

SERIE BIBLIOGRAFIAS N.º 5

**OBRAS BASICAS
EN COMUNICACION
PARA
EL DESARROLLO**



IICA



IICA

Bibliografía Nº 5

Octubre, 1965

OBRAS BASICAS EN COMUNICACION PARA EL DESARROLLO

**Bibliografía Anotada
Compilada por
Juan Díaz Bordenave, Jefe,
Servicio Interamericano de Comunicación**

**BIBLIOTECA CONMEMORATIVA ORTON
Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas de la OEA
Turrialba, Costa Rica**

00007955

003820

OBRAS BASICAS EN COMUNICACION PARA EL DESARROLLO

INDICE DE CONTENIDO

	página
I <u>El Proceso de la Comunicación</u>	
1. The process of communication - por David K. Berlo	1
2. Proceso y efectos de la comunicación colectiva - por Wilbur Schramm	9
3. Mass communication, a sociological perspective - por Charles R. Wright	14
4. Dimensions in communication - por James H. Campbell y Hal W. Hepler	17
5. Nonverbal communication - por Jurgen Ruesch y Weldon Kees	21
6. The effects of mass communication - por Joseph Klapper	23
7. Símbolos, señales y ruidos - por J. R. Pierce	29
8. Graphic communication and the crisis in education - por Neal Miller y otros	32
9. Introducción a la investigación en comunicación colectiva - Ralph Nafziger y David Manning White, (editores)	35
10. Conducción y acción dinámica de grupo - por George M. Beal, Joe M. Bohlen y J. Neil Raudabaugh	39
11. La comunicación en el desarrollo económico - Informe del Seminario sobre el Papel de la Comunicación en el Desarrollo Económico, Santiago de Chile, octubre, 1964	41
12. Informe del Primer Symposium Interamericano de Investigación de las Funciones de la Divulgación en el Desarrollo Agrícola, México, 1964.	46
II <u>Influencia de la personalidad</u>	
1. Theory and problems of social psychology - por David Krech y Richard S. Crutchfield	50
2. The achieving society - por David C. McClelland	53
3. Human behavior: scientific findings - Bernard Berelson y Gary A. Steiner	56
4. Persuasion - por Herbert I. Abelson	59
5. Communication and persuasion - por Carl I. Hovland, Irwin L. Janis y Harold H. Kelley	61

III Influencia de los factores sociales

	página
1. Aspectos sociales del desarrollo económico en América Latina; volumen I, E. de Vries y José Medina Echavarría (editores)	64
2. Aspectos sociales del desarrollo económico en América Latina, volumen II, por José Medina Echavarría y Benjamín Higgins	67
3. Los procesos sociales en el desarrollo económico - por Norberto Ras	71
4. Sociología y desarrollo rural - por Antonio M. Arce	73
5. Sociología rural para los programas de acción - por Olen Leonard y Roy Clifford	74
6. Sociología. Introducción a su uso en programas agrícolas rurales - por Manuel Alers-Montalvo	76
7. Estructuras agrarias en la América Latina - por Fernando Suárez de Castro	78
8. Desarrollo social y reforma agraria - por A.M. Arce.	81

IV Cambio cultural y social

1. The passing of the traditional society - por Daniel Lerner	82
2. On the theory of social change - por Everett E. Hagen	85
3. Problemas humanos en cambios tecnológicos - Edward M. Spicer (editor)	90
4. Cultural patterns and technical change - por Margaret Mead	93
5. Introducing social change - por Conrad A. Arensberg y Arthur H. Niehoff	95
6. Man takes control - por Charles J. Erasmus	100
7. Las culturas tradicionales y los cambios técnicos - por G. M. Foster	104
8. Adoption of new ideas and practices - por Herbert Lionberger	106
9. Diffusion of innovations - por Everett M. Rogers	108

V Desarrollo económico

1. Desarrollo económico - por Charles P. Kindleberger	110
2. La teoría del desarrollo económico - por Arthur Lewis	112
3. Introducao ao planejamento democratico - por John Friedman	115
4. El planeamiento del desarrollo - por Jan Tinberger	119
5. Mass media and national development - The role of information in the developing countries, por Wilbur Schramm.	122

P R E F A C I O

Esta es una bibliografía "sui generis".

En primer término, sólo contiene libros y no artículos, boletines o informes de investigación.

En segundo término, cada libro lleva una anotación mucho más extensa de lo que se acostumbra en las bibliografías corrientes.

En tercer término, sólo una pequeña porción de los libros tratan de Comunicación en sí, contrariamente a lo que el título de la bibliografía pareciera prometer. En cambio, el lector hallará en ella libros de sociología, psicología social, antropología, economía y planeamiento económico.

En cuarto término, no se incluyen todos los libros relacionados con la Comunicación para el Desarrollo, sino solamente 38 obras. Se trata, pues, de una bibliografía altamente selectiva.

Finalmente, el lector que interpreta el título de "Obras Básicas" como indicando "libros elementales", se encontrará con la sorpresa de ver describir libros de una complejidad inusitada.

Se trata, sin duda, de una bibliografía "sui generis".

La explicación de sus peculiaridades la brinda, simplemente, el propósito de este trabajo, propósito que a su vez se basa en un concepto particular de la Comunicación, que prevalece en el Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas de la OEA.

Dicho concepto es el siguiente:

La comunicación de ideas es un proceso social, que, por definición, está relacionado con la producción de cambios -- cambios en las mentes y en las vidas de las personas y por ende de la sociedad. Al ser un proceso que afecta la vida de las personas, la comunicación tiene mucho que ver con aspectos de la cultura, de la sociedad, de la economía.

No es posible comprender bien el proceso de la comunicación sin comprender cómo influyen sobre él las fuerzas de la personalidad humana, la estructura social, los rasgos culturales, la actividad económica. En otras palabras, la comprensión cabal de la comunicación exige un enfoque interdisciplinario.

Por otra parte, la Comunicación la vemos en el IICA como un instrumento poderoso al servicio del desarrollo. Creemos que cuánto más clara sea para los dirigentes del desarrollo nacional, la imagen de la comunicación como instrumento del desarrollo, más la utilizarán en sus programas. Por su parte, cuánto mejor los comunicadores profesionales conozcan la dinámica del desarrollo económico, mayor y más eficaz será su colaboración en la gestión del mismo.

De modo que el propósito de esta bibliografía es bien lógico:

1. presentar a los dirigentes del desarrollo un conjunto de obras que les muestre cómo puede la comunicación ayudarles a ser más eficaces, y
2. presentar a los comunicadores un conjunto de obras que amplíen su horizonte y completen su bagaje intelectual, elevando su contribución potencial.

Ahora bien, para que dirigentes y comunicadores se sintieran atraídos a la lectura de estas obras, no era suficiente mencionar sus títulos y el nombre de sus autores. Era necesario comentar un poco más extensamente el contenido de cada libro, los principales conceptos de que trata y algunas de sus conclusiones más importantes. Dice el refrán que "el hambre viene comiendo". Con todo optimismo esperamos que muchos de los que lean esta bibliografía se sentirán estimulados a conseguir y leer los libros completos.

El criterio que se usó para seleccionar el contenido fué bastante sencillo:

Primero se seleccionaron ciertas dimensiones, o procesos, que se consideran muy relacionados con la Comunicación para el Desarrollo. Se confeccionó así la siguiente lista:

1. El proceso de la comunicación
2. Influencia de la personalidad
3. Influencia de los factores sociales
4. Cambio cultural y social
5. Desarrollo económico

Como se ve, el énfasis está en las fuerzas o aspectos dinámicos del complejo fenómeno del desarrollo socioeconómico, dentro del cual la Comunicación es uno de los vectores.

Es evidente la ausencia de Técnicas de la Comunicación en esta lista. Esta omisión fué deliberada, para concentrar la atención en las variables múltiples que el agente de cambio debe conocer primero para resolver qué técnica usar frente a cada problema. La técnica debe estar subordinada al conocimiento completo del problema. Esta bibliografía no es sino una contribución más para el conocimiento completo del problema.

Una vez seleccionadas las áreas claves, se escogieron ciertas obras en cada área. El criterio fue sencillo: la mayor calidad y la mayor claridad posibles.

Se rehusó la inclusión de obras demasiado elementales o demasiado técnicas. A veces se incluyeron obras de gran originalidad creativa aún cuando su lectura pueda no resultar muy fácil para todos los lectores.

