacia el pasado	Escasa especialización; baja posición social; actividades reducidas; mayor edad; bajo alfabetismo y educación	Vecinos, amigos y parientes, con valores similares, son sus fuentes de información principales	Muy escasa dirección de la opinión; semiaislados

COMUNICACION Y CRECIMIENTO DEMOGRAFICO

por Carlos J. Modestino *

ABSTRACT

The programs on family planning and birth control, in certain areas of the world, have shown little or no success. One of the reasons, as stated by many researchers in this field, for the lack of adoption has been a poor use of the communication media.

Different theories on the use of the communication media are presented and discussed in this paper and some conclusions are drawn. The author.

Introducción

Fue Malthus (15) quien en 1798 advirtió al mundo, por primera vez, que el crecimiento de la población y el aumento en la producción de alimentos no seguían la misma progresión. De acuerdo a sus cálculos, la población, en caso de no ser restringido su crecimiento, se duplicaría cada 25 años siguiendo una progresión geométrica, en tanto que la producción de alimentos tendría una tendencia a disminuir. Los datos sobre producción de alimentos se basaban en la fertilidad de los suelos agrícolas y el monto de los recursos naturales.

Sus datos mostraban que México doblaría su población cada 19 años, los EE.UU. lo harían en 22 a 23, Rusia en 42 y Gran Bretaña en 49 a 50.

Desde entonces, las ideas y principios enunciados por Malthus (15) han sufrido modificaciones debidas al tiempo, las situaciones producidas por el adelanto tecnológico y los cambios socio-culturales acaecidos. Sin embargo, un hecho ha permanecido cierto; el adelanto tecnológico no ha llegado a producir los alimentos necesarios para que una parte importante de la humanidad deje de sufrir de hambrunas periódicas o tenga una dieta alimenticia adecuada, en tanto que el crecimiento demográfico ha alcanzado, precisamente en esas zonas, niveles que obligan a tomar medidas que parecen confirmar lo expuesto por el mencionado autor.

Toynbee (27), expresó la idea de que el verdadero destino del hombre sobre la tierra no era el de poblarla con el máximo número de seres humanos que pueden mantenerse vivos, sino aquel de permitir que esos seres tengan la mejor clase de existencia que les permitan las limitaciones espirituales de la naturaleza humana. Walters (29), piensa que el problema radica en el número de habitantes que nuestro planeta puede sostener con un determinado nivel de vida y nos dice que si pensáramos en un nivel como el de los EE.UU., sólo podrían

* Jefe, División de Información Pública, IICA.

vivir unos 500 millones de habitantes sobre la tierra, en cambio, si pensamos vivir como lo hacen en el Asia Sudoriental, más de 3,200 millones, la población actual del planeta, de seres estarían en capacidad de hacerlo. El mismo autor (29), cita cifras tales que indican que cada año la población del mundo aumenta en 60 millones de habitantes.

Según Huxley (13), el problema no es tanto el incremento anual de la población mundial, cuanto que la tasa con que ésta aumenta, está aumentando a su vez. A principios de siglo, la tasa mundial de crecimiento demográfico fue de 1 por ciento, en 1955 era de 1.33 por ciento. Coale y Hoover (8) establecen que para que el hombre sobreviva es necesario que haya una gran fertilidad cuando los riesgos de muerte son grandes, pero cuando estos riesgos se reducen, la gran fertilidad se convierte en una carga al aumentar la proporción de los que dependen económicamente de otros, al distraer capitales que podrían elevar la producción per capita y rebasar la capacidad de los recursos finitos. Una fertilidad reducida, según estos autores, permite establecer mayores ingresos per capita y puede impedir, a la larga, que se produzca una vuelta a la pobreza y los altos índices de mortalidad. De acuerdo con el Servicio de Información Estadística de los EEUU (26), la producción de alimentos per capita aumentó de 106 a 110 (base 1957-59 = 100), en los países desarrollados, durante el año 1966. En aquellos no desarrollados permaneció, por el segundo año consecutivo, en 101 debido a su rápido crecimiento demográfico.

En la América Latina, Schulman (22), advierte que el factor principal para efectuar programas de desarrollo rural es la presión demográfica y propone dos índices; el primero está descrito por la relación P/R, donde P = población y R = recursos, e indica la concentración de población por cada unidad de recursos. El segundo índice es la relación R/P en que se indica la cantidad de recursos disponibles para cada persona. El mismo autor, en otro trabajo (21), cita las siguientes cifras para el porcentaje de agricultores con menos de cinco hectáreas de tierra propia; El Salvador 81%, Honduras 58%, Panamá 46%, República Dominicana 86%, Costa Rica 63%, Guatemala 76% y México 74%. Para cambiar esta situación propone como alternativa el cambio en la situación demográfica, pero dice que hay cosas imposibles, o muy difíciles de realizar, siendo una de ellas el controlar los nacimientos en lugares con un nivel cultural bajo, diferenciando entre "control artificial" e "intelectual". Para hacer esta diferenciación, se basa en el principio de que a mayor cultura menos nacimientos (situación urbana). Otra alternativa propuesta por el mismo autor es la migración (colonización) (21).

Vemos entonces que el problema parece ser, en último término, de naturaleza cultural. Según Alers-Montalvo (1), el cambio social y cultural debe ser interpretado como una modificación de la conducta de la gente, de una manera u otra. Para conseguir ese cambio se han llevado a cabo estudios y se han efectuado, y puesto en ejecución, programas de planificación familiar en diversas partes del mundo. Algunos han tenido éxito, muchos han fracasado o han conseguido éxitos momentáneos solamente. Entre las diversas razones que se pueden aducir como motivo de estos fracasos, está la de un equivocado uso de los medios de comunicación.

Comunicación y crecimiento demográfico

Antes de analizar las relaciones entre la comunicación y el crecimiento demográfico, creemos que es necesario definir algunos términos. Por crecimiento demográfico entendemos la tasa en que la población aumenta cada cierto período de tiempo o sea la relación entre los nacimientos y las defunciones. "Planificación familiar", "control de la natalidad" y "paternidad responsable" son otros tantos modos de expresar, con diferencias en el énfasis y en la reacción que provoca en los individuos, el problema de restringir ese crecimiento demográfico a niveles más acordes con la realidad económica y social, así como los recursos disponibles, de las naciones.

La Comunicación constituye el "vehículo" por medio del cual el individuo conoce y comprende una idea cualquiera, y la acepta o rechaza. Según Peña (18) hay que distinguir entre el educar (informar), el hacer propaganda (persuadir) y el distraer (entretener), como distintas formas o propósitos de la comunicación. Esta distinción, sin embargo, es difícil y en el caso del crecimiento demográfico se debe hacer uso de las dos primeras formas, ya que el propósito básico aquí es el de influir.

Sin embargo, Stycos (25), nos dice que la difusión de los métodos modernos para el control de la natalidad no se ha logrado aún en un sector considerable del mundo. En un país tan desarrollado como Inglaterra, "la falta de conocimientos elementales es tan grande, después de más de medio siglo de propaganda, que 20 años se consideran un lapso insuficiente para subsanar esa deficiencia". Entonces, si esta es la situación en países avanzados, ¿cuál será la posibilidad de éxito de estos programas en países menos desarrollados, menos cultos, menos ricos y, aparentemente, menos dispuestos a adoptar prácticas cuya necesidad parecen no haber comprendido? Analicemos los problemas que se presentan.

Problema de comunicación

Osborn (17), establece que la comunicación con predisposiciones definidas, debe tener las objeciones, que puedan aparecer, resueltas para evitar que el público las haga. Un concepto interesante de este autor es el hecho de señalar que la gente tiene la tendencia de identificar el mensaje con la fuente misma. Si la fuente puede ser mirada como sospechosa, caso común del extranjero, el mensaje puede ser rechazado sin análisis; por lo tanto, debe trabajarse en términos locales y provocando o representando imágenes comunes al público.

Las personas según Cherry (10), no forman una colección amorfa, sino más bien conjuntos de individuos con propósitos, voluntad, opinión y espíritu de cuerpo definidos. Según Stycos (25), hay que estudiar las formas o el sistema de información de cada sociedad, la parte de esa información que es culturalmente permisible por esas vías informativas, la parte de la población que recibe el contenido del mensaje a través de los distintos canales de comunicación y la predisposición de los informados con relación al mensaje.

Bogue (3), cree que la inexistencia de una rápida adopción de la idea de la planificación familiar se basa en una pobre programación y ejecución de la comunicación. Este autor, en otro trabajo (5), indica que para el éxito en los programas de planificación familiar, el mensaje debe ser trasmitido rápidamente, lo más barato posible y con el impacto y la motivación necesarios para una adopción rápida. En naciones con un alto porcentaje de analfabetismo, sugiere que cada persona, que sepa leer, sea convertida en una "estación retrasmisora". hace énfasis en el hecho de que los programas han estado tan ocupados en establecer clínicas, que han descuidado la motivación por medio de la comunicación e indica que mucha incomprensión y falta de conocimientos rodean el problema. Este autor (3, 4, 5), cree que hay tres puntos principales que se deben tener en cuenta al estudiar el problema: a) la identificación de "líderes de opinión"; b) la importancia de dar énfasis a los métodos no clínicos de control de la natalidad en comunidades donde no hay suficiente auxilio profesional, y c) la incompatibilidad entre la velocidad de información requerida y la actitud de reserva, o secreto con que se trata el tema.

En un seminario sobre demografía, realizado en Colombia en 1965, Bogue (4) presenta las seis fases por las que, según él, debe pasar un programa de planificación familiar. Cuadro 1.

