

CAPITULO 4

LA COMUNICACION EN EL SECTOR RURAL

1. IMPORTANCIA.

El campesino para que pueda desarrollarse en el nivel técnico, educativo, cultural, económico, etc., debe servirse de la comunicación que es el medio que le permite conocer las nuevas experiencias que van a transformar sus conocimientos, habilidades y actitudes.

Una verdadera comunicación para el habitante rural, debe crear conciencia sobre los problemas de producción, de educación, de vivienda, de salud, de organización, de mercadeo de sus productos, etc., para que comprenda las soluciones y lo induzca a transformar la infraestructura y estructuras que lo envuelve; en otras palabras la comunicación en el desarrollo rural debe convertir al campesino en artífice de su propio desarrollo y en este sentido la comunicación es irremplazable.

Puede preguntarse de qué sirve la investigación agrícola y pecuaria si no se comunica al agricultor que es quien debe aprovecharla?. La respuesta es sencilla "de nada", sólo sirve para obtener títulos y llenar escritorios y bibliotecas. Para que la investigación tenga un verdadero sentido social deben desarrollarse paralelamente amplios programas de comunicación rural.

2. QUE ES COMUNICACION?

- Comunicación en un sentido amplio, es transmitir un mensaje con la intención de que sea comprendido por otra persona de quien se espera una respuesta que debe estar de acuerdo con los objetivos del comunicador. Quien comunica le imprime su mensaje el sello de la visión de su mundo que debe ser igual a la percepción que del mundo tiene el destinatario, llegando así a producirse una efectiva comunicación.

El individuo por naturaleza necesita comunicarse con sus semejantes para compartir sus emociones, sus sentimientos, sus inquietudes, para sentirse unido al mundo que lo rodea. Difícilmente puede sobrevivir el hombre sin la comunicación.

La comunicación exige compartir un mismo lenguaje, usar los mismos símbolos (código), compartir las mismas emociones y

anhelos. El buen comunicador necesita conocer las aspiraciones y deseos de sus destinatarios para establecer una comunicación eficaz. Si no se quiere al público, se hablará pero no se comunicará.

3. OBJETIVOS DE LA COMUNICACION.

Los objetivos son los fines inmediatos que se persiguen cuando se planea y se ejecuta una actividad de comunicación (conferencia, curso, día de campo, etc.). En el caso de comunicación para el desarrollo debe ser planeada, ya que el hombre constantemente está recibiendo infinidad de mensajes con objetivos de diferente naturaleza que pueden ser contrarios al mismo desarrollo.

Los objetivos de la comunicación rural deben estar dirigidos a influir en la comunidad para que desarrolle sus potencialidades y sea ella la protagonista del cambio y mejore sus niveles de vida.

Se trata entonces no de simple información, sino de comunicación para el cambio, no comunicación para el adoctrinamiento, sino comunicación para educar, para ejercer libremente el derecho de tomar decisiones democráticas.

La función del comunicador rural que acepta el reto del desarrollo es muy compleja, porque no le basta que sus mensajes sean entendidos, sino que debe inducir a la acción a los campesinos.

4. LA COMUNICACION Y EL PAPEL EN EL DESARROLLO.

Díaz (2) anota, que el desarrollo implica cambios en las estructuras, las instituciones, los métodos y técnicas de la ciencia, las artes y la convivencia social y que la gran mayoría de esos cambios son deliberados y planeados, producto de innumerables decisiones individuales.

Anota además, que la comunicación juega un papel fundamental en la toma de decisiones al influir decisivamente en la motivación (querer) en los conocimientos (saber) y en la estructura social (poder).

Siendo la comunicación en sus diferentes manifestaciones, el vehículo que puede despertar y generar las fuerzas internas de las comunidades para transformar las estructuras y apropiarse de los conocimientos para mejorar sus niveles de vida, resulta incuestionable el papel decisivo que tiene en el desarrollo.

5. PROCESO Y ELEMENTOS DE LA COMUNICACION.

La comunicación es un proceso dinámico que el agente de cambio debe conocer cómo opera y qué elementos intervienen en ella para mejorar la función de comunicadores que es el punto de partida de su trabajo con la comunidad.

Esquemáticamente, la comunicación puede analizarse de acuerdo con los siguientes elementos:

a) Comunicador.