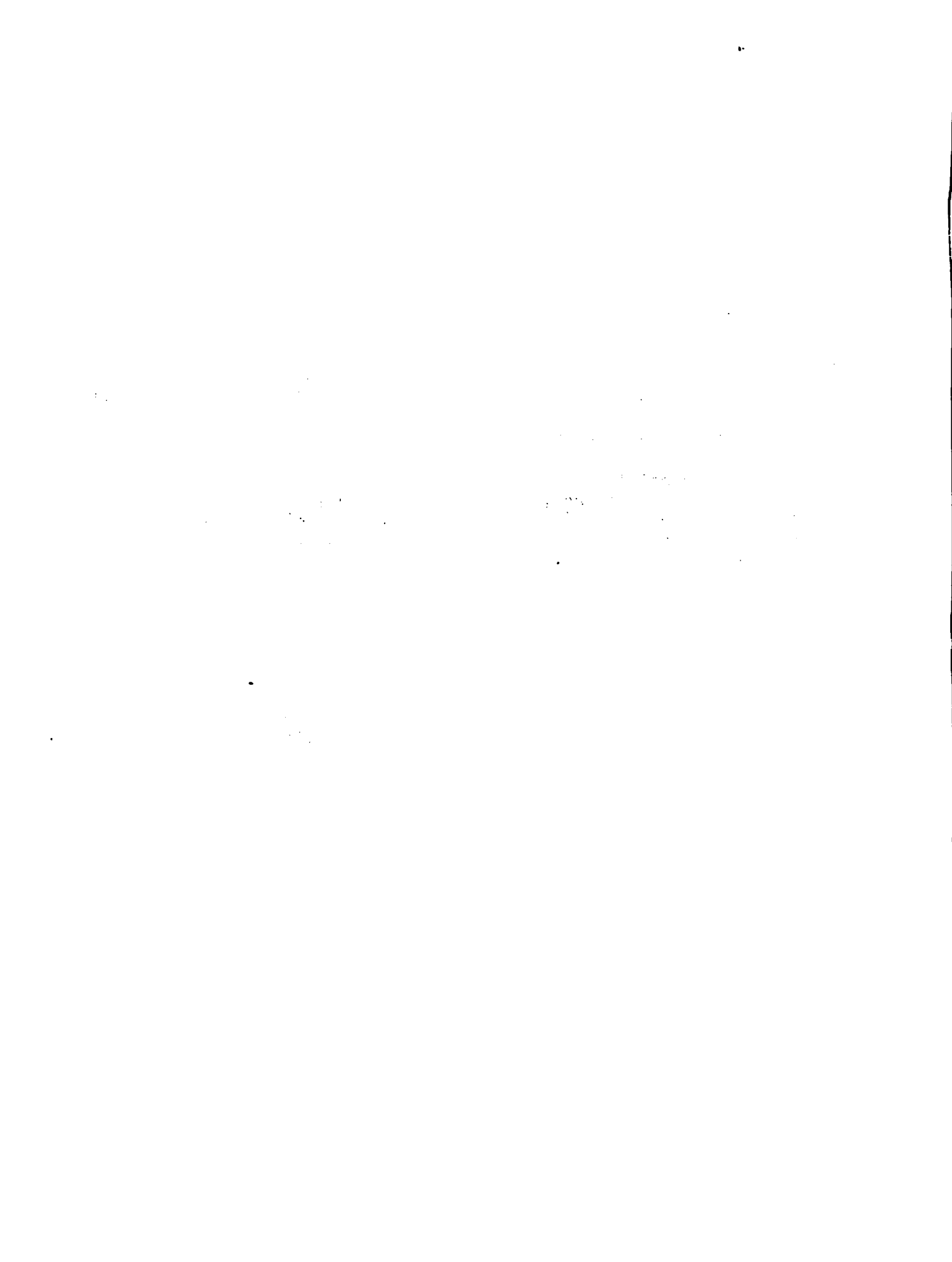
Así incluimos los libros de Hagen, de Boulding, de MacClelland. Junto a ellos van libros de eficacia ya comprobada como los de Spicer, Berlo, Tinberger, Krech y Crutchfield.

Aunque se hizo un esfuerzo por incluir obras de autores latinoamericanos, es de lamentar que su número no haya podido ser mayor. Quizás esa deficiencia sea un argumento en favor de la necesidad de una bibliografía como la presente. De todos, modos, esperamos que una futura edición de la misma pueda contener un número mucho mayor de obras básicas surgidas de estudios y trabajos sobre Comunicación para el Desarrollo hechos en América Latina.

Esta bibliografía es un experimento. Es un esfuerzo por aplicar el enfoque interdisciplinario a uno de los factores dinámicos del desarrollo: la Comunicación. Uno se pregunta: Será útil una bibliografía así, que sacrifica profundizar en una sola disciplina en aras de ofrecer una visión de conjunto? Los lectores de este experimento lo dirán.

Agradezco muy cordialmente a los que contribuyeron a hacer posible esta Bibliografía: Antonio Arce, Luis Ramiro Beltrán, Carlos Cordero, Rodrigo Peña, Fernando Suárez de Castro y Enrique Sánchez Narvaez. Mil gracias también a la Biblioteca del Centro de Enseñanza e Investigación, de Turrialba, por su apoyo.

Juan Díaz Bordenave
Jefe
Servicio Interamericano de Comunicación



THE PROCESS OF COMMUNICATION *

por

David K. Berlo

Resumen por Rodrigo Peña Andrade

Un libro interesante, que provee una original descripción de la teoría moderna de la comunicación, que puede ser usado como fundamento tanto para estudios más profundos, como para la práctica de la comunicación en cualquier campo - periodismo, publicidad, radio y televisión, negocios y relaciones públicas.

El autor toma material de las ciencias de la conducta humana, de la Lingüística, la Semántica y la Filosofía del lenguaje. Analiza los factores involucrados en la comprensión, la predicción y la influencia del comportamiento humano, a través de la comunicación.

Es un libro que debe analizarse en por lo menos dos ocasiones: (1) cuando se inicia en el conocimiento de la comunicación, y (2) cuando se profundiza en su conocimiento. Esta sugerencia se basa en la apreciación de que es una obra - paradójicamente sencilla y profunda, según el interés del lector.

El libro consta de 11 capítulos y una lista de obras de consulta.

En los tres primeros capítulos, el autor presenta los fundamentos del proceso de la comunicación. En el capítulo 4, al tratar sobre la comunicación en el contexto personal, discute la similitud entre los procesos de comunicación y aprendizaje. Continúa en los capítulos 5 y 6 con la comunicación interpersonal, con teorías sobre la interacción y la relación e interdependencia entre comunicación y sistemas sociales.

Desde el capítulo 7, enfoca los varios aspectos del mensaje, como ingrediente de la comunicación. Inicia con el análisis del concepto de significado, sus dimensiones y su importancia dentro de la comunicación. Profundizando más, el autor presenta en los tres últimos capítulos discusiones sobre la estructura de la percepción, la aplicación del rigor estructural como introducción a la metodología científica, y el papel de las definiciones como intento para especificar significados. Todo esto, relacionado con un análisis del rol del lenguaje en el comportamiento humano.

A continuación se amplía el resumen de este libro:

El proceso de la comunicación

Siempre comunicamos con el propósito de influir en los demás, de afectar

*Publicado por: Holt, Rinehart and Winston, Inc. New York, 1960.

con intención. Este propósito debe analizarse más desde el punto de vista del emisor y del receptor del mensaje, y no como una propiedad del mensaje en sí. Para fines de clasificación, el propósito puede ser localizado en algún punto a lo largo de una línea continua (continuum), en cuyos extremos están el propósito consumatorio y el propósito instrumental.

El autor, enfatiza que la base para el concepto de proceso es que la estructura de la realidad física no es descubierta por el hombre, sino que es creada por él. Por ello, el uso del lenguaje (que también es un proceso) para definir un proceso, presenta ciertas limitaciones.

Los diversos modelos del proceso de comunicación tienen mucha similitud entre sí. Difieren en terminología, en la adición o eliminación de uno o dos elementos y, principalmente, en el punto de vista de las disciplinas de las cuales emergieron.

Para estudiar este proceso, Berlo señala los siguientes seis ingredientes del modelo del Proceso de la Comunicación: (1) La Fuente; (2) el Cifrador, (3) el Mensaje, (4) el Canal o Medio, (5) el Descifrador y (6) el Receptor. En la comunicación colectiva, estos ingredientes pueden ser individuos o grupos de individuos, por separado. En la comunicación interpersonal fuente y cifrador son una unidad, al igual que descifrador y receptor.