Cuadro 1. Fases de un programa de planificación familiar.

Numero de la fase	Identificación desde el punto de vista del instrumento de cambio	Nombre desde el punto de vista de las parejas que la adoptan	Descripción del cambio que tiene lugar
I	Sensibilización	Conocimiento	Conocimiento de la necesidad de planificar la familia, de las razones que la justifican y de que el control de la fertilidad es posible.
II	Educación	Aprendizaje	Recolección de información práctica sobre los varios métodos de planificación familiar, cómo trabajan y donde ir para empezar.
III	Legitimación, persuasión y simulación de discusión	Aprobación y aceptación en teoría	Desarrollo de una actitud de que la Planificación Familiar es buena idea. Esta aprobación se basa en una evaluación y reacción total a los argumentos en favor y en contra de la planificación familiar y la información que sobre ella se tiene, asimilada en conversaciones privadas con amigos y vecinos.
IV	Compromiso	Autorreferencia y compromiso	Comprensión de la pareja que el problema del control de la fertilidad se aplica a ellos personalmente y que su bienestar y el de sus hijos se verá amenazado si no empiezan a practicar el control de la fertilidad. La fase termina con la decisión "mental" de hacer un ensayo, creyendo que es social y médicamente aceptable.
V	Inducción	Aprovisionamiento y pruebas experimentales	Se hacen las primeras acciones francas. Se visita al médico, a la clínica o farmacia para pedir consejos, instrucciones y elementos. Primer uso del método en prueba.
VI	Refuerzo y apoyo sostenido	Adopción total habituación y ritualización del uso.	Uso correcto y regular, tan rutinario que si no se usa en la planificación de la familia podría producir ansiedades, sentimientos de inconformidad y auto acusación.

Fuente: Boletín del Segundo Seminario sobre Demografía. Octubre 10-13 de 1965, Antioquia, Colombia.

Hill et al (12), creen que la comunidación, y el momento de percepción de los problemas relativos al tamaño de la familia, son los más importantes factores para predecir el éxito del control de la natalidad. Las variables que representan status social tienen sólo un efecto indirecto, de acuerdo con los resultados obtenidos en una investigación realizada en Puerto Rico (Figura 1).

Noda (16), en Japón, indica que la comunicación, en los programas de control de la natalidad, sirvió el doble propósito de "aceptar" el movimiento ideológico y "propagar" el conocimiento necesario. Como base del éxito de los programas de planificación familiar japoneses, este autor indica que ciertas características nacionales, tales como realismo, disciplina, ausencia de trabas religiosas y alto grado de educación, han contribuido favorablemente. Villareal (28), propone que la tasa de adopción depende de la comunicación y la difusión. Indica este autor que los Sindicatos y las Fuerzas Armadas son verdaderas escuelas de líderes potenciales debido a la motivación por el bienestar comunitario de los primeros y el mejor grado de educación de los segundos, así como el espíritu de cuerpo en ambos casos. Sin embargo, Freedman (11) pide el investigar y estar seguros del "que" antes de ir muy lejos con el "porqué", ya que aquellos que han trabajado con experimentos de planificación familiar en comunidades aisladas, y no tocadas por cambios sociales, pueden testificar que la simple comunicación no puede dar resultados espectaculares si los estímulos no son lo suficientemente intensos y si no se utilizan los recursos de la sicología moderna.

¿Qué medios de comunicación usar?

Es aquí donde los distintos investigadores parecen no ponerse de acuerdo. Kantner et al (14), basaron su trabajo en Puerto Rico en entrevistas personales, sin mayor evidencia de éxito. Arce (2), aboga por un conocimiento total de la red de comunicación informal en el medio en que se vá a desarrollar un programa de cambio.

Brennan (6), habla del concepto de la "tiranía" que se puede desarrollar a través de la comunicación masiva y la dificultad en controlar una respuesta, masiva también, en base a una opinión pública, que es variable, con un interés inconstante, con distinta intensidad de creencia al nivel individual, que puede ser latente y que está compuesta de muchos semi-públicos diferenciados.

Bogue (3, 4, 5), piensa que se debe trabajar con grupos pequeños que sirvan como agentes de difusión y Cherry (10), considera que a medida que se desarrollan mejores sistemas y técnicas de análisis (computadoras), más y más hechos pueden ser extraídos respecto a las tendencias de la población, sus hábitos, relaciones y preferencias.

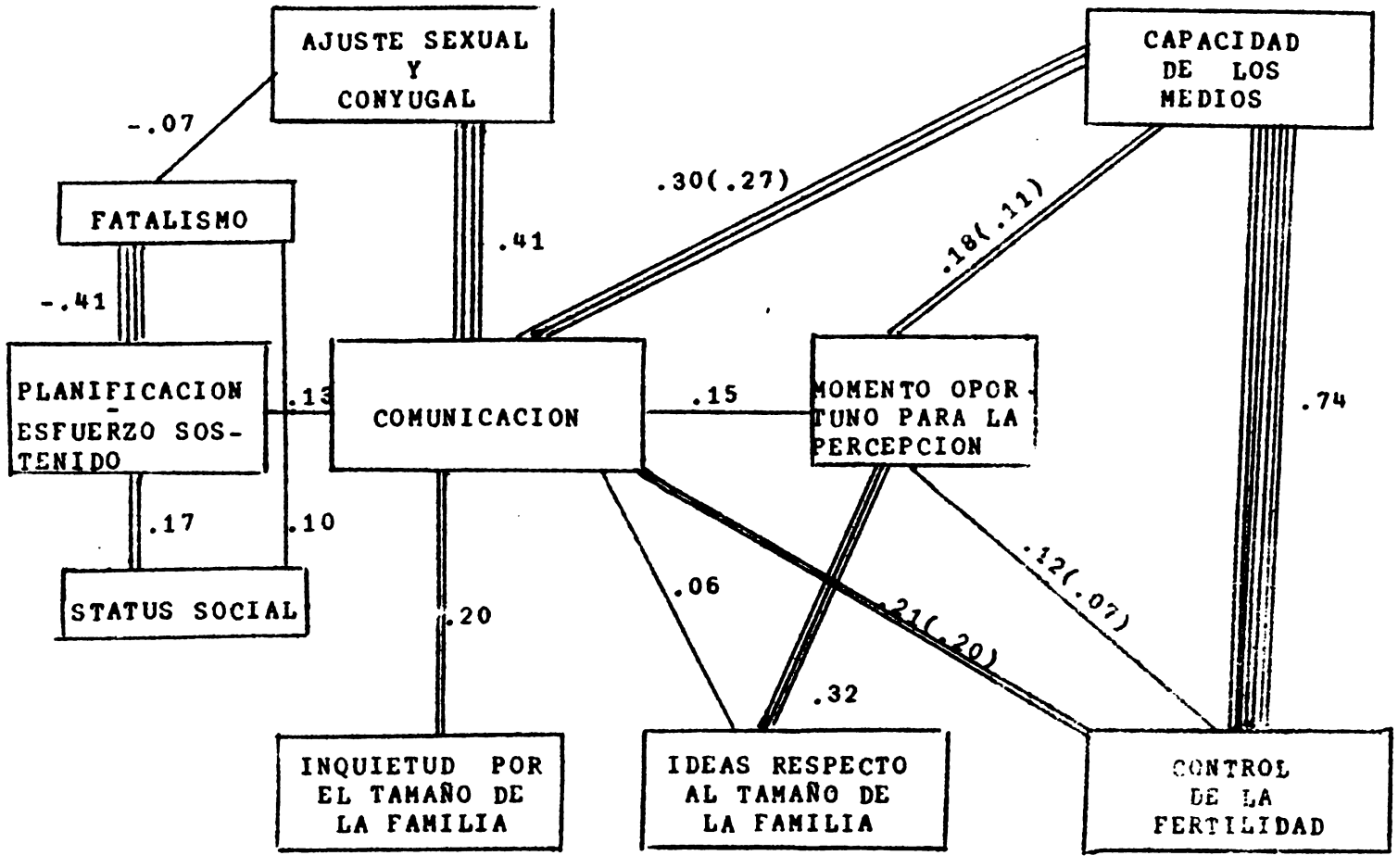

Figura 1. Modelo analítico-factorial de la dinámica de la fertilidad en Puerto Rico. Las cifras entre paréntesis son correlaciones parciales, los otros factores son constantes. El tamaño de la correlación se demuestra por el número de líneas entre los factores. Las correlaciones menores de 0.10 no son significativas al nivel del 5%.

Read (19), tiene otro enfoque y aboga por una forma completa y coordinada al usar, no uno, sino, todos los métodos disponibles para presentar la información a las familias. Recomienda tener en cuenta el que se debe lograr el máximo interés al comienzo del programa, pero recordando siempre que la comunicación es un "vehículo" que puede llevar, tan efectivamente, buena o mala información y que la información mejor preparada no transformará una falsedad en verdad o una suposición en un hecho.

Por último para Ward (30), un fuerte incremento de los que sepan leer y escribir y el aumento de los recursos, constituyen las condiciones previas para una evolución.

Nosotros tendemos a decir con Rust (20), que la pregunta no es si es siempre bueno el decirlo o escribirlo o el hacerlo en forma individual o masiva, sino el definir qué clase de instrumento es mejor para un uso particular.

Factores que limitan los programas de planificación familiar

El Comité de Ciencias y Política Pública de los EEUU (9), indica que en ese país el 80 por ciento de los matrimonios utiliza alguna forma de control de la natalidad; en Puerto Rico, la India y el Lejano Oriente, estos porcentajes varían entre 40, 25 y 10 por ciento, respectivamente.

