

Si bien existen algunas divergencias entre los economistas, la mayoría de ellos está de acuerdo en que la productividad es la base sobre la que se construye el desarrollo económico. En este sentido, el sector más productivo es la industria. En efecto, la industria implica una serie de fenómenos que llevan al ahorro de fuerza de trabajo, a la especialización de funciones y a la división del trabajo, como también a la mecanización y a la automatización. La industrialización, por otra, requiere el ahorro y la inversión del capital y prohija el aumento del ingreso per cápita.

Sin embargo, un país no puede poner toda su inversión en la industria por más productiva que esta sea. Es más prudente desarrollar alternativamente la agricultura para que la economía sea sanamente balanceada. La infraestructura social y el mejor uso de los recursos humanos deben atenderse cuidadosamente durante el proceso de cambio para que la nueva situación no se quede sin piso.

Tomado en este sentido, el desarrollo implica una gran transformación de la sociedad que no puede efectuarse rápidamente, pues conlleva un cambio en la mentalidad de las gentes, en sus valores y actitudes, creencias y formas de pensar, además de ir acompañado de cambios estructurales que, entre otras cosas, implican cambios en las líneas de poder y autoridad.

En el caso concreto del desarrollo agrícola, el proceso es no solamente costoso, dado que requiere la adquisición de maquinaria, fertilizantes, abonos químicos, insecticidas y otras técnicas, sino que además es complejo y lento, pues significa el aprendizaje de nuevas formas de vida, nuevas formas de trabajo y el mejoramiento educativo de los recursos humanos. Así pues, el desarrollo significa fundamentalmente un cambio en la gente y exige que la estructura social abra compuertas a grupos nuevos o ya transformados. A su vez, tal proceso sobreentiende períodos de tiempo que pueden considerarse significativos para la vida de un país que desea desarrollarse. En tal momento del proceso de desarrollo entra a jugar un papel de gran importancia el uso de los medios masivos de comunicación ya que puede acortar el lapso de tiempo requerido para lograr el mejoramiento de los recursos humanos. Por otra parte, todas estas posibilidades deben ser cuidadosamente estudiadas y planeadas a escala nacional y regional para que produzcan efectos económicamente aceptables.

Entendida así, la comunicación juega un papel básico en el proceso de cambio social. El grado de contacto o de aislamiento de una comunidad de las fuentes de ideas nuevas, sean estas internas o externas, está altamente relacionado con la probabilidad de adopción de elementos culturales. La cantidad de la comunicación recibida, así como las fuentes y los canales usados por una comunidad, influyen visiblemente en la rapidez del proceso de adopción y son un obstáculo o un catalizador para los programas dirigidos de cambio social.

Diferentes canales de comunicación juegan papeles que varían en importancia y función en diversas eta-

pas del proceso de adopción. Sin embargo, parece que el modelo construido de acuerdo a países desarrollados no puede aplicarse a países en desarrollo sin antes sufrir modificaciones debidas a su funcionamiento en estructuras sociales diferentes. En efecto, Myren encontró que los medios masivos de comunicación tienen funciones muy diferentes en las etapas iniciales del proceso de adopción en los Estados Unidos y en Méjico¹. La conclusión parece ser básicamente correcta para la mayoría de los países Latinoamericanos. No obstante, sería erróneo concluir que tales medios de comunicación deben menospreciarse en planes de desarrollo de áreas rurales que no han recibido su pleno beneficio. En efecto, los medios masivos de comunicación y los contactos con personas de extra-grupo pueden ser muy útiles como catalizadores del cambio social².

Este capítulo trata tres aspectos del proceso de comunicación entre los campesinos: 1) el volumen de comunicación de la comunidad con el mundo exterior; 2) los canales por los cuales la comunicación llega a los campesinos, y 3) el papel que juegan los medios masivos de comunicación en Candelaria.