Determinados factores en cada una de estas partes del proceso determinan el efecto de la comunicación. Dentro de la fuente, hay por lo menos 4 clases de factores: (1) habilidades de comunicación; (2) las actitudes hacia sí misma, hacia el tema que trata y hacia el receptor; (3) nivel de conocimiento del tema y de los receptores, y (4) la posición dentro de los sistemas sociales y culturales.

Estos mismos factores son determinantes de la respuesta del receptor. Dentro del proceso, es el receptor el ingrediente más importante, pues es él el objeto y el sujeto de la comunicación.

Mensaje es el producto físico de la fuente-cifradora. Por lo menos tres elementos hay que considerar en el mensaje: (1) el contenido: ideas; (2) el código y (3) el tratamiento: la selección y organización tanto del contenido como del código.

El uso y abuso de la palabra medio o canal permite conceptuarla como: mecanismo de acoplamiento, vehículo transportador de mensajes o elemento portador del vehículo. Para propósitos de comunicación, según el autor, es más apropiado analizar los medios como mecanismos de acoplamiento, es decir, por su efecto en los sentidos humanos.

Comunicación y aprendizaje

Los procesos de comunicación y de aprendizaje son similares para Berlo, basándose en que ambos procesos: (1) tienen el propósito de influir en el comportamiento humano, y (2) tienen ingredientes similares. Aprendizaje se define como el cambio de la relación estable entre el estímulo y la respuesta.

Comunicamos para que nuestros receptores respondan en diferente manera a estímulos conocidos o para que respondan en maneras conocidas a nuevos estímulos. El aprendizaje sucede cuando el organismo percibe el estímulo, el cual, al ser interpretado, ocasiona una respuesta (visible o secreta), cuyas consecuencias sirven para siguientes percepciones, interpretaciones y respuestas al mismo o a diferente estímulo.

No ocurre aprendizaje a menos que la respuesta llegue a ser habitual, a menos que se repita cada vez que esté presente el estímulo. Por lo tanto, el hábito es un determinante del aprendizaje (siendo la recompensa -considerada desde el punto de vista del receptor del mensaje- el determinante del desarrollo del hábito).

El comunicador, al crear el mensaje, debe considerar los siguientes determinantes del fortalecimiento del hábito:

1. La frecuencia de presentación del estímulo (mensaje)
2. La competencia de un estímulo y respuesta determinados con otros mensajes y respuestas disponibles.
3. La intensidad de recompensa percibida por el receptor como consecuencia de su respuesta.
4. El lapso entre respuesta y recompensa.
5. La cantidad de esfuerzo que el receptor percibe como necesaria para dar la respuesta deseada.

Al analizar características de fuente y receptor, Berlo señala que en cualquier situación de comunicación, estos dos elementos son interdependientes (son recíproca y mutuamente dependientes). Esta interdependencia varía de situación a situación, pudiendo clasificarse en cuatro niveles:

1. Interdependencia física: no es posible definir fuente sin definir receptor, y viceversa. No existe receptor si no existe fuente, y viceversa.
2. Interdependencia de acción-reacción: la observación de la respuesta que da el receptor al mensaje de la fuente, influye en ésta para la creación (o no creación) de futuros mensajes. De esto se desprende la importancia de la comunicación retornada.
3. Interdependencia de expectativas: fuente y receptor hacen predicciones recíprocas del comportamiento y el "retrato en la mente" del otro.
4. Interacción: si dos individuos infieren sus propios roles y toman el rol del otro al mismo tiempo, y si su comportamiento de comunicación depende de esta reciprocidad de roles, están comunicándose por interacción entre sí. Interacción es considerada como el objetivo de la comunicación humana.

En esta discusión de los niveles de interdependencia, el autor introduce el concepto de "empatía": "la habilidad de proyectarnos en la personalidad de los demás", y analizó las dos teorías populares de empatía: de inferencia y de apropiación de roles.

1911

1912

1913

1914

1915

Cuando ocurren estas inconsistencias, causan dos clases de dificultades en la comunicación: (1) disminuye la precisión en nuestras predicciones, y (2) disminuye la habilidad del individuo en dar respuestas consistentes a través del tiempo.

Significado y comunicación

Al tratar sobre el concepto de significado, el autor inicia la discusión con las hipótesis de Thorndike sobre el origen del lenguaje. Concluye que las mejores suposiciones de los orígenes del lenguaje se basan en que:

1. El lenguaje consiste de un grupo de símbolos significativos (vocabulario) y de métodos significativos de su combinación (síntaxis)
2. Los símbolos de un lenguaje fueron escogidos al azar; no fueron fijados ni son una dádiva divina.
3. El hombre construye su propio lenguaje bajo los mismos principios de interpretación, respuesta y recompensa que gobiernan todo aprendizaje.
4. El hombre crea gradualmente el lenguaje para expresar significados a sí mismo y a los demás; para conseguir que los demás tengan sus propios significados y para dar respuestas que aumenten su habilidad para influir en los demás.

Aquí el autor resalta la teoría de que las palabras de por sí no tienen significado, sino que los significados están en las personas que usan esas palabras. Señala que los elementos y la estructura del lenguaje no tienen un significado propio; que son únicamente símbolos o grupos de símbolos, índices que nos permiten poner nuestros significados en juego, pensar en ellos y reorganizarlos.

En conclusión, establece la teoría de que la comunicación no consiste en la transmisión de significados -puesto que éstos no son transmisibles o transferibles- sino en la transmisión de mensajes, y que el significado no está en el mensaje sino en los usuarios de ese mensaje.

Puesto que el individuo aprende significados en la misma forma como aprende el lenguaje, el autor concluye en que el significado que tiene una persona de las cosas, consiste en la forma en que responde a ellas internamente, y en las predisposiciones que tiene para responder a ellas externamente.

Esta definición de significado comprende varios corolarios:

1. Los significados están en las personas.
2. Los significados resultan de: (A) factores en el individuo, relacionados con (B) factores en el mundo físico que lo rodea.
3. Las personas pueden tener significados similares únicamente en la medida en que tienen experiencias similares, o que pueden anticipar experiencias similares.

4. Los significados no son fijos. Cambian como cambian las experiencias.
5. No es posible que dos personas puedan tener exactamente el mismo significado para algo. A menudo, dos personas no tienen ni siquiera significados similares.
6. La gente responde siempre a un estímulo a la luz de sus propias experiencias.
7. Para crear significados en la gente o para cambiar los existentes por medio de un estímulo, hay que acoplar este estímulo con algún otro para el cual la gente tiene ya significado.
8. En el aprendizaje de significados, la gente obra en base a los principios de: (A) menor esfuerzo, (B) no interferencia y (C) capacidad discriminativa.

Dimensiones del significado

Los significados pueden clasificarse en las siguientes dimensiones:

1. Significado denotativo: la relación entre un signo y un objeto. La asignación de nombres a las cosas.
2. Significado estructural: la relación entre un signo y otro, no tiene que ver con el mundo físico, sino con la realidad formal, creada por cada individuo.
3. Significado contextual: derivado del contexto o lugar relativo dentro de un todo.
4. Significado cognoscitivo: la relación entre un signo, un objeto y una persona.

Estas dimensiones no son independientes; están inter-relacionadas como partes de un proceso. Hay una relación estructural en todo significado y por ello, imponemos cierta estructura a nuestras percepciones aún antes de nombrarlas.

Juicios y observaciones

Al tratar sobre la estructura de la percepción, Berlo anota que así como hay diferentes clases de significados, hay también diferentes clases de oraciones. La primera clase de oración es una aseveración de un hecho: enfatiza el significado denotativo y se la llama una observación. La segunda clase de oración es aquella que enfatiza el significado connotativo y es denominada un juicio.

Una observación es susceptible de verificación y puede ser calificada de falsa o verdadera. Es falsa cuando dice que es lo que no es. Es verdadera, cuando dice que es lo que es. Podemos creer o no creer una oración de juicio, podemos aceptarlo o no, más nunca calificarlo de verdadero o falso, puesto que no es posible su verificación.

Definiciones

El autor encuentra útil agrupar las definiciones en tres tipos, de acuerdo con los significados que sugieren:

1. Definición formal o clasificatoria:

Un término es definido colocándolo en su clase apropiada y distinguiéndolo de otros términos en esa clase. Ejemplo: el hombre es un animal racional. Aquí la clase es "animales" y la diferencia "racional". Hay tres desventajas principales en esta definición clasificatoria: (1) es estática, más que dinámica o relativista; (2) indica aplicación universal más que una aplicación únicamente en situaciones particulares; y (3) ignora la relación entre los términos que se definen y los objetos en el mundo físico a los cuales esos términos intentan referirse.