¿Qué factores limitan la adopción de algún sistema de planificación familiar? Los estudios realizados indican los siguientes (9):

a) Factores familiares

b) Factores personales

c) Factores de disposición mental

d) Factores de organización y económicos

e) Factores religiosos

f) Factores de comunicación

Entre estos últimos se estima que la ignorancia de los propósitos, medios y consecuencias del planeamiento familiar, la baja cultura y la falta de intimidad entre el hombre y la mujer, son los que más influyen en los países menos desarrollados.

Callahan (7), expresa que contrario a la creencia sentimental, la belleza, la cultura e inclusive la limpieza, cuestan dinero y que el mundo se debate entre conceptos antagónicos de éxito material y mortificación espiritual.

Senior (23), explica el efecto de "boomerang" de ciertas políticas que, al atacar ciegamente una idea, han contribuido a difundirla más. La falta de comprensión de este tema es tan grande que se llega a mencionar que hay gente interesada en darle "soluciones veterinarias" (24).

Discusión

Es evidente la necesidad de una política multi-nacional que se ocupe de darle solución a este problema. En América Latina, países como Colombia, Chile, Perú y Brasil, vienen trabajando desde hace algún tiempo en hallar medios que se ajusten a sus casos particulares. Otros países, como Costa Rica, están reconociendo la urgencia del problema y tratan de estudiar técnicas que deriven resultados satisfactorios.

Hasta el presente, los resultados obtenidos guardan una relación directa con el grado de educación del medio en que se desarrolla el programa y con el conocimiento del tema. Este conocimiento, que implica una posterior adopción, ha sido, y es, el factor principal en la limitación del éxito y depende, en gran parte, de la forma cómo se usen las técnicas y los medios de comunicación para cada caso particular.

Existe un buen número de personas, muchas con marcada influencia sobre el pensamiento político y social de sus países, que no creen en la urgencia por un tipo cualquiera de planificación familiar à nivel nacional o regional.

Una vez más el problema puede definirse como falta de comunicación, en cuanto ésta implica conocimiento del tema. La planificación familiar no es, o no implica necesariamente, una drástica prohibición a la procreación de los seres humanos en una región determinada. Implica sí, la aceptación voluntaria de limitar el número de hijos de acuerdo con las posibilidades económicas de cada pareja, de tal manera que puedan (los hijos) recibir una educación adecuada, así como alimento y vestido correspondientes a un alto nivel de vida, y, lo que es más importante aún, que tengan a su disposición las mismas oportunidades de progreso que están al alcance de las nuevas generaciones de los países más avanzados.

Es importante también, el tratar de separar los conceptos de densidad de población y bajos ingresos económicos, ya que en los países en que hay un mayor número de seres humanos que viven en condiciones de miseria casi absoluta, la densidad de población es relativamente baja. Esto nos puede llevar a la inexacta conclusión de que las soluciones a largo plazo, tales como la recuperación o incorporación de nuevas tierras para la agricultura o la colonización de zonas hasta el momento no

explotadas puede solucionar el problema. Todas estas soluciones tienen participación en la solución del problema que presenta la relación crecimiento demográfico/producción de alimentos, pero es aventurado el decir que sólo una de ellas podrá lograrlo.

Los programas nacionales que contemplan un conjunto de soluciones, entre las que se debe incluir la planificación familiar, serán aquellos más susceptibles de obtener éxito en la lucha contra el subdesarrollo, con toda su secuela de malnutrición, bajos índices de educación, pobreza, corrupción e indiferencia.

Talvez un enfoque más acorde con la realidad sería el promover campañas divulgativas regionales, ya que la planificación familiar es necesaria en determinadas zonas donde el problema presenta características más agudas, en tanto que en otras, dentro del mismo país, su necesidad puede no ser tan urgente y, por lo tanto, se requiera de otro tipo de medidas.

Se deben hacer los mayores esfuerzos por coordinar las actividades de los distintos organismos que trabajan en estos programas, eliminando las desconfianzas y tratando de unificar criterios, ya que los medios son distintos pero el fin es el mismo; aquel de procurar una vida mejor para el mayor número de personas.

Conclusiones

1. El problema de la adopción de los programas de planificación familiar, depende, en cierta proporción, de un buen uso de la comunicación.

2. Hay desacuerdo entre los investigadores sobre la forma como deben usarse estos medios de comunicación.

3. La falta de una buena presentación de los programas de planificación familiar influye en un mejor conocimiento del tema.

4. Este escaso conocimiento puede generar desconfianza o rechazo de los programas.

5. Se están llevando a cabo esfuerzos, en diversos países, para presentar en una forma más lógica y comprensible, la necesidad de estos programas.

Resumen

Los programas de planificación familiar y control de la natalidad, en ciertas zonas del mundo, han mostrado poco, ó ningún, éxito. Una de las razones, para la falta de adopción, como ha sido establecido por diversos investigadores, ha sido el uso deficiente de los medios de comunicación.

Se presentan, y discuten, diversas teorías sobre el mejor uso de los medios de comunicación con relación a la planificación familiar.

Literatura citada

1. ALERS-MONTALVO, MANUEL. Sociología. Introducción a su uso en programas agrícolas rurales. 2da. ed. Turrialba, Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas, Editorial SIC, 1962. 197 p.

2. ARCE, ANTONIO. Sociología y desarrollo rural. 3ra. ed. Turrialba, Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas, Editorial SIC, 1963. 131 p.

3. BOGUE, DONALD J. Some tentative recommendations for a Sociologically correct family planning communication and motivation program in India. In Kiser, Clyde, ed. Research in family planning. New Jersey, Princeton University Press, 1962. 662 p.

4. _____ Recomendaciones sobre el uso de la comunicación en la educación y motivación para la planificación familiar. In Mendoza Hoyos, H. y Bayona Núñez, A. eds. Asociación Colombiana de Facultades de Medicina, Boletín del Segundo Seminario sobre Demografía, Octubre 10-13 de 1965. Antioquia, Colombia, 1965. 433 p.

5. _____ y HEISKANEN, VERONICA S. How to improve written communication for birth control. Chicago, Community and Family Study Center, University of Chicago Press, 1963. 90 p.

6. BRENNAN, LAWRENCE D. Modern communication effectiveness. New Jersey, Prentice Hall Inc., 1963. 501 p.

7. CALLAHAN, S.C. Family planning and the new catholic woman. In Birmingham, W., ed. What modern catholics think about birth control. New York, The New American Library Inc., 1964. 256 p.

8. COALE, A. J. y HOOVER, E. M. Crecimiento de población y desarrollo económico. México, Editorial Limusa-Wiley S. A., 1965. 438 p.

9. COMITE DE CIENCIAS Y DE POLITICA PUBLICA. Academia Nacional de Ciencias. El crecimiento de la población mundial, análisis de los problemas y recomendaciones para la investigación y el adiestramiento. México, Centro Regional de Ayuda Técnica, 1964. 44 p.

10. CHERRY, COLIN. On human communication. 3rd. ed. New York, John Wiley and Sons Inc., 1963. 333 p.

11. FREEDMAN, RONALD. Next steps in research on problems of motivation and communication in relation to family planning. In Kiser, Clyde, ed. Research in family planning. Section 9 problems of motivation and communication. New Jersey, Princeton University Press, 1962. 662 p.

12. HILL, REUBEN, STYCOS, J. M. y BACK, K. W. The family and population control. A Puerto Rican experiment in social change. Chapell Hill, The University of North Carolina Press, 1959. 481 p.

13. HUXLEY, JULIAN. World population. In Thomas Malthus, Julian Huxley y Frederick Osborne. Three essays on population; New York, The New American Library 1960. 144 p.

14. KANTNER, J. F. y STYCOS, J. M. A non clinical approach to contraception. Preliminary report on the program of the Family Planning Association of Puerto Rico. In Kiser, Clyde, ed. Research in family planning. Section 9 problems of motivation and communication. New Jersey, Princeton University Press, 1962. 662 p.

15. MALTHUS, THOMAS. A summary view of the principle of population. In Thomas Malthus, Julian Huxley y Frederick Osborne. Three essays on population. New York, The New American Library Inc., 1960. 144 p. (Mentor Book MP 446).

16. NODA, MINORU. Contraception in Japan: problems of motivation and communication. In Kiser, Clyde, ed. Research in family planning. New Jersey, Princeton University Press, 1962. 662 p.

17. OSBORN, FREDERICK. Population; an international dilemma. In Thomas Malthus, Julian Huxley y Frederick Osborn. Three essays in population, New York, The New American Library Inc., 1960. 144p. (Mentor Book MP 446).

18. PEÑA, RODRIGO. El sacerdote, comunicador por excelencia. In Segundo Seminario Nacional sobre Reforma Agraria para curas párrocos. Bogotá, IICA-CIRA, 18-23 de Octubre de 1965. Bogotá, Aedita Editores Ltda., 1965. 112 p.

19. READ, HADLEY. Getting information to farm families. Illinois, University of Illinois Press, 1955. 120 p.

20. RUST, I. W. Effective information devices for cooperatives. Washington, D.C., USDA. Educational Circular No. 29, 1966. 14 p.

21. SCHULMAN, SAM. Aspectos sociales de la Reforma Agraria. In Primer Seminario Nacional sobre Reforma Agraria para curas párrocos. Bogotá, IICA-CIRA, 19-24 de Octubre de 1964, Bogotá, Aedita Editores Ltda., 1964. 75 p.