¹ Delbert T. Myren. *The Rural Communication Media as Determinant of the Diffusion of Innovations About Improved Farm Practices in Mexico*, trabajo presentado a la Reunión anual de la Rural Sociological Society, Washington, D. C., agosto, 1962.

P. J. Deutschman y O. Fals Borda, *Communication and Adoption Patterns in an Andean Village* (San Juan de Costa Rica: Programa Interamericano de Información Popular y Facultad de Sociología, Universidad Nacional de Colombia, 1962).

² Orlando Fals Borda, *Facts and Theory of Socio-Cultural Change in a Rural Social System*, Monografías sociológicas, N° 2, Fac. de Sociología, Universidad Nacional, Bogotá, 1959. También *Acción Comunal en una vereda Colombiana*, Monografías sociológicas, N° 4, Facultad de Sociología, Universidad Nacional, Bogotá, 1960.

A) *El volumen de comunicación con el mundo exterior*

El estudio del volumen de comunicación incluye el análisis de algunas fuentes de contacto empleadas, que pueden inducir mensajes y promover el cambio social en la comunidad. Es el caso de los medios masivos de comunicación (radio, prensa, cine), los mercados, los médicos y las agencias de extensión. Para fines de análisis, el grado de exposición a mensajes venidos de fuera de la comunidad se ha dividido en dos categorías: Exposición baja (o a 5 contactos) y exposición alta (6 a 13)³.

Cuarenta y uno de los campesinos se clasificaron como sometidos a una alta exposición de comunicación extracomunitaria y 58 quedaron en el grupo de baja exposición, de acuerdo con el índice.

Si se efectúa una tabulación cruzada de la intensidad de la exposición con la raza y la distancia de migración, se observa que los blancos tienen un más alto índice de exposición que los negros⁴. Además, los individuos que han migrado largas distancias tienden hacia índices bajos, en contraposición con los migrantes de lugares más cercanos.

El último hecho se debe en parte a que los que han migrado largas distancias se han integrado menos al mundo exterior a su comunidad, a consecuencia del desconocimiento de su estructura y su funcionamiento. En efecto, este grupo tiende a poseer pequeñas fincas con una agricultura de subsistencia o no posee tierra, hecho que limita sus oportunidades de contacto y adaptación

³ El índice es de tipo sencillo, es decir que los artículos no fueron ponderados diferencialmente sino que a cada uno se le dio igual valor.

⁴ X²: p. <.02.

a instituciones tales como el mercado y las agencias de extensión o agremiación agrícola. Esto sugiere la existencia de situaciones estructurales que inhiben la participación de algunos grupos en campañas de extensión que están dirigidas a desarrollar económicamente la comunidad y habla de un factor limitante de la efectividad de tales campañas mientras la situación estructural permanezca igual.

Por otra parte, el grado de contacto con el mundo exterior muestra una estrecha relación con el tamaño de la finca. O sea que entre más extensa es la finca, mayor

CUADRO XXIII

Grado de exposición a comunicaciones venidas de fuera de la comunidad discriminado por raza, distancia de migración y tamaño de la propiedad. Cabuyal, 1962.

<i>Raza, distancia de migración y tamaño de la finca</i>	<i>Grado de exposición</i>		
	<i>Bajo</i>	<i>Alto</i>	<i>Totales</i>
Raza*			
Blanca	12	18	30
Negra	46	23	69
Distancia de migración			
Corta	18	15	33
Larga	40	26	66
Tamaño de la finca **			
Sin tierra	25	9	34
Pequeña	31	22	53
Grande	2	10	12
Totales	58	41	99

* Significativo al nivel de 2 por ciento.

** Significativo al nivel de 1 por mil.

es el grado de comunicación hacia afuera de la comunidad⁵.

B) *Tipos de canales de comunicación*

El hecho de la comunicación ha sido clasificado en cuatro grupos que corresponden a cuatro canales⁶. Una de las metas que se persiguen con esta clasificación es la de mirar al hecho de la comunicación (el complejo de dar y recibir información acerca de una innovación) desde el punto de vista del que recibe la información⁷.