2. Definición operacional:

La mejor manera de reducir ambigüedad o confusión en nuestro receptor es encontrar el objeto que está siendo denotado por un término y señalarlo cuando se usa el término. En otras palabras, demostramos la relación signo-objeto en el significado denotativo cifrando el signo y mostrando el objeto al mismo tiempo. Esto es lo que se llama definición operacional.

La definición operacional establece siempre un punto determinado en el espacio y en el tiempo y especifica lo que uno debe hacer si tiene que (1) identificar, (2) crear, o (3) experimentar el evento nombrado por el término que se define. La definición operacional no intenta dar todo el significado que la fuente tiene para un término. Lo que puede hacer es reducir nuestro significado a lo aplicable en una situación determinada y tratar de expresar ese significado particular. Sin embargo, es útil para nuestros intentos para formar significados precisos en nuestros receptores. Es específica, y relaciona nuestros términos al mundo físico; evita la tendencia a formar significados estáticos y permanentes; evita el peligro de la dicotomía "todo o nada" y tiene la ventaja de la presencia de la relación signo-objeto.

3. Definición Connotativa

El autor señala el intento de varios investigadores de aislar el significado connotativo, de manera que pueda especificarse con alguna precisión. El intento más comprensivo ha sido hecho por Osgood y sus asociados, quienes usan el término "significado" para referirse a los juicios internos que hace el individuo. El instrumento utilizado para medir estos juicios es la "Escala Diferencial Semántica", que funciona con base en tres suposiciones:

1. El proceso del juicio puede pensarse como la localización de un concepto en un grupo de continuos, cada uno limitado por un par de términos polarmente opuestos.
2. Muchos de estos "continuos" son muy similares entre sí y pueden estar representados por una sola dimensión.
3. Un número limitado de estos "continuos" puede ser usado para

ayudar a especificar el significado que tiene un individuo para cualquier concepto.

Osgood utiliza un buen grupo de pares de adjetivos opuestos tales como "bueno-malo", "fuerte-débil", etc., cada elemento del par en el extremo de una escala de 7 puntos y pide a la gente que señale un punto a lo largo de cada escala, en relación con el concepto cuyo significado se quiere conocer. Al analizar estadísticamente las respuestas a este tipo de cuestionario, Osgood descubrió tres dimensiones, a las que llamó "significado connotativo". Las dimensiones son: Evaluativa, de acción y de poder. Trabajos posteriores en los que se ha utilizado este instrumento para predecir un considerable número de comportamientos humanos, muestran la posibilidad de dimensiones adicionales.

Una muestra del uso de la "Diferencial Semántica" se reproduce a continuación. El concepto que se mide es "Comunicación". Las escalas seleccionadas representan las 3 dimensiones básicas (evaluativa, de acción y de poder).

"COMUNICACION"

Buena	:	_____	:	_____	:	_____	:	_____	:	_____	:	_____	:	_____	:	Mala
Valiosa	:	_____	:	_____	:	_____	:	_____	:	_____	:	_____	:	_____	:	Sin valor
Activa	:	_____	:	_____	:	_____	:	_____	:	_____	:	_____	:	_____	:	Pasiva
Fuerte	:	_____	:	_____	:	_____	:	_____	:	_____	:	_____	:	_____	:	Débil
		3		2		1		0		-1		-2		-3		

La Diferencial Semántica representa un intento para proporcionar una definición operacional para el significado connotativo.

Finaliza el libro con unos párrafos sobre el papel del diccionario en los que el autor anota que un diccionario bien preparado es una herramienta valiosa para desarrollar nuestras habilidades de comunicación verbal. Sin embargo por su papel de "reporter", no puede cubrir todo lo que ocurre, especialmente en tiempos recientes.

En un sentido, el diccionario no contiene definiciones. Es verdad que proporciona definiciones clasificatorias, pero rara vez lo hace con precisión. También da definiciones operacionales para un término que es usado en pocos contextos, inclusive con ilustraciones no verbales. Sin embargo, en general no nos da definiciones formales ni definiciones operacionales.

En resumen el diccionario nos proporciona la ayuda de una guía; nos dice: "Si Ud. no tiene un significado para una palabra, haga la prueba con éste".

PROCESO Y EFECTOS DE LA COMUNICACION COLECTIVA *

por

Wilbur Schramm, et. al.

Resumen por Rodrigo Peña Andrade

La traducción del original en inglés ("The Process and Effects of Mass Communications", The University of Illinois Press, 1964) fué realizada por Francisco Alexander, para el Centro Internacional de Estudios Superiores de Periodismo para América Latina (CIESPAL), con sede en Quito, Ecuador.

La obra está dividida en 8 secciones, 6 de las cuales están formadas por un total de 37 colaboraciones de autores con reconocida influencia en la teoría, la investigación y la metodología de la Comunicación. El autor principal, Dr. Schramm, presenta el esqueleto principal de la obra, el cual consta de: (1) una discusión introductoria sobre el Mecanismo de la Comunicación; (2) notas introductorias a cada una de las secciones, y (3) una sección final de "Cien títulos para consulta".

A continuación se resume el contenido de cada una de las secciones:

- I. Mecanismo de la Comunicación.- Incluye una explicación del proceso de la comunicación, la comunicación en función de la teoría del aprendizaje, condiciones del mensaje para que provoque los efectos deseados y la naturaleza de la comunicación colectiva.
- II. La Atención, como efecto primario.- La nota introductoria de Schramm discute sobre los principios que determinan el grado de atención al mensaje: accesibilidad, contraste, recompensa y amenaza. Vienen luego cuatro disertaciones que representan tentativas hechas por investigadores sociales para descubrir por qué lee la gente o escucha los medios de comunicación colectiva. Estas disertaciones son: "Lo que significa echar de menos el periódico", por Dr. B. Berelson; "Por qué se leen las tiras cómicas" por K. M. Wolfe y M. Fiske; "Motivaciones y satisfacción de los que escuchan novelas radiales" por H. Hersog; "Efectos de la Lectura en la Gente", por D. Waples, B. Berelson y F. R. Broadshaw; y, para terminar el capítulo, sobre el tema general "Los públicos perceptores de la Comunicación Colectiva" hay tres estudios ilustrativos de la extensa literatura de investigación al respecto, que muestra algunas cifras de auditores de radio y lectores de revistas y libros en los Estados Unidos, un análisis de la lectura de periódicos en los Estados Unidos y ejemplos de estudios realizados por la Agencia de Información de los Estados Unidos (USIS) para mostrar algunas de las diferencias entre la accesibilidad de los medios de comunicación colectiva y los públicos receptores en los Estados Unidos y otros países.

III. El Efecto de los Diferentes Canales.- Schramm, inicia la sección con un análisis de la naturaleza de los canales, en base a cuatro escalas: espacio-tiempo, participación del receptor, rapidez difusiva y permanencia. A continuación, J. T. Klapper presenta los efectos comparativos de los diversos medios de divulgación. Se ocupa casi exclusivamente de aquellas diferencias de eficacia pedagógica y persuasiva como resultado del estímulo sensorial de cada medio de comunicación. También hace mención a las diferencias más importantes en la distribución de los medios y presenta resultados experimentales de comparaciones entre varios medios.

IV. La Comprensión del Significado.- En la nota introductoria de esta sección, Schramm trata sobre el "significado del significado". En base al concepto de Lippman "el mundo afuera y las imágenes formadas en nuestras mentes", discute percepción y significado.

Bajo el título mayor "Percepción del Mensaje", el editor inicia la primera parte de esta sección con selecciones tomadas de la obra "Theory and Problems of Social Psychology" de Krutch y Crutchfield, un tratamiento clásico desde el punto de vista de la teoría Gestalt. En resumen, los autores anotan que la importancia fundamental de la percepción en la psicología social sobresale cuando nos damos cuenta de que todos los actos del hombre están conformados por sus concepciones "privadas" del mundo. Continúa un artículo de L. Doob: "La Percepción: y la Propaganda", que trae principios orientadores respecto a la relación entre la percepción y los problemas de la propaganda, luego el difundido estudio de G. Allport y L. Postman "La Psicología Básica de los Rumores".