22. _____ Aspectos sociológicos de la Reforma Agraria. Bogotá, IICA-CIRA, Materiales de Enseñanza para Reforma Agraria No. 5. Bogotá, Antares, Tercer Mundo S.A., 1965. 57 p.

23. SENIOR, CLARENCE. An approach to research in overcoming cultural barriers to family limitation. In Mair, G., ed. Studies in population. Proceedings of the Annual Meeting of the Population Association of America. Princeton, Princeton University Press, 1949. pp. 150.

24. SOLUCION VETERINARIA al problema de la explosión demográfica. Fuego (San José, Costa Rica) 1(4):9. 1967.

25. STYCOS, J. M. Familia y fecundidad en Puerto Rico. México, Fondo de Cultura Económica, 1958. 347 p.

26. THE OUTPUT-POPULATION RACE. Agricultural situation, Statistical Reporting Service, USDA. 51(1):1-2. 1967.

27. TOYNBEE, ARNOLD. Establecer un equilibrio. El Correo (UNESCO), París 19(2):12. 1966.

28. VILLAREAL MEJIA, JORGE. Comunicación en planeación familiar. In Mendoza Hoyos, H. y Bayona Núñez, A. eds. Asociación Colombiana de Medicina. Boletín del Segundo Seminario sobre Demografía. Octubre 10-13 de 1965. Antioquia, Colombia, 1965. 433 p.

29. WALTERS, E. N. ¿Se hará la tierra demasiado pequeña? El Correo (UNESCO), París 19(2):4-9. 1966.

30. WARD, BARBARA. Las naciones ricas y las naciones pobres. Trad. L. de Ibarra. México, Centro Regional de Ayuda Técnica, Compañía General de Ediciones S. A., 1963. 160 p.

PROBLEMAS, PRINCIPIOS Y POSIBLES METODOS DE COMUNICACION CON ANALFABETOS EN EL MUNDO*1/

Por: Max K. Lowdermilk

Introducción

En una reunión especial del Consejo Interamericano Económico y Social de la Alianza para el Progreso, en agosto de 1961, en Montevideo (Uruguay), un delegado formuló una pregunta muy seria: "¿Cómo podemos influir en casi siete millones de analfabetos de la Zona Andina, de orígenes Quechua o Aymara?"

A continuación, el señor Patiño indicó que de acuerdo con estadísticas censales de los años 1940 y 1961, la población de analfabetos en el área, se había incrementado de un poco más de dos millones, a cerca de tres millones y medio.

El problema enunciado por el delegado de la Zona Andina, está siendo estudiado alrededor del mundo, en los lugares donde la enseñanza para adultos y los programas escolares están sufriendo severas presiones debido a la explosión demográfica. En tanto que se han logrado grandes avances en la enseñanza, muy poca investigación se ha efectuado para ayudarnos a conocer el mejor medio de comunicarnos con los analfabetos.

Muchos de los que trabajan en programas de extensión, en diversas partes del mundo, concuerdan en que en la actualidad no sabemos lo suficiente acerca de la comunicación con analfabetos. Muy poca experimentación, en el uso de los medios de comunicación con los analfabetos, ha sido llevada a cabo. Así, muchas veces, nos vemos forzados a depender de medios convencionales de comunicación. Con frecuencia, infortunadamente, descubrimos que las actitudes oficiales, con respecto a los millones de analfabetos, son de indiferencia, desprecio o compasión, o bien sus necesidades son completamente ignoradas.

El señor Patiño nos recuerda que los comunistas, especialmente en Latinoamérica, han conseguido ventajas al utilizar medios nativos de comunicación, para infiltrar a las masas analfabetas.

---

* Traducido del original en Inglés por el ingeniero Carlos Molestina E., Comunicador Asistente, IICA-Zona Norte, Guatemala, C. A.

1/ Nota del Traductor. Para facilitar la comprensión del original en Inglés y como un medio de uniformar la traducción, se han usado los términos no-educado o analfabeto, tanto para: "pre-literate, illiterate o non-literate". Así mismo, hemos usado "educado" como sinónimo de "literate".

Exposición del problema

El problema ante nosotros es básicamente; "¿qué podemos aprender de aquellas disciplinas que nos dan, como especialistas en extensión, algunas luces acerca de cómo podemos comunicarnos, en forma efectiva, con la gente analfabeta del campo, en las áreas del mundo en las que trabajamos?"

¿Qué es analfabetismo?

Ya que hemos usado la palabra analfabetismo en el título de este trabajo, debemos ahora analizar alguno de los muchos problemas que confrontaremos.

¿Debemos preguntar quién es analfabeto o, como algunos prefieren, "no-educado" (no-alfabetizado) o "pre-educado" (pre-alfabetizado)?

Encontramos que no existe un acuerdo general acerca de la definición de "analfabetismo" o "no-analfabetismo", que pueda ser aplicada por igual a todas las naciones. Se ha indicado, repetidamente, en los estudios de las Naciones Unidas y la UNESCO, que hay una gran amplitud de criterios en uso.

La UNESCO, en 1951, intentó establecer la siguiente definición: "Una persona es considerada no-analfabeta cuando puede leer con comprensión y escribir una declaración corta, cada día de su vida.

Confusión de criterios: ¿Porqué?

Al año siguiente, 1952, la UNESCO estaba nuevamente preocupada acerca de las poco confiables estadísticas sobre analfabetismo. Las siguientes razones fueron dadas para indicar la magnitud del problema:

1. Muchos países con altos grados de analfabetismo han descontinuado el hacer preguntas sobre esto en sus censos.
2. Muchos países, en los que se sabe que la tasa de analfabetismo es relativamente alta, no han efectuado, todavía, un censo nacional completo.
3. La definición de no-analfabetismo, varía en diferentes países de "habilidad para leer" a "habilidad para leer y escribir una carta".
4. Algunos países tienen cifras sobre la población sobre los 10 años de edad o sobre los quince; otros las tienen en todas las edades; algunos no especifican la base usada en los cálculos.

Por ejemplo, notemos que en el Perú, en el censo de 1940, se anotaba un 57 por ciento de analfabetismo entre su población de 10 o más años de edad. En Pakistan, en el censo de 1951, se anota un 86 por ciento de analfabetismo para todas las edades.

Una definición funcional

En 1962, la definición de la UNESCO se hizo más comprensible: "Una persona es no-analfabeta cuando ha adquirido el conocimiento esencial y las habilidades que le permitan intervenir en todas aquellas actividades en las que se requiere la educación (literacy) para un efectivo funcionamiento en su grupo y comunidad, y cuyos logros en leer, escribir y en aritmética, le hacen posible el uso de estas habilidades hacia su propio desarrollo y aquel de su comunidad".

Parece, entonces, que a medida que la educación adquiere mayor valor en diversos países, y, por cierto, en todo el mundo, emergen definiciones más funcionales. Por ejemplo, la definición de educación (literacy) en los Estados Unidos, es más funcional a medida que pasan los años. Durante la Primera Guerra Mundial, "analfabeto" era aquel que no podía leer ni escribir. Esta definición continuó en uso hasta 1940, cuando en el nuevo censo, se consideró "analfabeto" a aquel con menos de cinco años de escuela.

Goldberg dijo, en la época de la Segunda Guerra Mundial, que un "analfabeto" para el ejercito de los Estados Unidos, era aquel que no podía leer ni escribir al nivel del cuarto grado.

Ya que nuestro interés es ayudar a los demás a desarrollar sus comunidades y a sí mismos, aceptemos, para los propósitos de este trabajo, la definición "ideal" de no-analfabetismo (educación, literacy) tal como la dio la UNESCO en 1962. Esta es una definición muy funcional que hace nuestro problema aún mayor en su alcance, dado que los requerimientos de alfabetización en el mundo son mucho mayores.

Mantengamos en nuestra mente la definición funcional de analfabetismo. Así, usaremos, en el resto de este trabajo, el término "analfabetos" no sólo para aquellos que nunca aprendieron a leer y escribir, sino también para los que no pueden utilizar las destrezas educacionales una vez adquiridas.

Como ha sido mencionado, es casi imposible el estimar el número de individuos, en todo el mundo, que no son educados (literate) en base a cualquier definición, debido a la falta de información confiable.

La amplitud del problema universal

En los últimos años, las naciones del mundo han dado mucho énfasis a los programas educacionales. A menudo se encuentran declaraciones como esta: "La necesidad esencial para ganar la batalla contra el analfabetismo e la determinación mundial de hacerlo en un tiempo razonable".

En estos tiempos, de gran expectación, parece razonable que tanto la educación como la salud pública, sean posibilidades al alcance de la humanidad. Esto es bueno, y todos debemos estar de acuerdo en que, de algún modo, la batalla debe ganarse. El señor Hollis L. Caswell, Presidente del "Teachers College" de la Universidad de Columbia, amplía, literalmente, nuestras esperanzas cuando dice que: "la gente, alrededor del mundo, no puede beneficiarse con la industrialización y la ayuda económica, a menos que dejen de ser analfabetos y se eduquen".

Si esta declaración es tomada en su valor real, podemos asumir que los millones de analfabetos, en el mundo, no se están beneficiando, en modo alguno, con la industrialización o los billones de dólares en ayuda económica, que se usan para elevar su nivel de vida. Aun cuando haya exageración en ello, la información disponible nos muestra el nivel educacional como un buen índice para medir el desarrollo social y económico de una nación. Sin embargo, la tasa educacional muestra también, que los países pueden ser más o menos analfabetos que lo que su nivel de desarrollo industrial puede sugerir.