1) Comunicación egocéntrica. Se refiere a cualquier hecho que porta información acerca de una innovación y que es observado directamente por el receptor.

2) Comunicación intracomunitaria. Se refiere a cualquier hecho en el cual la fuente de comunicación es una persona de la propia comunidad.

3) Comunicación extracomunitaria. Incluye cualquier hecho en el cual la fuente es una persona de fuera de la propia comunidad.

4) Comunicación impersonal. Se refiere a mensajes que ordinariamente envuelven alguna interposición entre la fuente y el receptor, de tal magnitud que el receptor pierde —o nunca desarrolla— la idea de que existe una persona que es la fuente del mensaje⁸.

⁵ X^2 : p. < .001.

⁶ Deutschman y Fals Borda, *op. cit.*, p. 34.

⁷ *Idem*, p. 33.

⁸ Las definiciones de los canales han sido tomadas de Deutschman y Fals Borda, *op. cit.*, pp. 34-36.

Por otra parte, el cosmopolitismo o grado en que la orientación de un individuo es externa a su propio sistema social será utilizado como marco teórico para una clasificación y análisis posterior de las fuentes de información en un continuo cosmopolita-local, en que los hechos de comunicación egocéntricos e intracomunales se denominan locales y los extracomunales e impersonales, cosmopolitas⁹.

Esta clasificación ayudará a esclarecer si la tendencia de los campesinos de Cabuyal y áreas culturales

CUADRO XXIV

Canales de comunicación usados por los jefes de familia para obtener el primer conocimiento acerca de prácticas agrícolas. Cabuyal, 1962.

Raza, tamaño de la finca y distancia de migración	Canales				Totales
	Egocéntrico	Intrac.	Extrac.	Impersonal	
Raza **					
Blanca	19	15	19	23	76
Negra	49	32	17	31	129
Tamaño de la finca **					
Sin tierra	30	15	11	14	70
Pequeña	34	28	11	24	97
Grande	4	4	14	16	38
Distancia de migración					
Corta	25	21	7	23	76
Larga	43	26	29	31	129
Totales	68	47	36	54	205

** Significativo al nivel de 1 por mil.

⁹ Rogers, *op. cit.*, p. 102. También, E. A. Wilkening, *Use and Role of Information Sources among Dairy Farmers of Northern Victoria*, trabajo presentado a la reunión anual de la Rural Sociological Society, University Park, Pa., 1960.

similares es buscar fuentes de información dentro o fuera de la comunidad como canales para el conocimiento de prácticas nuevas en agricultura.

En general, la comunidad está más orientada hacia la comunicación de tipo local (53%) que cosmopolita (47%). Sin embargo, la diferencia es mínima debido a la influencia de los dos centros urbanos cercanos a Candelaria. Por otra parte, si se compara con otras comunidades rurales colombianas, parece ser bastante cosmopolita¹⁰.

Los blancos están más orientados hacia la comunicación cosmopolita que los negros¹¹. Los grandes terratenientes son más cosmopolitas que los pequeños propietarios y que los campesinos sin tierra; es decir, entre mayor es el tamaño de la finca, más orientado hacia afuera de su comunidad es el agricultor¹².

La distancia de migración no muestra una marcada influencia en la orientación del hecho comunicativo hacia lo cosmopolita o lo local.

Los diferentes canales son usados para la primera información de prácticas agrícolas nuevas, en los si-

¹⁰ Everett Rogers y Johanes Van Es, *Opinion Leadership in Traditional and Modern Colombian Peasant Communities* (East Lansing: Department of Communication, Michigan State University, 1964), pp. 30-35. Deutschman y Fals Borda, *op. cit.* Sección de Investigación, *Factores sociales que influyen en el desarrollo económico de la hoya del río Subachoque*, Facultad de Sociología, Universidad Nacional, Bogotá, 1963. Ezequiel Roa, *La adopción de prácticas agrícolas en Contadero, Nariño*, Tesis de grado, Facultad de Sociología, Universidad Nal. Bogotá 1966 —no publicada—.