La segunda parte de esta sección está dedicada a la información que se comunica a otra cultura. Comienza con un estudio sobre la siquiatria y la antropología aplicada en la guerra psicológica contra el Japón, por A. H. Leighton y M. E. Opler; B. L. Smith trae a continuación comentarios sobre investigaciones de la comunicación en países no industrializados, en los que sugiere prácticas para investigar la comunicación proveniente de las grandes potencias en zonas no industrializadas, tomando como ejemplo algunos países asiáticos. Aparece luego una disertación de K. White sobre "La nueva resistencia a la propaganda internacional".

Por último, al informar sobre los estudios realizados con auspicio de la UNESCO en 7 países europeos y en los Estados Unidos, sobre la manera como los miembros de esas naciones perciben a los miembros de otras y a los propios compatriotas, W. Buchanan y H. Cantril traen un interesante artículo sobre imágenes nacionales estereotipadas.

V. Modificación de las Actitudes y Opiniones.- El autor principal, Schramm, presenta esta sección disertando sobre la naturaleza y el comportamiento de las actitudes. Hace un resumen de los resultados de la investigación sobre los efectos de la comunicación colectiva en los cambios de actitud.

Aparece a continuación una exposición general sobre la naturaleza de las actitudes y opiniones, de los Hartneys (Eugene y Ruth) y C. Hart, en el cual presentan definiciones de actitud y opinión; su

diferenciación entre específicas y generales y las dimensiones principales de las actitudes en base a una serie de cuatro parámetros: dirección, grado, intensidad y prominencia.

De los doctores C. Osgood y P. Tannenbaum se publica un estudio sobre el "Cambio de Actitud y los principios de Congruencia" en el cual presentan la teoría de las actitudes y la medición de su cambio, fundamentándose en la investigación continuada sobre la semántica experimental, en particular sobre la formulación de métodos objetivos para la medición del significado. El instrumento de medida desarrollado en base a esta teoría, lo denominan "diferencial semántico", que consiste en medir varios objetos de juicio, fuentes y conceptos, comparándolos con una serie uniforme de series descriptivas o de pares de adjetivos opuestos. La teoría en que basan su medición de la actitud, la llaman de "congruencia", que comprende 4 principios que relacionan fuente, concepto y dirección, magnitud y presión hacia la congruencia.

Del libro "Experimentos en la Comunicación Colectiva", se toma el artículo de Hovland, et. al. que presenta los resultados de un estudio sobre presentar "una parte o ambas partes" de la sugerencia de persuasión, en el cambio de opiniones sobre un asunto controvertible. Viene luego un artículo, sobre la credibilidad de la fuente y la eficacia de la información, con datos basados en un estudio comparativo de los efectos del cambio de opinión, utilizando mensajes supuestamente provenientes de fuentes de alta y de baja credibilidad, por C. I. Hovland y W. Weiss.

J. T. Klapper colabora nuevamente en esta obra con un memorándum sobre los medios de la comunicación colectiva y la persuasión, en donde señala los resultados de varias investigaciones del Depto. de Guerra de Estados Unidos, sobre la eficacia de las películas y otros medios de comunicación colectiva para transmitir información a numerosos públicos militares, y para modificar las actitudes de los miembros de esos públicos. Señala las conclusiones sobre las condiciones de máxima probabilidad del efecto persuasivo, y los arbitrios adicionales para el éxito de la persuasión, tales como la canalización, la oferta de recompensas reales, la explotación del prestigio de los medios de comunicación y sus portavoces, el uso de los medios adecuados, la repetición y variación en el uso de esos medios.

En base a comentarios sobre las "Leyes de la opinión pública" de Cantril, Leonard Doob diserta sobre el comportamiento de la opinión pública. Discute los conceptos de consistencia, racionalización, desplazamiento, compensación, proyección, identificación, conformidad y simplificación, como características de las actitudes y por lo tanto, de la Opinión Pública.

Termina este capítulo con una disertación de B. Berelson sobre la comunicación Colectiva y la opinión pública, en el cual señala el efecto recíproco entre una y otra categorización, en virtud de la cual puede investigarse útilmente los efectos de la comunicación colectiva en la opinión pública, analizando cinco factores variables: las informaciones, las cuestiones, las personas, las condiciones y los efectos.

VI. Los efectos en función de los grupos.- Schramm presenta esta sección comentando sobre la importancia del grupo en la cadena de la información. Clasifica los grupos en estadísticos y funcionales. Por los primeros el observador describe y enumera a una sociedad. Los segundos son aquellos que se juntan para trabajar en común para algún fin. Presenta ciertos principios sobre los cambios de actividades en los grupos parafraseando algunos de los principios enunciados por D. Cartwright.

Los artículos siguientes se ocupan todos, de uno u otro modo, de la estructura de grupo como parte del proceso de la comunicación colectiva.

El doctor Herbert Blumer bosqueja las diferencias funcionales en la multitud, el público y la colectividad.

El doctor Eliot Freidson en su artículo "Investigación de la Comunicación Colectiva y el Concepto de la Colectividad", trae comentarios de las consecuencias en la colectividad como "blanco" de la comunicación colectiva. En un trabajo sobre "Planteamiento sociológico de las investigaciones de la Comunicación" Matilda Riley y John Riley exponen la hipótesis de que la opinión de una persona es un producto de su afiliación a un grupo. A continuación la Agencia de Información de los Estados Unidos (USIA), a través de un trabajo preparado por Stanley K. Bigman, trae una exposición muy clara acerca de la influencia personal de los dirigentes de opinión, en el proceso de los cambios de opinión.

En un ensayo el doctor Hadley Cantril presenta un resumen de su libro "La Invasión de los Marcianos" con análisis del efecto de pánico causado por la transmisión radial de las obras, con el mismo título, de Orson Welles, y comentarios sobre las razones para un comportamiento tan extremado. Por último el doctor Robert K. Merton en su artículo "Persuasión Colectiva: la Dimensión Moral", expone algunas de las consecuencias de su análisis de las transmisiones radiales de Kate Smith en favor de los Bonos de Guerra.

VII. Problemas Especiales para lograr un efecto con la Comunicación Internacional.- El autor principal en su note de introducción a esta sección trata sobre las dimensiones del problema. Las dificultades señaladas por él sobre eficacia de las comunicaciones internacionales son: la diferencia en la accesibilidad de la comunicación y de sus modalidades utilizadas en diversos países; los problemas de transmitir el sentido de "un mundo subjetivo" de una cultura a otra; la existencia de imágenes estereotipadas nacionales y la resistencia a la propaganda; la complejidad de tratar de predecir los efectos de la comunicación, especialmente en una cultura extraña y lejana. Bajo el aspecto científico, exige la combinación de todas las ciencias del comportamiento y algunas otras disciplinas. Políticamente exige una comprensión al nivel más alto dentro del Gobierno.

Esta última sección de colaboración, consta de los siguientes trabajos:

1) W. P. Davison y A. L. George, en su artículo "Bosquejo para el estudio de la Comunicación Política Internacional", señalan algunas razones que dificultan la sistematización del estudio de la Comunicación Política Internacional y planteamientos para su mejor realización. 2) De Hans Speier se publica el artículo "Reconsideración de la Guerra Psicológica" trabajo clásico en este campo de la teoría de la Comunicación en el que se diferencia la capacidad y la voluntad de combatir, y las funciones intelectuales en los asuntos extranjeros en tiempos de guerra y de paz. Comenta sobre expectativas y comportamiento de las elites que gobiernan las decisiones y las opiniones nacionales, así como la información secreta y sus consecuencias. 3) El Dr. Charles Y. Glock en su trabajo "Estudio comparativo de la Comunicación Colectiva y de la Formación de la Opinión" indica algunos de los problemas que necesitan una atención urgente si queremos comprender la influencia de los canales de la comunicación internacional en la opinión. 4) Ernest Kris y Nathan Leites, resumen algunas tendencias de la propaganda contemporánea realizada por Agentes del Gobierno a través de canales de la comunicación colectiva, utilizando dos situaciones con objetivos semejantes: las dos Guerras Mundiales. 5) E.A. Shils y M. Janowitz en su artículo "Cohesión y desintegración en el ejército alemán en la Segunda Guerra Mundial" examinan los factores sociales y de comunicación que actuaron en la prolongada cohesión y en la desintegración final de la moral del ejército alemán. Concluyen en que los diferentes grupos responden a la propaganda en forma variable, así como es variable también el tipo de propaganda a la que responden. 6) En interesantes estudios de casos, Leonard Doob, hace un análisis de los métodos de propaganda de Goebbels, en tanto que Harold Laswell analiza la estrategia de la propaganda Soviética. 7) Por último Philip Selznick, trata sobre el problema de la contraofensiva al comunismo internacional y anota conclusiones específicas estratégicas.