Según Golden: "La educación es no solo un índice de desarrollo socioeconómico, sino que funciona significativamente en la transferencia, de países no desarrollados a modernas naciones urbano-industriales, debido a que el no-analfabetismo y la educación se mantienen en una relación dependiente mutuamente con otros aspectos de la modernización".

Esto no sugiere que demos un bajo valor al no-analfabetismo. Nosotros comprendemos que muchas veces funciona como el pasaporte que nos saca de una sociedad tradicional a una moderna.

La declaración del señor Caswell, tomada en su valor real, no es válida. La cuestión del "beneficio" es probablemente gradual. Conocemos naciones en la actualidad, que aún teniendo altos índices de analfabetismo, están haciendo progresos en su desarrollo. Comprendemos que el gran número de analfabetos impide el convertirlos a todos en no-analfabetos y luego tratar de ayudarlos para que se eleven, por sí mismos, a mejores niveles de vida. El problema radica en ver cómo nos podemos comunicar en forma efectiva con estas gentes ahora, mientras permanecen todavía como analfabetos. No debemos nunca asumir que los analfabetos no pueden aprender en forma efectiva. Si hacemos esto, estamos originando un prejuicio que necesitamos apartar de nuestras mentes.

El tamaño del problema

Después del censo de 1950, el cuadro de analfabetismo, alrededor del mundo, lucía bastante malo. Se estimó que cerca de 700 millones de adultos eran analfabetos. Esto representaba el 44% del total de la población mundial con 15, o más, años de edad.

Casi en la mitad de los países y territorios (97 de 198) hay 50% o más de analfabetismo entre la población de adultos. Alrededor de un tercio de todos los países tenían, por lo menos, un millón de analfabetos adultos.

La UNESCO mostró que en los últimos 25 años se ha efectuado una reducción muy pequeña en el total absoluto de la población mundial de analfabetos. El rápido crecimiento demográfico no es equiparado, aún en la actualidad, por la educación de niños y adultos.

Hildroth demostró, en base a las estadísticas de UNESCO, que el analfabetismo no podrá ser desterrado hasta que los gobiernos no sean capaces de proporcionar más educación a sus niños, en los niveles elementales y primarios. En 1961, solamente el 57% del total de la población mundial de niños, en edad escolar, estaban matriculados en las escuelas. Así mismo, ella señala que para la mayor parte de los programas educacionales para adultos: "estos tienden a caducar, una vez que el entusiasmo inicial muere".

Cortnight, sugiere que el número de analfabetos adultos, alrededor del mundo, está incrementándose rápidamente, aún cuando el porcentaje de analfabetos está disminuyendo. Por ejemplo: en Brasil el analfabetismo ha disminuído 15% en los últimos 50 años, pero el número de analfabetos ha aumentado 25%.

En resumen, podemos decir que el problema del analfabetismo es crítico. El tamaño absoluto de la población de analfabetos es tremendo. A medida que los programas alfabetizadores en el mundo son llevados adelante, en todos los niveles, aquellos que trabajamos con analfabetos debemos hacer lo posible por aprender cómo comunicarnos con ellos ahora. No hay suficiente tiempo para esperar a que ellos se alfabeticen.

Ninguna nación puede darse el lujo de esperar hasta que sus ciudadanos sean educados funcionalmente, antes de iniciar sus programas de desarrollo económico, agrícola y comunal. Debemos comenzar en donde estamos al presente.

Consecuencias de la inhabilidad para comunicar

Hay evidencias que indican que la falta de habilidad, de los especialistas, para comunicarse con los analfabetos, representa un importante factor en el fracaso de los proyectos de desarrollo comunal. Fracasos en la adopción y falta de interés y

participación, son atribuídos a la falta de comunicación con los campesinos analfabetos, en un reciente estudio en la India. La comunicación fallida con los analfabetos, se presenta como una gran barrera al cambio rural en una comunidad hindú.

Hábito, escribiendo sobre Filipinas, dice que se ha dado muy poca atención a los programas educacionales para los campesinos analfabetos. El señala que la educación agrícola es estimulada en todos los demás niveles, pero no toma en cuenta al campesino adulto.

Parece casi axiomático que los especialistas en extensión tiendan a dar más énfasis y emplear más tiempo trabajando con aquellos individuos, que ellos sienten, que pueden comunicarse mejor y quienes, en consecuencia, son adoptadores rápidos.

Existe la tendencia a emplear más tiempo con "aquellos que necesitan y comprenden nuestros programas", en lugar de con aquellos que quizá no se dan cuenta de muchas de sus necesidades y que no pueden comprender los programas en la forma como los presentamos.

Leagans nos recuerda que: "El extensionista tiene una grave y estimulante responsabilidad en el proceso de la comunicación en el desarrollo rural".

Si solamente pudiéramos evaluar el costo en: tiempo, paciencia, progreso, personal y desarrollo, gastados en el mundo en la actualidad debido a la incapacidad del hombre de comunicarse con otros hombres, especialmente los educados con los analfabetos, tendríamos causa para pensar y meditar.

Preguntas importantes

Nos veremos confrontados con un sinnúmero de preguntas importantes en el resto de este trabajo. Algunas son: ¿A qué se parece un analfabeto, de acuerdo a su comportamiento social? ¿Cuáles son sus problemas en una sociedad que pone más y más énfasis en la educación? ¿En qué se diferencia el analfabeto del educado, con respecto a su habilidad para aprender? ¿Cómo se diferencia la comunicación con educados, de aquella con analfabetos? ¿Qué teoría nos guiará a esperar diferencias? ¿Qué nos muestra la información actual acerca del éxito relativo de los medios convencionales, y no convencionales, usados con analfabetos? ¿Qué conclusiones son posibles? ¿Cómo nosotros, como extensionistas, efectuaremos la comunicación con analfabetos? ¿Qué principios pueden redactarse y bajo qué condiciones los podemos aplicar para lograr nuestras metas?

Estas preguntas son hechas en orden a señalar el camino para comprender la complejidad y el reto que el problema presenta a los extensionistas.

El fenómeno del "analfabetismo"

Tratemos de mirar el fenómeno del analfabetismo en dos ambientes diferentes. Se asume que el analfabeto en una sociedad que toma la educación como algo natural, tiene ciertos problemas que un analfabeto en una sociedad que es analfabeta en su mayoría, no tiene.

EL ANALFABETO EN UNA SOCIEDAD EDUCADA

A medida que las sociedades, alrededor del mundo, ponen un mayor valor en la educación y, consecuentemente, obtienen un mayor nivel de alfabetización, los problemas y sutilezas aquí estudiados probarán ser de mayor valor. Estos descubrimientos pueden también ayudarnos a comprender el comportamiento de los analfabetos en las reuniones de grupo, donde un gran número de los participantes son analfabetos.

Socialización con educados

Hace algunos años Freeman y Kassebaum discutieron este problema. Se dá énfasis considerable al rol de la comunicación en el funcionamiento de una sociedad en marcha, debido a que en el caso ideal, nosotros asumimos la existencia de actores, que en mayor o menor grado, se entienden el uno al otro. En cualquier proceso complejo de interacción, el lenguaje es importante, no sólo en términos de denotaciones explícitas, sino por las sutilezas, matices, y connotaciones implícitas expresadas y en las imágenes y sentimientos provocados en los actores. Especialmente cuando muchas de las orientaciones generales de una sociedad son expresadas por medios formales de comunicación, la socialización y el rol que juegan los adultos van a necesitar un nivel mínimo de habilidad en el lenguaje. El lenguaje en este sentido es un marco para la acción.

Un amplio espectro de problemas se levanta con la presencia de un grupo numeroso de individuos (analfabetos), en los sistemas sociales con facilidades inadecuadas para participar en un proceso formal de comunicación y, consecuentemente, inadecuada comprensión de lo que se comunica. Para la supervivencia de estos actores, ellos deben ordenar su conducta por medio de técnicas que solamente en un grado limitado empleen los símbolos del lenguaje.

Principios sociológicos básicos del entendimiento

Los siguientes autores han enunciado varias hipótesis que se relacionan con la conducta de los analfabetos en una sociedad no-analfabeta o educada:

1. Freeman y Kassebaum: "Mientras más abstracta es la organización de los símbolos en una situación, más probable es que el analfabeto se retire de ella". En tales situaciones, los analfabetos harán una de tres cosas; a) buscará condescendencia, i.e. tomará el rol indicado por el grupo, pero actuará como se espera que lo haga un analfabeto, b) tratará de ocultar su analfabetismo y pasar por un no-analfabeto y c) el puede, en situaciones similares, optar por medios de substituir sus acciones por un comportamiento aceptable, i.e. resolverse por un sistema de contar dinero aún cuando no sepa matemáticas.

2. Freeman y Kassebaum: "La participación exitosa en interacción entre analfabetos y no-analfabetos, requiere del desarrollo, de parte del analfabeto, de una estrategia dirigida a reducir la "brecha en la comunicación" que existe en el ordenamiento de los símbolos de la situación". En una sociedad mayormente educada, se pone un gran valor en la educación. Esto crea, frecuentemente, un fenómeno de vergüenza o culpa en el actor analfabeto quien se considera inferior. Aquellos que han trabajado con analfabetos en un ambiente en que la mayoría no lo era, recordarán las ocasiones en que la vergüenza aparecía, entre los analfabetos, al ver que habían perdido el apoyo del grupo.

3. Freeman y Kassebaum: "La participación, por parte de los analfabetos, en situaciones donde las normas estigmatizan severamente el analfabetismo, está relacionada al grado con que la personalidad del analfabeto es caracterizada por el fenómeno de la vergüenza". Frecuentemente los analfabetos rehusan el participar con aquellos que les recuerdan su "status inferior". Esto es un problema constante en los países donde la educación acuerda un alto "status" y prestigio.