Es quien elabora y emite el mensaje de acuerdo con los problemas y necesidades de su público o clientela, como los profesores, periodistas, extensionistas, etc.

b) Mensaje.

Son las ideas, los conocimientos, las prácticas, etc., que de acuerdo con los destinatarios se necesitan para dar solución a sus problemas. El mensaje está compuesto por símbolos ordenados (código) de tal manera que puedan ser descifrados e interpretados por el público.

c) El canal.

Es el medio que se utiliza para hacer llegar el mensaje a su destino. El medio puede ser oral como la conferencia, mesa redonda,

etc., escrito como la prensa, boletín, carta circular, también se puede hacer llegar el mensaje con ayudas visuales como diapositivas, tableros, etc., en este caso la comunicación es más efectiva.

d) El destinatario.

Es quien recibe el mensaje. Debe decifrar e interpretar la comunicación de tal suerte que el significado y el efecto sea igual al que le dió inicialmente el comunicador.

6. LOS PROBLEMAS DE LA COMUNICACION Y SUS CAUSAS.

La comunicación está constantemente sometida a sufrir deformaciones como la distorsión o a no llegar al destinatario por factores que le interfieren e impiden el normal flujo del mensaje.

El comunicador debe analizar cuidadosamente todos los elementos de la comunicación para determinar el estado en que se encuentran, darles el tratamiento adecuado y alcanzar así sus objetivos.

Básicamente se reconocen dos problemas que son: La interferencia, que consiste en cualquier obstáculo que impida que el destinatario reciba los estímulos y los interprete correctamente como el analfabetismo, el ruido, la ira, la angustia, etc., y la Distorsión,

que es el cambio de significado del mensaje debido a deficiencias en los elementos de la comunicación.

Las causas que determinan la interferencia y la distorsión, se pueden encontrar en cualquiera de los elementos de la comunicación. Así por ejemplo: En el Comunicador. Las más importantes causas son: Dificultades en la presentación del mensaje. El ^{buen} comunicador debe expresar con claridad sus ideas, ser concreto, no divagar, hablar pausadamente, moverse con naturalidad ante su auditorio, pronunciar con claridad las palabras, utilizar correctamente las ayudas audiovisuales y enfrentar al auditorio.

- Falta de conocimiento del tema.

Es imposible comunicar eficazmente, sino se domina el tema a tratar, es muy importante no sólo conocer el tema central, sino otros que permitan al comunicador una mayor fluidez y seguridad en la exposición de sus ideas.

- Las actitudes.

También son causa de problemas cuando al comunicador no le gusta el tema a enseñar o cuando siente aversión hacia los educandos.

- Desconocimiento de las condiciones de los educandos.
Es común causa de interferencia desconocer la extracción social del grupo, el grado de instrucción, su condición económica, las actitudes y los conocimientos que sobre el tema tengan los destinatarios.

- En el mensaje.

Las causas más frecuentes de interferencia y distorsión se deben a que no despierta el interés del público (el mensaje no responde a una necesidad de la audiencia), no es oportuno o los símbolos utilizados (lenguaje) no son comprendidos por los destinatarios.

- En el canal.

En el canal también se pueden encontrar factores que determinan problemas en la comunicación y es así como para muchas personas algunos medios de comunicación tienen poca credibilidad como la prensa (la credibilidad varía según el grado de instrucción, los factores culturales y las tendencias políticas, etc.).

También puede presentarse interferencia en las comunicaciones cuando el medio de comunicación falta en la comunidad como es la televisión en muchas regiones de

Colombia, la falta de circulación de la prensa en los medios rurales o la carencia de dinero para adquirir los medios de comunicación.

- En el destinatario.

En un alto porcentaje las causas de interferencia y distorsión se encuentran en quien recibe la comunicación por ejemplo la actitud negativa en relación al tema, al comunicador, al medio de comunicación utilizado, falta de atención e interés, deficiencias en los órganos de los sentidos, indisposición física y mental, etc., son los factores más frecuentes de los problemas de la comunicación que se encuentran en el destinatario.

7. LA COMUNICACION DE DOBLE VIA.

La comunicación para que sea completa, el destinatario debe dar una respuesta que le indique al comunicador en qué medida se recibió el mensaje y cómo se interpretó. Esta comunicación llamada de doble vía, le permite al comunicador producir nuevamente otros mensajes que buscarán corregir los problemas de interferencia y distorsión, que se hubiesen presentado inicialmente.