VIII. La obra concluye con una lista de 100 títulos para consulta clasificados dentro de Preferencias Generales, el Proceso de la Comunicación, Atención y Significado, Canales y Públicos Perceptores, Actitudes y Cambio de Opinión, Comunicación Internacional, y Sistemas de Medidas de la Comunicación.

MASS COMMUNICATION, A SOCIOLOGICAL PERSPECTIVE *

por

Charles R. Wright

Resumen por Juan Díaz Bordenave

Wright define las comunicaciones colectivas o comunicaciones para las masas, como aquella forma de la comunicación humana (hecha posible por los avances tecnológicos) que (1) se dirige a auditorios grandes, heterogéneos, y anónimos con (2) mensajes públicos y característicamente fugaces, los cuales a menudo alcanzan simultáneamente a los miembros del auditorio; (3) mensajes cuya fuente con frecuencia es o tiende a operar dentro de una organización social, compleja y costosa, ocupada en la producción de mensajes.

Siguiendo a Harold Lasswell, las funciones de la comunicación colectiva son clasificadas bajo

- 1 - vigilancia (en el sentido de alertar al público sobre los acontecimientos importantes)
- 2 - correlación (en el sentido de la vinculación entre las gentes)
- 3 - transmisión de la herencia o patrimonio cultural y social
- 4 - diversión y entretenimiento

Wright comenta la distinción que hace Robert Merton entre las consecuencias y las intenciones de un acto de comunicación, y analiza las cuatro funciones enumeradas antes, en términos de los propósitos y las consecuencias alternativas. Su análisis incluye la posibilidad de consecuencias dis-funcionales de los medios colectivos. Así por ejemplo, un exceso de noticias puede causar un aumento de la ansiedad, o conducir al individuo a retirarse a su mundo privado, o caer en una apatía general hacia todos los acontecimientos, o en una falsa sensación de dominio sobre los mismos.

Cuatro sistemas de comunicación colectiva

El libro analiza brevemente cuatro sistemas nacionales de comunicación colectiva, producto de las cuatro teorías principales sobre las relaciones entre el Estado y los medios de comunicación masiva. Dichas teorías y sus proponentes son:

- a. La libertaria - América
- b. La comunista - Rusia
- c. La de la responsabilidad social - Gran Bretaña y Canadá
- d. La autoritaria - el bloque árabe

*Publicado por Random House, New York, 1959, (Libro en formato de bolsillo)

Se describe la situación de la radiodifusión, el periodismo y el cine en la Rusia soviética, caracterizándolos como (1) planificados, (2) comprometidos con la línea del partido, (3) rígidamente controlados y censurados y (4) áltamente especializados y limitados en su contacto con su público. Analizada funcionalmente, la comunicación soviética da más prioridad a la interpretación de los acontecimientos y a las prescripciones de conducta que al suministro de noticias; además se concentra en transmitir la "cultura" rusa en lugar de dar importancia al entretenimiento.

Los sistemas americano/británico y canadiense de radiodifusión se estudian prestando cierta atención a su desarrollo histórico. Los medios colectivos en el bloque árabe se caracterizan por la recepción en grupos y por la comunicación de noticias de persona a persona.

Sociología del público de masa

El libro de Wright estudia la sociología del público de los medios refiriendo al lector a los clásicos estudios hechos por Lazarsfeld, Merton, Katz, etc. Algunas generalizaciones obtenidas de dichos estudios son las siguientes:

1. La influencia personal está distribuída a través de toda la estructura social;
2. Los líderes de opinión participan más que sus seguidores en el área de opinión en la cual son dirigentes y tienden a usar más los medios colectivos de comunicación para obtener información que luego pasan a otros.
3. La exposición a los medios es selectiva y de acuerdo con los intereses individuales.
4. Los líderes de opinión pueden ser agrupados en dos tipos: Los "localistas" - interesados en ser expertos en muchos asuntos locales y los "cosmopolitas" - interesados en unos pocos asuntos que trascienden los límites inmediatos de la comunidad en que viven.
5. Las personas que usan un medio de comunicación tienden también a usar otros medios.
6. Los mensajes son difundidos a través de canales sociales
7. Los públicos difieren en sus características sociales
8. Los públicos tienen preferencias características.

Análisis de contenido

Otra sección del libro presenta la definición, los usos, los valores y las limitaciones de las técnicas de análisis de contenido. Se analiza por ejemplo una semana en los programas de TV en la ciudad de Nueva York, hallándose que la TV dedicó la mayoría de su tiempo al entretenimiento y menos al anoticiamiento, la trasmisión cultural y la interpretación de los acontecimientos.

Efectos sociales de la comunicación colectiva

La sección final del librito de Wright incluye referencias a los pocos estudios existentes sobre los efectos sociales de la comunicación colectiva, tales como los efectos de un programa experimental de radio sobre los valores expresos de los niños; el análisis hecho por Merton sobre la campaña radial en la cual Kate Smith vendió varios millones de bonos de guerra; la poco exitosa campaña informativa sobre las Naciones Unidas realizada en Cincinnati en 1947, y otros estudios sobre propaganda y guerra psicológica.

El libro es bastante útil para quien desea iniciarse en el estudio de la comunicación. Para aquellos que ya conocen algo de la literatura, este librito no es sino una compilación de datos que se encuentran en forma más completa en las obras originales.

El libro suministra una bibliografía de 15 obras.

DIMENSIONS IN COMMUNICATION*

Editado por James H. Campbell y Hall W. Hepler

Resumen por Juan Díaz Bordenave

El libro consiste de una compilación de artículos sobre comunicación seleccionados con base en un determinado punto de vista. Dicho punto de vista unificador es que existe persuasión en toda comunicación y que cuando las personas interactúan la persuasión es uno de los catalizadores.

El libro consta de una introducción general y cuatro secciones principales. En la introducción general los editores ilustran con curvas y gráficas su aserción de que en toda comunicación el comunicador procura modificar las probabilidades de que - entre todas las posibles respuestas del receptor - la respuesta que éste último escoja sea la deseada por el comunicador. Los editores sostienen que todo el contenido del presente libro está dedicado a ayudar a los comunicadores a influir sobre las probabilidades de las respuestas deseadas.

La Sección I agrupa cinco artículos bajo el título general de "Marcos Conceptuales". El propósito central es introducir el concepto de "modelos", muy popular entre los científicos sociales norteamericanos. Un "modelo" es una representación esquemática o simplificada de un proceso o de las relaciones entre un cierto número de variables. La palabra modelo en inglés significa algo parecido a "maquette", "miniatura" o "réplica", como sería por ejemplo, el modelo de un aeroplano hecho a escala reducida. Este mismo concepto se aplica a la reducción de una compleja teoría a un esquema simplificado pero todavía coherente y significativo.

El artículo de Irwin D.J. Bross describe varios tipos de modelos, tales como los modelos físicos, los modelos abstractos, los modelos simbólicos, los modelos matemáticos, así como sus funciones, ventajas y desventajas. Los cuatro restantes artículos presentan aplicaciones selectas del uso de modelos. Así, el artículo "Introducción a La Imagen", de Kenneth Boulding (tomado del libro "La Imagen" resumido en esta bibliografía) presenta un modelo de la realidad basado en el concepto de "imagen". Boulding sostiene que la forma de actuar de las personas depende de la imagen o imágenes que ellas tienen, por lo cual si cambiamos dichas imágenes podemos esperar cambiar también el comportamiento. El artículo "Interacción: objetivo de la comunicación interpersonal" de David K. Berlo (tomado del libro "The Process of Communication" también resumido en esta bibliografía) presenta un modelo basado en el concepto de interacción. El artículo "Un modelo Conceptual para la investigación en comunicación" de Bruce Westley y Malcolm MacLean Jr., ofrece un esquema del proceso de la comunicación que incluye los factores más im-

*Publicado por Wadsworth Publishing Company, Belmont, California, 1965.
230 p.

portantes y sirve para analizar tanto situaciones de comunicación intra e interpersonal como también de comunicación colectiva. Finalmente, el artículo "Comunicación", de James March y Herbert Simon (tomado del libro "Organizations", de dichos autores) introduce el concepto de "absorción de incertidumbre" y estudia el proceso de la comunicación dentro de las organizaciones como un proceso de progresiva reducción de los innúmeros datos originados al nivel de operaciones, a unos pocos datos sintéticos que se presentan a los jefes para que tomen decisiones. March y Simon dicen que en toda institución existen, en los diversos niveles, núcleos dedicados a esta tarea de absorber la incertidumbre, es decir, de reducir los datos de los detalles operativos, a unos pocos datos sintéticos que permiten la labor del ejecutivo.