4. Freeman y Kassebaum: "En el grado en que los aspectos funcionales de los analfabetos, en un sistema cualquiera, compensen los aspectos disfuncionales, la sociedad será ambivalente y con el empleo de evaluaciones particulares, proporcionará modos de integración parcial". Esto se comprueba con el hecho que de aquellos "analfabetos" en el ejército de los Estados Unidos, durante la primera Guerra Mundial, el mayor porcentaje correspondía a agricultores, conductores de camiones y obreros de construcción.

Puede señalarse que cuando alguna parte del sistema social tiene inversiones en analfabetos, éstos últimos participarán libremente. Instituciones tales como agiotistas, políticas y curanderos tienen, generalmente, interés en la sociedad de los analfabetos.

Aquellos que han trabajado en zonas del mundo donde los prestamistas y curanderos operan libremente, inmediatamente reconocen su efectividad en comunicarse con ellos y así estafar a los analfabetos.

5. "Mientras más esencial es el analfabeto para la vida económica de su comunidad, más probable será el que la comunidad desarrolle técnicas para la integración parcial de los analfabetos".

6. "A medida que el analfabeto se encuentra más disponible como miembro del grupo consumidor, más probable será el que el sistema social confeccione ciertas prácticas de mercadeo que proporcionen medios de integración parcial". Esto es factible de observar en la utilización de gestos, pantomimas, repetición de instrucciones y supervisión de encargos simples, cuando se trabaja con analfabetos.

Parece ser que en casi todas las sociedades existen fuerzas que operan en el sentido de educar a los analfabetos y otras que tratan de mantenerlos como tales.

Socialización con otros analfabetos

Freeman y Kassebaum, en su discusión sobre los analfabetos en los Estados Unidos, mencionan que existen algunas características significativas en el modo en que estos se conducen en su interacción con otros analfabetos.

1. Se expresan en sus propios términos institucionalizados.
2. Forman, y reconocen, símbolos de prestigio y desgracia.
3. Valorizan las situaciones en términos de sus propias normas e instituciones.
4. En sus interrelaciones, desaparece la máscara de ajuste acomodativo.

En una sociedad que pone un gran valor en la educación, la vida del analfabeto no es fácil. En el ejército de los Estados Unidos, durante la Segunda Guerra Mundial, se encontró que el descontento y la aversión a la comida eran mayores entre los soldados analfabetos. También se encontró, que los adultos analfabetos estaban más aptos a convertirse en neuróticos, que los no-analfabetos.

Habilidad de los analfabetos para aprender: Un experimento

Se suscitó gran interés en los problemas del analfabetismo, durante la segunda Guerra Mundial, ya que se encontró que muchos estadounidenses eran analfabetos funcionales. Sin embargo, ellos fueron introducidos al ejército y se les dio un adiestramiento especial. Un gran número de investigaciones fueron llevadas a cabo con ellos, por educadores y sicólogos.

Podemos enumerar algunos de los resultados:

1. Existen grandes diferencias entre los analfabetos. No debe agruparse a todos juntos.

2. Muchos analfabetos poseen inteligencia normal y pueden aprender rápidamente cuando se utilizan los medios apropiados de enseñanza. En las fuerzas armadas, 85% de los analfabetos se convirtieron en no-analfabetos en un período de 12 a 15 semanas, i.e., obtuvieron un nivel de 4o. grado.

3. No puede asumirse, en forma automática, que los analfabetos son tontos, debido a que no poseen ciertas habilidades verbales. Muchos analfabetos no sólo poseen habilidades, sino que tienen sobresaliente personalidad. Encuestas en el ejército probaron que frecuentemente poseen una inteligencia normal y algunos están sobre el promedio.

4. Ginzberg y Bray en su obra, "The Uneducated", y Goldberg en, "Army Training of Illiterates in World War II", señalan que más del 80% de los que recibieron el adiestramiento especial, fueron, luego, buenos soldados.

Debe mencionarse que este tipo de adiestramiento especial, se realizó bajo condiciones controladas. El ejército ejercía control, sobre estas personas, las 24 horas del día, los hombres eran motivados a aprender a leer y escribir cartas dado que querían comunicarse con sus familiares y amigos; el ejército tenía fondos ilimitados y los más calificados instructores, disponiendo además de personal para supervisión. Era, además, un nuevo tipo de vida y no había oposición a la experimentación como quizás se hubiera encontrado en la vida civil. Estos, y otros factores, indican que tal programa difícilmente puede duplicarse en una sociedad "libre".

Sin embargo, algunos de los métodos y principios, usados en este entrenamiento especial, pueden ser de valiosa ayuda para nosotros, teniendo en cuenta las ventajas que tuvo el ejército.

Política del Ejército durante el adiestramiento. Goldberg dá varias razones para el éxito del programa, entre ellas:

1. La cuidadosa selección de los hombres que serían adiestrados.
2. La formulación clara de los objetivos del programa.
3. El desarrollo de materiales de instrucción y ayudas visuales especialmente apropiados.
4. La naturaleza del curriculum.
5. El establecimiento de estándares de actuación.
6. El tamaño reducido de los grupos. Quince o menos por clase.
7. La diversificación en los métodos de enseñanza.
8. La provisión de diferentes tasas de progreso.

9. El contínuo estudio sicológico de los hombres.
10. La cuidadosa selección del personal instructor y supervisor.
11. La provisión de adiestramiento antes, y durante, el servicio al personal de instructores y supervisores.
12. La contínua evaluación de los resultados del entrenamiento.

Principios de enseñanza del ejército. Los instructores fueron cuidadosamente adiestrados en los diferentes modos de presentar, explicar o demostrar sus clases. Ellos:

1. Hablaban claramente y usando términos simples.
2. Presentaban lentamente el material de enseñanza.
3. Evitaban las explicaciones extensas.
4. Permitían a los hombres el participar en las discusiones. La idea es que los individuos aprenden cuando toman parte activa en la enseñanza.
5. Enseñaban de tal manera que atraían varios sentidos a la vez.
6. Enseñaban una habilidad por vez.
7. Eran muy pacientes con los alumnos.

Algunos métodos de enseñanza del ejército. Los métodos, técnicas o aparatos usados en la enseñanza, fueron:

1. Ayudas visuales
2. Demostraciones
3. Conferencias
4. Discusiones
5. Ejercicios

En una evaluación del uso de las ayudas visuales, se descubrió, al comienzo del programa, que:

1. Las ayudas visuales, usadas indiscriminadamente, fueron de poco valor.
2. Las ayudas visuales profusamente dispuestas durante las clases, produjeron distracción.
3. No se desarrolló una conveniente labor en el pizarrón.
4. Las demostraciones, apropiadamente hechas, fueron muy efectivas.
5. Los ejercicios constantes, fueron particularmente importantes para memorizar y aprender las habilidades o destrezas.

Enseñanza en el ejército: Evaluación. Muchos otros principios se obtuvieron de esta evaluación de enseñanza a analfabetos en un ambiente controlado:

1. Los analfabetos se benefician con cantidades considerables de aprendizaje.

2. El olvido se hace presente, a menos que se de oportunidad para una repetición frecuente y se memorice el material.

3. Los ejercicios son un medio para un fin solamente; y no el fin por sí mismos.

Aún cuando mucho de esto no puede ser aplicado a un ambiente no controlado o libre, puede ser útil el recordar que:

1. Los analfabetos, tanto como los no-analfabetos, aprenden mejor cuando las actividades de enseñanza se relacionan con situaciones reales.

2. Las evaluaciones sistemáticas para estimar necesidades, determinar guías y evaluar desarrollo, son vitales en la enseñanza.

3. La construcción y el uso de un vocabulario especial, que se ajuste a las habilidades de los alumnos, es importante.

4. Objetivos claros y propósitos específicos, así como el definir los objetivos en términos de pasos hacia la consecusión de un fin, son valiosos.

5. Fuerte interés y motivación de parte del profesor y los alumnos, son importantes.

6. Usar diversas ayudas visuales y métodos relacionados con el asunto en cuestión y las necesidades de los alumnos.

Los hallazgos de los educadores británicos durante la década de 1940, en estos aspectos, concuerdan con los de los estadounidenses.

LOS ANALFABETOS EN UNA SOCIEDAD NO EDUCADA

La Sicología de la gente no-educada

El término "sociedad no-educada" (Preliterate society), será usado, en adelante, para referirnos a aquellas sociedades en que la mayoría de la gente no ha tenido oportunidad de aprender las destrezas de la escritura y la lectura. Preguntémonos, humildemente, qué podemos aprender acerca de ellos y también, qué podemos aprender de ellos, a medida que procedemos en nuestro trabajo.

Algunos hallazgos, importantes, de las ciencias sociales del comportamiento, serán utilizados a medida que hacemos lo posible por ganar un mayor conocimiento de la sicología de los analfabetos.

Hemos descubierto, anteriormente, que los analfabetos en una sociedad educada tienen gran cantidad de problemas sicológicos y emocionales a causa de las grandes presiones sociales. En una sociedad donde predomina el analfabetismo, al contrario, fenómenos tales como trastornos nerviosos, esquizofrenia, etc., son raramente vistos.