¹¹ X^2 : p. < .001

¹² X^2 : p. < .001

güentes porcentajes: egocéntrico, 33; impersonal, 26; intracomunal, 25; y extracomunal, 18.

Así pues, aunque los medios masivos de comunicación no juegan el rol más importante como canales para la difusión de ideas nuevas, sí lo hacen en mayor porcentaje que el intercomunal, que frecuentemente es el más socorrido en países que no han desarrollado una red que sature de comunicación a la población. Aunque Candelaria no puede considerarse como básicamente típica de las áreas rurales colombianas, sí lo es de una parte de ellas. Además, este fenómeno sugiere nuevamente que los caminos del cambio social y el desarrollo económico son maleables y se adaptan a las situaciones de cada estructura y no son verdades absolutas aplicables a todas las circunstancias.

C) *Los medios masivos de comunicación*

El papel que juegan los medios masivos de comunicación en el proceso de adopción ha sido reformado en las últimas décadas por investigaciones efectuadas en países en vía de desarrollo. Los medios masivos de comunicación han sido tradicionalmente considerados como el método más efectivo para la difusión de ideas nuevas durante las primeras etapas del proceso de adopción; sin embargo, "esta es una hipótesis que surge de una sociedad saturada de comunicación y altamente industrializada y alfabetizada. En sociedades donde la comunicación está menos popularizada, y particularmente donde la capacidad de leer y escribir no cobija a un alto porcentaje de la población, tal hipótesis debe ser modificada"¹³. Amigos, vecinos y familiares toman ge-

¹³ Myren, *op. cit.*

neralmente el papel de los medios masivos de comunicación en los países subdesarrollados.

Entre los medios masivos de comunicación, el canal más usado en el Cabuyal es la radio, que es escuchada por el 40.6% de los campesinos; el segundo lugar es ocupado por la prensa escrita con un 35.9%, el cine está en tercer lugar con 14.1% y las cartas recibidas en cuarto con el 9.4%.

Los blancos hacen uso de los medios masivos de comunicación en mayor proporción que los negros; los grandes propietarios los utilizan en mayor grado que los pequeños propietarios y que los campesinos sin tierra. Sin embargo, estos últimos escuchan la radio y van

CUADRO XXV

Número de campesinos que tienen contactos con diferentes tipos de medios masivos de acuerdo con la raza, distancia de migración y el tamaño de la finca, Cabuyal, 1962.

<i>Raza, tamaño de la finca y distancia de migración</i>	<i>(n)</i>	<i>Número de campesinos según contacto con diversos tipos de medios masivos:</i>				
		<i>Radio</i>	<i>Periódicos</i>	<i>Cine</i>	<i>Cartas*</i>	<i>Totales</i>
<i>Raza</i>						
Blancos	30	24	20	10	9	63
Negros	69	45	41	14	7	107
<i>Tamaño de la finca</i>						
Sin tierra ..	34	25	16	8	4	53
Pequeña ..	52	33	34	10	8	85
Grande	12	11	11	6	4	32
<i>Distancia de migración</i>						
Corta	33	25	20	8	4	57
Larga	66	44	41	16	12	113
Totales	99	69	61	24	16	170

* Aunque las cartas recibidas no se consideran como medios masivos, se incluyen por su importancia para el estudio del tipo de canales, específicamente el extracomunal.

al cine más frecuentemente que los pequeños propietarios, debido a que viven en el pueblo y por lo tanto disfrutan de mayores facilidades.

Por otra parte, un mayor porcentaje de pequeños propietarios que de campesinos sin tierra lee periódicos.

Adicionalmente, los que han migrado cortas distancias tienden a escuchar más radio que los que han migrado largas distancias. Así pues, existe una diferencia en la proporción en que diferentes tipos de medios masivos de comunicación llegan a los campesinos según las características que se presentan. Este fenómeno puede también apreciarse en el cuadro XXV.