El artículo de March y Simon también analiza los conceptos de "eficiencia de la comunicación" "coordinación por plan" y "coordinación por comunicación retornada". Los autores afirman que

"La capacidad de una organización para mantener un patrón complejo e interdependiente de actividad, está limitado en parte por su capacidad de manejar la comunicación requerida para la coordinación. Cuanto mayor es la eficiencia de la comunicación dentro de la organización, mayor es la tolerancia de la interdependencia".

Para posibilitar la coordinación March y Simon sugieren tres formas:

- a. la coordinación establecida de antemano por medio de un plan;
- b. la coordinación a base de comunicación retornada, es decir, a base de informes a los superiores sobre la marcha de las actividades y finalmente;
- c. coordinación mediante una comunicación eficiente entre las partes.

"Un método diferente para aumentar la tolerancia de la organización hacia la interdependencia es aumentar la eficiencia de la comunicación haciendo posible comunicar grandes cantidades de información con relativamente pocos símbolos."

El artículo de March y Simon debieran leerlo los comunicadores y los directores de organizaciones y programas.

La Sección II lleva como nombre general "Persuasión". Cinco artículos integran la sección, dos de ellos escritos especialmente para este libro y los otros tomados de libros o artículos ya publicados.

El primer artículo fue tomado del libro "Presentación del yo en la vida diaria", por Erving Goffman.

"Cuanto más hábil es un comunicador en persuadir, más amplio es el margen de respuestas que él puede provocar. Pero no importa cuán habilitado pueda llegar a ser, habrá siempre límites para qué respuestas PUEDEN ser provocadas en una situación dada. Si el comunicador encuentra que la respuesta deseada no puede ser provocada, debe dirigir sus esfuerzos

o conseguir una redefinición de la situación de modo que en la nueva situación si sea posible la respuesta deseada. Una vez conseguido esto, el comunicador procura alterar las probabilidades de modo que la respuesta deseada sea la más probable.

El artículo de Goffman trata de la definición de situaciones. Uno de los puntos principales del autor es que las situaciones son definidas por los roles que las personas adoptan para ajustarse a ellas. El autor sugiere que una de las causas principales de fracaso en la persuasión puede ser que el comunicador trae a una nueva situación un rol que, aunque era apropiado para una situación anterior, en la nueva situación hace imposible conseguir las respuestas que el comunicador desearía obtener de las otras personas."

El siguiente artículo lleva por título "Persuasión y Relaciones interpersonales" y fue escrito por los editores del libro que estamos resumiendo. El artículo utiliza conceptos tales como "expectación", "rol" y "conocimiento", llegando a las siguientes conclusiones .

1. Toda actividad comunicativa está dirigida a cambiar comportamientos.
2. La cantidad de CONOCIMIENTO que tiene en común dos comunicadores que interactúan determinará en **gran** parte la manera en que ellos interactuarán.
3. Hay muchos niveles de interacción.
4. Gran parte de nuestra interacción depende de las expectativas mutuas que nos ayudan a determinar los roles desempeñados por los comunicadores.
5. El comunicador eficaz en la persuasión tiene muy en cuenta la parte desempeñada por las expectativas y los roles y tiene clara consciencia de lo que está haciendo cuando comunica.
6. Nuestros roles, y los roles que esperamos que otros tomen, están determinados por los grupos a los que pertenecemos y por la conducta de otras personas hacia nosotros en la interacción.

A continuación viene un artículo escrito especialmente por Ivan Preston con el título "Inconsistencia: un recurso de persuasión".

"Homeostasis es un término que describe el estado de un organismo en equilibrio o en balance con su ambiente. Las personas están interesadas en preservar el status quo; quieren permanecer en balance, y procurar reestablecer el equilibrio si algo lo perturba. El comunicador que desea persuadir puede usar esta característica humana como una palanca.

En este ensayo Preston examina varias teorías que tratan sobre la homeostasis bajo el nombre general de "consistencia" e "inconsistencia", señalando cómo podemos usar la consistencia-inconsistencia para aumentar la probabilidad de provocar la respuesta deseada en los receptores de nuestros mensajes".

El artículo de Preston vale la pena leerlo con atención.

Después viene un artículo tomado del libro "Communication and Persuasion", resumido en esta bibliografía. En su título "Credibilidad del Comunicador", la palabra credibilidad equivale a fidedignidad, y es un concepto extremadamente importante en comunicación. En este artículo Hovland, Janis y Kelley analizan qué cosas influyen sobre la credibilidad que el receptor asigna a la fuente, credibilidad que a su vez afecta la eficacia de los esfuerzos persuasivos de la fuente.

"En resumen, la evidencia de la investigación señala que las reacciones a una comunicación son significativamente afectadas por las percepciones que indican las intenciones, la solvencia técnica y la fidedignidad del comunicador. Exactamente la misma presentación tiende a ser juzgada más favorablemente cuando es hecha por un comunicador con alta credibilidad que por uno de baja credibilidad. Además, la aceptación inmediata de la opinión recomendada fue mayor cuando fue presentada por un comunicador altamente creíble".

Viene luego el artículo de S.E. Asch titulado "Efectos de la presión grupal sobre la modificación y distorsión de juicios". Este es un trabajo clásico, en el cual Asch demostró experimentalmente la tremenda fuerza del grupo sobre las opiniones de sus miembros.

La Sección III, llamada "Lenguaje" es más especializada, ya que sus cuatro artículos versan sobre este canal de la comunicación, entendido en forma amplia para incluir lenguaje hablado, escrito, y no-verbal. Entre todos ellos el artículo más interesante es el de Randall Harrison, titulado "Comunicación no verbal: exploraciones sobre el tiempo, el espacio, la acción y los objetos".

La Sección IV es todavía más especializada como lo indica su título, "Redacción". Como su contenido apunta sobre todo a la redacción en el idioma inglés, no comentaremos esta sección.

El libro "Dimensions of Communication" no es de lectura fácil para quienes no poseen bien el idioma inglés y no conocen además la terminología más o menos abstracta utilizada por los estudiosos de las ciencias sociales en los Estados Unidos. Para aquellos que lean bien el inglés y conozcan algo de ciencias sociales lo más aconsejable sería naturalmente leer las obras originales completas, pero como esto requiere bastante tiempo, este libro es recomendable para obtener una idea bastante buena de las principales dimensiones de la comunicación.

NONVERBAL COMMUNICATION*

por

Jurgen Ruesch y Weldon Kees

Resumen por Juan Díaz Bordenave

La primera sección del libro es una caracterización del panorama actual en materia de comunicación en los Estados Unidos y una síntesis breve de la teoría general de la comunicación. La porción media del libro que es la más extensa, proporciona numerosos ejemplos de la comunicación no verbal. Los capítulos finales están dedicados a una discusión de la comunicación no verbal y la verbal en relación con las enfermedades mentales.

Teoría de la comunicación: Para Ruesch y Kees la comunicación tiene lugar en cuatro ambientes: intrapersonal (pensar y sentir, discurrir consigo mismo); interpersonal (entre dos personas); grupo (varias personas con valores y actividades compartidas) y societal (tantas personas que se pierde la identidad individual). Las funciones de la comunicación son para los autores la percepción, la evaluación y la transmisión y expresión de información. Los autores puntualizan las diferencias que existen entre dos tipos de código utilizados en la comunicación: el código analógico y el código digital, diferencias que constituyen la principal distinción entre la comunicación verbal y la no verbal. El código analógico se compone de símbolos que en sus proporciones y relaciones son similares a las entidades que representan.

Así por ejemplo un dibujo de un tren es análogo a un tren verdadero. En cambio, en el código digital, la información transmitida está codificada en diversas combinaciones de letras o dígitos (números de 0 a 9). Ejemplos de código digital son nuestro sistema numérico y el alfabeto fonético.

Se citan tres categorías principales de lenguaje no verbal que se han desarrollado durante siglos: lenguaje de objetos, lenguaje de signos y lenguaje de acciones. Ejemplos:

Lenguaje de objetos: arte; objetos de piedra; muebles; edificios; implementos de toda clase.

Lenguaje de signos: gestos; semáforos; banderas; luces de tráfico; danza y pantomima; manos callosas del obrero. etc. En general, todas las acciones usadas como señales o signos.

Lenguaje de acciones: En general todas las acciones no usadas intencionalmente como señales o signos, pero que tienen poder comunicativo. Ejemplo: caminar, beber agua, hacer pausas, llegar tarde, etc.