Se comprende que en la enseñanza la comunicación de doble vía es indispensable para que el educador evalúe el éxito de su actividad educativa. En este sentido se debe estimular a los educandos a participar activamente formulándoles preguntas y promoviendo la discusión y el debate.

8. PLANIFICACION DE LA COMUNICACION.

La comunicación como proceso organizado requiere de un cuidadoso análisis de sus elementos, de tal manera que sea garantía de cambio.

Los puntos a considerar en la planificación son los siguientes:

a) Identificar el problema.

En primer término debe investigarse cuál es el problema a resolverse, cuál es la realidad técnica y la situación social y cultural del grupo que permita estructurar los programas de comunicaciones.

b) Definir los objetivos.

De acuerdo con el problema que debe resolverse y la situación social y cultural de la comunidad, se definen los objetivos de la

actividad de comunicación que deben ser concretos y específicos, como por ejemplo:

- Que los agricultores tomen conciencia de los bajos rendimientos de sus cultivos de papa (menos de 12.000 kgs por hectárea) y de los problemas de plagas y enfermedades que los afecta.
 - Que los agricultores conozcan las variedades mejoradas de papa de altos rendimientos y resistentes a plagas y enfermedades.
 - Que los agricultores aprendan las distancias de siembra, la fertilización, el control de malezas y el control de plagas y enfermedades.
 - Que el 100% de los cultivadores de papa utilicen variedades mejoradas cuando termine el programa.
- c) Identificar y analizar los destinatarios de la comunicación.

Es un aspecto básico de la comunicación que se debe hacer concienzudamente y comprende la definición de la clientela de la comunicación, análisis del lenguaje, estudio de normas culturales, nivel económico, etc.

Es también importante analizar qué otro público aparte de la comunidad rural, deben incluirse en programas de comunicaciones que sirvan como grupos de apoyo en el desarrollo como serían concejales, maestros rurales y urbanos, líderes políticos, etc.

d) Determinación del mensaje.

Este se define en base al problema, a los objetivos y a las condiciones de los destinatarios.

En el mensaje deben utilizarse símbolos comunes a los destinatarios, debe ser concreto y acomodarse a la cultura y los valores del grupo.

e) Determinación del método de comunicación.

Una vez seleccionado el mensaje, se define el (los) método (s) para comunicar el mensaje, depende de la clase de tema, de las características de los educandos y de las condiciones del lugar.

En comunicación hay temas que exigen la utilización de varios métodos, como por ejemplo: Enseñar a controlar la "Escoba de Bruja" del cacao, exige hacer uso de la conferencia para

motivar, despertar el interés e informar sobre la importancia de los daños y sus síntomas y la demostración ~~de~~ práctica para enseñar el control de la enfermedad.

f) ✓ Selección y elaboración de ayudas audiovisuales.

Es importante hacer una acertada selección de la(s) ayuda(s) que debe utilizarse en la aplicación de los métodos de comunicación. Su elaboración deberá hacerse teniendo presente las normas técnicas que se recomiendan sobre el particular.

g) ✓ Estudio de la oportunidad del mensaje.

En el campo es importante estudiar el tiempo más efectivo de la comunicación en términos de interés, atención y aprendizaje.

Existen épocas en la actividad campesina que no permiten dedicar tiempo a otras actividades aparte de los quehaceres de la finca, como son las épocas de cosecha y siembra de cultivos.

Es también interesante analizar cuándo la comunidad está más motivada para recibir un mensaje, lo cual también está relacionado con las actividades agrícolas y pecuarias que se están desarrollando en un momento dado.

h) Análisis del lugar.

Deben estudiarse las condiciones donde se efectuarán las

actividades de comunicación especialmente cuando se utilizan los métodos de grupo como conferencias, días de campo, cursos, etc., esas condiciones a estudiar son: Capacidad, ventilación, iluminación, equipo e instalaciones para uso de ayudas audiovisuales como diapositivos, franelógrafo, retroproyector, tablero, etc.

En el campo en nuestro medio es por lo general la escuela rural o las fincas de los agricultores, que comúnmente no disponen de equipos para la ejecución de actividades de comunicación, donde se realizan las actividades educativas.

i) Evaluación.

Las comunicaciones deben evaluarse con regularidad para detectar científicamente los cambios en el comportamiento de las personas y la eficiencia de los métodos de comunicación aplicados.