Carothers, en su informe denominado: "Cultura, Siquiatría y la palabra escrita", da algunos principios interesantes sobre el funcionamiento de la mente de los analfabetos:

1. El pensamiento y el comportamiento, en las sociedades no-educadas, son gobernados parcialmente.
2. Las palabras pierden mucho de su contenido emocional y énfasis, al ser escritas.
3. La educación opera en el sentido de destruir el poder mágico de las palabras. Se ha observado que en algunas sociedades no-educadas, se dá a los niños, además del nombre que les corresponde, otros nombres secretos y por lo tanto invulnerables.
4. En el mundo de los analfabetos, una cosa existe meramente en virtud de su nombre. Aún el mundo imaginativo, al igual que la palabra hablada, tienen connotaciones extraterrestres.
5. Frecuentemente, el ojo, especialmente en algunas sociedades africanas, es considerado un instrumento de la voluntad y nó un órgano de recepción, siendo el oído el principal órgano receptor, para ellos.
6. En muchas sociedades no educadas, el pensamiento y el comportamiento, no son considerados en forma separada; ambos son considerados comportamiento. Un ejemplo de esto sería el caso de las sociedades en que se enseña a los niños a tener ciertos pensamientos extraños.
7. Algunos analfabetos no usan abstracciones en el proceso de su razonamiento. Los esquimales, a pesar de ser extraordinariamente despiertos, no son pensadores en el sentido que nosotros le damos al término, su lenguaje es un reflejo de su modo de vida y su carácter. Es el lenguaje de gentes cuyas vidas son vividas en sus cuerpos, pero nó en sus mentes.

   Trabajando con analfabetos del Punjab (India), descubrimos que es casi imposible el intentar explicar algo en lenguaje abstracto. La mejor comunicación es aquella en que la interacción es establecida, entre el comunicador y su auditorio, en un nivel de interés y comprensión.
8. La población de campesinos analfabetos, vive en un mundo de sonidos, en contraste con los europeos occidentales que viven en un mundo de visión. Los sonidos

son cosas dinámicas, en cierto sentido, o tienen indicadores de cosas dinámicas; de movimiento, eventos, actividades, etc., para los que el hombre, grandemente indefenso ante los peligros de la vida, debe estar siempre alerta. Cualquiera sea la forma que ellos adopten; el trueno, el sonido del agua corriendo, los gritos de los animales, el batir de tambores, la música, etc., son normalmente de significado directo y, frecuentemente, de peligro para el oyente. Los sonidos pierden mucho de su significado en Europa Occidental, donde el hombre a menudo desarrolla una sorprendente habilidad para no darles importancia. Mientras para el europeo "ver es creer" para el campesino africano la realidad reside mucho más en lo que oye.

Añadiremos ahora otros principios y guías relacionadas con la naturaleza de la mente del analfabeto; principios extraídos de los descubrimientos de otros investigadores:

9. La comunicación oral tiende a crear la solidaridad en los grupos, en cambio, la educación y la palabra impresa tienden a soltar éstos vínculos y crear un vacío entre las personas.

   Riesman dice que ésta es una de las razones para asociar la habilidad para leer, en muchos países, con la vida urbana y la falta de solidaridad social. El considera al libro como una especie de "monitor invisible" que separa al lector de su grupo y de sus emociones. En algunos casos este argumento podría indicar que las sociedades pierden algo en el proceso de educarse.

   Cuando la palabra escrita ingresa en una cultura no evolucionada, tiende a borrar las imágenes infantiles en la mente de la mayoría de las personas.

Otros escritores han añadido sus observaciones sobre el mundo de los analfabetos. Schramm halló que:

1. Los analfabetos se mueven a través de la vida en una forma más lenta que los educados.
2. El mundo de los analfabetos no es manipulativo ni instrumental, la vida es tomada como un todo.

La inteligencia de los analfabetos

Quizá uno de los mayores obstáculos en la comunicación con los analfabetos, es la actitud de superioridad del comunicador mismo. El comunicador debe, de algún modo, comunicar el sentimiento de que él no considera a su auditorio como inferiores. Ya hemos dicho que los analfabetos son individuos y que no deben ser vistos como una gran masa humana. Infortunadamente, la palabra "analfabeto"

ha tomado un sentido despreciativo cada vez mayor, especialmente en aquellas sociedades que luchan por ser educadas. De el cúmulo de investigaciones disponibles, se desprende que los analfabetos son, frecuentemente, inteligentes, brillantes, progresivos y líderes sobresalientes.

Lall llega a la conclusión, de un estudio con 23 analfabetos de 11 a 16 años de edad en una comunidad de la India, que tres de ellos podrán seguir estudios universitarios.

En su estudio en la comunidad de Annanpara (India, 1947), con una población de 400 habitantes, Bathia trabajó con 50 muchachos, la mitad de los cuales nunca había asistido a la escuela. A 23 de ellos (no se sabe cuántos analfabetos y cuántos nó) les tomó una serie de "tests" de capacidad. El cociente de inteligencia fue de 70 a 120, con una media de más de 90. Su conclusión fue el sugerir educación formal para ellos. Otra conclusión que sacó fue que la diferencia entre grupos de analfabetos y no-analfabetos, es que estos últimos no son necesariamente tontos o atrasados.

En otra situación, Shapiro, midiendo la cantidad de rotación, hecha por africanos, al reproducir grabados o al manipular los bloques de Koh, descubrió que los analfabetos rotaban más que los no-analfabetos pero que esto no significaba menos inteligencia.

Se ha efectuado muy poca investigación en el área de medir la inteligencia de los analfabetos. Sin embargo, es evidente en la actualidad que los analfabetos no deben ser mirados como personas de inteligencia inferior sólo porque carecen de la habilidad de leer y escribir. Frecuentemente, como hemos visto, el analfabeto es una persona de gran percepción y agudo juicio. Un estudio de la historia del hombre mostraría con seguridad, que algunos de los grandes líderes del pasado eran analfabetos, cuando se entiende por ésto la falta de habilidad para leer y escribir.

Parece ser que los que trabajamos con analfabetos tenemos mucho que aprender de ellos, especialmente cuáles son sus medios efectivos de comunicación. Una buena medida del valor de un extensionista, es el conocer cuál es su capacidad para aprender de sus clientes, nó solamente cuánto es capaz de enseñar. De hecho; la buena enseñanza debe incluir un efectivo aprendizaje al mismo tiempo.

LA COMUNICACION CON LOS ANALFABETOS

Una definición de Comunicación

Edward Hall, en "El lenguaje silencioso" (The silent language), ha basado todo su análisis cultural en un modelo de comunicaciones. El establece que: "además de lo que decimos con el

lenguaje verbal, comunicamos constantemente nuestros sentimientos con nuestro lenguaje silencioso, el lenguaje del comportamiento. Algunas veces este lenguaje es correctamente interpretado por nuestros connacionales, pero, más frecuentemente, otras nó lo es".

Hace algún tiempo en el Punjab de Pakistán del Oeste, casi por accidente, me di cuenta que la cultura en sí misma es comunicación. Bromeando con un amigo le dí mi sombrero y coloqué el suyo sobre mi cabeza, sin saber que esta es una costumbre pakistana para expresar profunda amistad y hermandad. El me contó la importancia cultural del acto, su sentido de amor filial y la tremenda impresión que había causado en los demás. El intercambio de sombreros, o tocados, entre los jefes de una familia, al momento del casamiento de dos hijos, significa que no solo el novio y la novia sino que ambas familias quedan unidas para siempre.

El conocimiento y debida apreciación de muchos fenómenos tales como; concepto del tiempo, los gestos, movimientos de tipo reflejo, expresiones faciales, vestidos, arreglo del cabello, bailes, lenguaje de acción, etc., son sumamente necesarios para la comunicación.

Sapir, en su "Lenguaje" (Language), Ruesch y Kees en su "Comunicación no hablada" (Non Verbal Communication), Doob, en "Comunicación en Africa" (Communication in Africa), y varios otros, han señalado la necesidad de una amplia definición de comunicación. Por tanto, la definición que aquí usaremos será amplia también: "La Comunicación se refiere a todos aquellos procedimientos, por medio de los cuales, una mente afecta a otra. Esto, naturalmente, envuelve no solamente el lenguaje escrito y hablado, sino todo el comportamiento humano".

Algunas guías para la enseñanza y el proceso de la Comunicación con analfabetos

1. La comunicación es sumamente efectiva cuando trabajamos dentro de los límites de los valores de las personas interesadas.

   a. La imaginería (fantasía) de personas de diferentes culturas, es diferente.

      La exposición a un tipo particular de cultura y clima o situaciones sociales particulares, es responsable del desarrollo de actitudes diferentes.

   b. Los proverbios y refranes de la gente, contienen un gran bagaje del saber cultural y los valores. Los proverbios forman, frecuentemente, la base de las leyes, la fuente de prohibiciones éticas que se usan tanto para instrucción de los jóvenes como educación de los sabios.

c. Los canales tradicionales de comunicación, tales como las Melas, festivales religiosos, dramas, folklore, música, etc., son muy efectivos. Los tenderos, sacerdotes, sirvientes y comerciantes, pueden ser instrumentos muy efectivos en la comunicación de ideas. En la India, un estudio reveló que los analfabetos reaccionaban en un 45% cuando se utilizaba al tendero como medio de comunicación, 25% a los sacerdores, y 20% a los hombres de Lickshaw y Tonga.

2. Los analfabetos no gustan de las actitudes de superioridad debido a que han sido frecuentemente explotados, estafados o decepcionados, por personas "educadas".

a. Un especialista debe desarrollar confianza antes de poder comunicar.

b. El especialista debe relacionar su enseñanza con las necesidades de la gente.