CUADRO XXVI

*Número de jefes de familia de acuerdo a grados de exposición a los medios masivos de comunicación según la raza, la distancia de migración, y el tamaño de la propiedad.
Cabuyal, 1962*

<i>Raza, distancia de migración y tamaño de la propiedad</i>	<i>Jefes de familia según el grado de exposición:</i>		
	<i>Alto</i>	<i>Bajo</i>	<i>Totales</i>
Raza *			
Blancos	8	22	30
Negros	38	31	69
Distancia de migración			
Corta	15	18	33
Larga	31	35	66
Tamaño de la finca **			
Sin tierra	19	15	34
Pequeña	26	27	53
Grande	1	11	12
Totales	46	53	99

* Significativo al nivel de 1 por ciento.

** Significativo al nivel de 2 por ciento.

El análisis de la influencia de la exposición de los agricultores a medios masivos de comunicación se hace clasificándolos en la forma siguiente: baja exposición, los que han sufrido solamente una o ninguna exposición de algún tipo de medio masivo, y alta exposición, los que han sido afectados por dos o más tipos de medios masivos.

De acuerdo con esta clasificación los blancos muestran un más alto índice de exposición a los medios masivos que los negros¹⁴. Existe una relación directa entre el tamaño de la explotación y el grado de exposición a medios masivos; o sea, entre más grande sea la finca, mayor es la exposición de sus explotadores a tales medios de comunicación¹⁵.

El uso de los medios masivos de comunicación no es efectivo por sí mismo sino que como todo programa de cambio social requiere un conocimiento adecuado acerca de la situación real de los grupos a que se va a aplicar y una planeación de acuerdo a las circunstancias encontradas. Es necesario conocer a qué estrato de la comunidad llega con más frecuencia su influencia, a qué grupos van dirigidos los mensajes, qué tipo de mensajes se envían, con qué frecuencia, por qué tipo de canales, quién envía los mensajes y otras características que dependen del programa específico que se desea implementar. La planeación de programas de cambio en que se van a emplear medios masivos de comunicación requiere como paso inicial el conocimiento de los grupos humanos que reciben los mensajes y de los tipos de medios más efectivos para los diferentes grupos dentro de un sistema social.

¹⁴ X^2 : p. < .01.

¹⁵ X^2 : p. < .02.

Se analizan aquí en forma somera los estratos sociales que son afectados por los medios masivos de comunicación, especificando los tipos de medios que influyen en mayor grado a cada estrato. Además, se presentan algunas características sociales de los estratos estudiados.

Las diferencias de tipo general entre los subgrupos son: los blancos presentan un mayor grado de exposición a los medios masivos que los negros, y los grandes propietarios un grado mayor que los pequeños.

Por otra parte, el índice general de comunicación con el mundo extracomunal se relaciona también con el tamaño de la finca, la raza y la distancia de migración. Además, los blancos, los grandes propietarios y los que han migrado largas distancias son más cosmopolitas, es decir, más orientados hacia un sistema social externo que los negros, los pequeños propietarios y los migrantes de cortas distancias.

Tal combinación de características grupales afecta al proceso de adopción de prácticas agrícolas como se verá posteriormente. El uso predominante de canales egocéntricos de comunicación se explica por la influencia de las grandes haciendas técnicamente mecanizadas y de los ingenios azucareros donde los campesinos observan el uso de algunas técnicas que pueden adaptarse a sus explotaciones. Este fenómeno puede ser atribuido al efecto de la demostración y sugiere que tal técnica de difusión puede ser empleada fructíferamente en programas de cambio social dirigido en la región.

Es interesante anotar que si se comparan los intentos que se han hecho en Colombia para explicar el fenómeno de la adopción de prácticas agrícolas, el papel que juegan los medios masivos de comunicación varía notablemente en importancia de una región a otra. Tal