3. A medida que ponemos más valor en la educación, los problemas relacionados con la socialización de los analfabetos tienden a incrementarse.

a. Los analfabetos buscarán de esconder su analfabetismo, o modificarán su actitud, a fin de obrar de acuerdo a un comportamiento aceptable.

b. El analfabeto limitará, o evitará, el participar en situaciones que estigmaticen el analfabetismo, para evitar el incremento de su vergüenza.

c. Cuando alguna parte del sistema social necesita los servicios de los analfabetos, aquellas personas que se benefician con sus servicios hallarán medios de acomodar su comportamiento.

d. Cuando los servicios de los analfabetos son importantes para la vida económica de la comunidad, se necesitará desarrollar técnicas para integrarlos, parcialmente, al sistema.

e. Debido a las presiones sociales, los analfabetos en una sociedad educada, tienen más problemas de adaptación, aversiones alimenticias y posibilidades de comportamiento neurótico, que los analfabetos en una sociedad no-educada..

4. En una sociedad altamente educada, los analfabetos tienden a reunirse y juntarse sólo con los de su misma situación.

a. Ellos hablan, forman símbolos de prestigio y desgracia y evalúan las situaciones en sus propios términos y normas, despojándose de la máscara de acomodación al medio.

5. Existen amplias diferencias individuales entre los analfabetos.

6. Muchos analfabetos tienen inteligencias normales y pueden aprender rápidamente cuando se utilizan medios apropiados de instrucción y comunicación.

7. El pensamiento y el comportamiento en las sociedades no-educadas, están gobernados, parcialmente, por el supuesto poder de la palabra hablada.

a. Las palabras escritas pierden su armonía emocional.

b. La educación tiende a destruir la magia de las palabras.

8. En algunas sociedades no-educadas, las cosas existen en virtud de su nombre.

9. El ojo, en algunas sociedades africanas, es considerado un instrumento de la voluntad.

10. En algunas sociedades no-educadas no se considera el pensamiento y el comportamiento como cosas separadas, ambos son vistos como comportamiento.

11. Algunos analfabetos no usan abstracciones en su razonamiento, o si lo hacen, no se efectúa en el grado en que lo hace la gente educada.

12. Las poblaciones rurales analfabetas viven, principalmente, en un mundo de sonidos dinámicos o que son indicadores de cosas dinámicas.

13. La comunicación oral tiende a crear solidaridad entre los grupos.

14. El movimiento de la vida del analfabeto es más lento que el del educado.

15. El mundo del analfabeto no es manipulativo o instrumental, la vida es vista como un todo.

16. Los analfabetos aprenden mejor cuando el aprendizaje se relaciona con situaciones reales.

a. Ellos se benefician con la mayor cantidad de enseñanza.

b. El olvido se presenta, a menos que se repita frecuentemente lo enseñado.

17. Objetivos claros y propósitos específicos, deben ser definidos en términos de pasos para alcanzarlos.

18. Son importantes un fuerte interés y una motivación por parte del profesor y alumno.

19. La apreciación sistemática para estimar las necesidades, el determinar las guías y el evaluar el desarrollo, son vitales al enseñar a los analfabetos.

20. Es importante el construir un vocabulario especial, que se adapte a la habilidad del educado.

21. Aquellos que quieren comunicarse con los analfabetos, deben estar siempre conscientes que éstos están equipados con sus propios medios de comunicación.

22. Así como el pequeño comerciante, el prestamista, etc., tienen que trabajar dentro del sistema social de los analfabetos, así tendrá que hacerlo cualquiera que quiera comunicarse y comprenderse con ellos.

23. La pléyade de valores de los terratenientes, empleados de gobierno y connacionales educados en el sistema Occidental, no debe confundirse con los de los analfabetos.

Algunos medios de comunicación con analfabetos

1. Busque los métodos naturales, o innatos, de comunicación con los que los analfabetos están bien relacionados.

a. La representación de dramas folklóricos es un buen medio de comunicación. Normalmente se relaciona con la tradición local. Proporciona activa participación de parte de los actores y el auditorio. Se encontró que el teatro fue efectivo en Latinoamérica.

2. El uso indiscriminado de los llamados "medios modernos de comunicación", no es efectivo con los analfabetos. Todos los materiales audiovisuales deben ser adaptados a la cultura en que son usados.

a. Las películas producidas en tierras lejanas, generalmente no son efectivas.

b. Los jeeps y unidades móviles, frecuentemente, intimidan a los analfabetos. Ellos ven esto como "extranjero".

c. Normalmente las ayudas visuales presuponen valores que no son de la comunidad.

d. La acción masiva, por medio de técnicas audiovisuales, acompañando una campaña de información, no incluye un impacto educacional profundo.

e. Muchos medios producen una comunicación de una sola vía, esto tiende a convertir al público en un elemento pasivo.

f. Aquellos medios que dan oportunidad al público de participar, son los más efectivos.

g. Los aparatos baratos producidos localmente, cuando son usados en buena forma, están produciendo resultados satisfactorios.

h. Las ayudas visuales profusamente usadas distraen mucho.

i. Es valioso el usar una variedad de material visual, bien escogido, con los métodos relacionados a las necesidades de los estudiantes y el tema.

j. Hay varios factores básicos que considerar cuando se seleccionan los métodos de enseñanza:

j1. ¿Qué se desea conseguir?
j2. Importancia relativa de las actividades.
j3. Cantidad de tiempo por emplear.
j4. Estados del desarrollo de la actividad, conocimiento o interés de las personas presentes.
j5. Adaptabilidad de los métodos a situaciones locales y temas.
j6. Adaptabilidad del método al número de personas que se quiere alcanzar.

k. Cualquiera sea el método usado, él no es el fin por sí mismo, es sólo un medio de ayudar a las personas a mejorar moral, social, espiritual y económicamente.

l. El radio de transistores se está convirtiendo en un medio efectivo de comunicación en aquellos grupos dispersos en países donde los mensajes se relacionan a valores culturales y necesidades de la gente.

m. En naciones con gobiernos dictatoriales, el Estado, constantemente trata de controlar los pensamientos de los hombres por medio de la comunicación; nuestra meta es educar a los hombres para que aprendan a vivir libres y puedan efectuar sus propias decisiones.

Conclusión

El trabajo con analfabetos presenta problemas complejos al mismo tiempo que una extensa frontera inexplorada que es un tremendo reto. Existen diferencias básicas entre los educados y los analfabetos pero la investigación, hasta ahora, sólo ha delineado esas

diferencias. Una conclusión importante a que podemos llegar es que los analfabetos en todo el mundo están equipados con sus propios medios de comunicación. Si queremos comunicarnos en forma efectiva con ellos, debemos hacerlo a través de medios que les sean familiares o que se adapten a su comprensión y necesidades básicas. Por cierto, los analfabetos tienen mucho que enseñarle a los educados acerca de la comunicación y nos beneficiaremos mucho si "nos ponemos a escucharlos" con espíritu de descubrimiento.

REFERENCIAS

1. BHATIA, C. M. Perfomance ests of ntelligence. Oxford Press, London, 1955.

2. CAROTHERS, J. C. "Culture, Psychiatry and the Written Word," Psychiatry. Vol.22, No. 4. November 1959.

3. CORTRIGHT , RICHARD W. "They are Learning to Read", Adult Leadership. June 1959.

4. DOOB, LEONARD W. Communication in Africa. Yale University Press, New Haven, 1961.

5. FREEMAN, HOWARD y KASSEBAUM, GENE G. "The Illiterate in American Society: Some General Hypotheses", Social Forces. May 1956.

6. GOLDBERG, SAMUEL. Army Training of Illiterates in World War II. Columbia University Press. New York, 1951.

7. HABITO, CELESTINO. "Development of an Adult Farmer Education Program for the Philippines". Ph. D. dissertation, University of Minnesota, May 1958.

8. HALL, EDWARD. The Silent Language. Doubleday and Company, Inc. New York, 1959.

9. LAUBACH, FRANK C. Teaching the World to Read. Lutterworth Press. London, 1947.

10. LEAGANS, J. PAUL. "The Communications Process in Rural Development". International Agricultural Development Bulletin, No. 1. Cornell University. Ithaca, N. Y.

11. LEWIS, M. M. The Importance of Illiteracy. George Harrap and Company, Ltd. London, 1953.

12. MEAD, MARGARET. "The Contribution of Social Anthropologists to Educational Problems in Underdeveloped Territories", Fundamental and Adult Education. July, 1955.

13. PATIÑO, WASHINGTON. "Establishment of public information methods for illiterates and for those who do not speak national languages in Latin America". Paper submitted July 14, 1961 to the Peruvian delegation to the special meeting of the Interamerican Economic and Social Council at the Ministerial Level to Serve Alliance for Progress, Montevideo, Uruguay. August 1961.

14. RIESMAN, DAVID. "The Oral Tradition, The Written Word, and The Screen Image". Address delivered at Antioch College Founders' Day. October 5, 1955. The Antioch Press. 1956.

15. RUESCH, JURGEN y KEES, WELDON. Nonverbal Communication. University of California Press. Los Angeles, 1956.

16. SAPIR, EDWARD. Language. Harcourt, Brace and Company. New York, 1921.

17. SCHRAMM, WILBUR. The Process and Effects of Mass Communication. University of Illinois Press. Urbana, 1955.

18. SHAPIRO. "The Rotation of Drawings by Illiterate Africans", The Journal of Social Psychology. Vol. 52. 1962.

VdeC
Guatemala,1970

FECHA DE DEVOLUCION

IICA
PM-50

Autor: ALGUNOS CONCEPTOS SOBRE COMUNICACION Y CRECIMIENTO DEMOCRATICO

Título

Fecha Devolución	Nombre del solicitante