* Publicado por University of California Press, Berkeley and Los Angeles, California, 1956. 205 p.

El libro, en resumen, muestra la importancia de la comunicación no verbal a tal punto que muchas veces nuestra conducta obedece a mensajes que recibimos inconscientemente. Por ejemplo, el interior de una casa traduce al visitante las habilidades no verbales de sus habitantes -- su sensibilidad, su sentido de organización, grado de libertad o control, etc.

Se considera muy útiles las primeras y últimas 50 páginas del libro. La parte media exagera un poco la demostración gráfica de usos obvios de la comunicación no verbal.

THE EFFECTS OF MASS COMMUNICATIONS*

por

Joseph T. Klapper

Resumen por Francis C. Byrnes

Más de 50 años de investigación sobre los efectos de la comunicación colectiva y de otros tipos de comunicación han contribuido al desarrollo de generalizaciones y principios relativos al efecto de la comunicación colectiva sobre individuos, grupos y sociedades. Uno de los análisis más comprensivos de esta investigación ha sido hecha por Joseph T. Klapper en su libro, "Los Efectos de la Comunicación de Masas", publicado en 1960.

Klapper ofrece "cinco generalizaciones emergentes", y luego enuncia principios y prácticas, basados en la investigación, que parecen apoyar esas generalizaciones. Se informa brevemente sobre ellos para propósitos de discusión y orientación general al planificar la comunicación.

Generalización I. La comunicación colectiva por lo general no actúa como una causa y necesaria suficiente de efectos en el público, sino más bien funciona como parte y a través de un nexo de factores e influencias mediadores.

1. Las variables coadyuvantes tienden a estructurar efectos más de una índole de refuerzo que de cambio.
2. Las predisposiciones del auditorio, las normas y valores del grupo, el liderazgo de la opinión, tienden a estructurar los efectos.

Generalización II. Estos factores mediadores son tales que típicamente hacen de la comunicación colectiva un agente contribuyente, pero no la causa única, en un proceso de reforzar las condiciones existentes.

Principios que sirven de base a la Generalización II

1. La investigación en comunicaciones indica con énfasis que la comunicación colectiva persuasiva en general tiene más probabilidad de reforzar las opiniones existentes de su auditorio que de hacerlas cambiar. Un cambio pequeño de actitud parece ser un efecto más probable que la conversión, y menos probable que el refuerzo. Esto no quiere decir, sin embargo, que la conversión no ocurra, o que bajo ciertas condiciones no sea extendida.

*Publicado por Free Press, Glencoe, Illinois, 1960.

2. El hecho de que la comunicación colectiva persuasiva sirva con más frecuencia como un agente de refuerzo más que de conversión, parece que se debe, al menos en parte, a la manera en que su influencia resulta mediada por ciertos factores y condiciones externos a la comunicación. Entre estos se encuentran:
 - a. Las predisposiciones y los procesos derivados de ellas tales como la exposición selectiva, la percepción selectiva, y la retención selectiva. La gente tiende a exponer selectivamente a las comunicaciones que están de acuerdo con sus puntos de vista existentes, y a evitar exponerse a comunicaciones que no concuerdan con ellos.
 - b. Los grupos y las normas de los grupos, a los que el miembro del público pertenece. Las predisposiciones que reflejan normas de grupos a los cuales pertenece el miembro del público, parecen ser especialmente resistentes al cambio.
 - c. La diseminación interpersonal del contenido de la comunicación. Tal diseminación parece más probable que ocurra entre personas que comparten opiniones pertinentes acerca del tema en cuestión.
 - d. El liderazgo de opinión. Se ha demostrado que la gente es influenciada más decisivamente en muchos asuntos por los "líderes de opinión" que por la comunicación colectiva.
 - e. La naturaleza de los medios comerciales de comunicación colectiva en una sociedad de empresa privada. Los medios de comunicación colectiva probablemente funcionen todavía principalmente como agentes de refuerzo social, y el carácter económico de los medios y de nuestra sociedad bien pueden hacer que tal situación sea inevitable.
3. Dos fenómenos relacionados con los efectos de la comunicación persuasiva parecen al menos tentativamente explicables mediante el concepto del juego de las fuerzas interventoras, arriba citadas:
 - a. Cambios pequeños de actitud frecuentemente siguen a la exposición a la comunicación persuasiva. Tales cambios tal vez manifiesten las imperfecciones de los procesos selectivos y el margen de libertad permitido por las normas del grupo. Algunos casos de cambio menor parecen resultar de la operación de predisposiciones o normas de grupo antagónicas o de otras presiones en conflicto.
 - b. Las actitudes en que el "ego está envuelto" son particularmente resistentes al cambio.

Generalización III. En aquellas ocasiones en que la comunicación colectiva ha logrado producir cambios, una de las siguientes condiciones es probable que existan:

1. O bien los factores mediadores se encuentran inoperante, y el efecto de los medios es directo;
2. O bien los mismos factores mediadores, que normalmente favorecen el refuerzo, se hallan impulsando en esta ocasión el cambio.

Principios que sirven de base a la Generalización III.

1. Varios factores y condiciones externos a la comunicación, que generalmente tienden al refuerzo parecen estar menos activos, y ocasionalmente funcionar en una dirección atípica, en los procesos de conversión que incluyen la comunicación colectiva.
 - a. Los procesos selectivos (exposición, percepción y retención selectivas) que normalmente contribuyen al refuerzo, actúan en forma imperfecta. Además, cuando un individuo se ve impulsado ("predispuesto") hacia el cambio por condiciones externas a la comunicación, los procesos selectivos pueden sensibilizarlo a las comunicaciones que sugieren un cambio.
 - b. Los grupos y las normas del grupo, que con frecuencia promueven el refuerzo, pueden ser menos influyentes cuando se trata de asuntos no "salientes" para el grupo, y también entre personas que no le dan mucho valor a ser miembros del grupo.
 - c. Parece que la influencia personal ejerce una influencia más decisiva hacia el cambio que la comunicación colectiva, cuando ambas influencias están presentes.
 - d. "Susceptibilidad a la persuasión". Algunas personas son considerablemente más fáciles de persuadir que otras, y algunas considerablemente menos. Tales extremos de la susceptibilidad de la persuasión parecen ser independientes del asunto en cuestión; es decir, persisten sea cual fuera el tema de la persuasión. Aparentemente tal susceptibilidad está correlacionada con sentimientos de inferioridad social, y no relacionada con la inteligencia.
2. Algunos aspectos de los efectos de la comunicación colectiva, y en particular ciertos aspectos de los efectos de conversión, parecen susceptibles de por lo menos una explicación parcial mediante el juego de los factores que se citan arriba.

¹ "Saliencia" es el grado de vividez o virtualidad actual que una cosa tiene para el individuo. Así, para un católico sus creencias son siempre importantes, pero durante un cierto tiempo después de oír un sermón o leer un libro piadoso, ellos tienen más "saliencia" que en otras ocasiones.
(J. Díaz Bordenave)

- a. Se ha encontrado que las personas bajo presiones contradictorias son peculiarmente susceptibles a la conversión, son inestables en sus opiniones y por lo tanto susceptibles a la reconversión, y en ocasiones tienden a perder del todo su interés en el asunto.
- b. Las personas a quienes se pide repetir mecánicamente - y, más aún aquellas a quienes se les pide suplementar - los argumentos de una comunicación con la que inicialmente no estaban de acuerdo, tienden a aceptar esos argumentos.
- c. Información factual puede ser comunicada con todo éxito sin que produzca los cambios de opinión que se esperaba que produjera.

Generalización IV. Existen ciertas situaciones en las que la comunicación colectiva parece producir efectos directos, o que directamente o por sí misma desempeña ciertas funciones psico-físicas.

Generalización V. La eficacia de la comunicación colectiva, sea como agente contribuyente o como agente del cambio, se ve afectada por diversos aspectos de los medios de comunicación mismos, o de las circunstancias de la comunicación (incluyendo, por ejemplo, aspectos de organización contextual, la disponibilidad de canales para la acción manifiesta, etc.)

Principios que sirven de base para la Generalización V.

1. Las fuentes, o más precisamente, la imagen que el auditorio tenga de las fuentes, afecta la forma como interpreta el público la comunicación y la eficacia persuasiva de esta última. Fuentes que se miran como dignas de crédito, confiables, o de alto prestigio, aparentemente refuerzan la persuasión; mientras que las que inspiran imágenes más negativas aparentemente impiden la persuasión. El efecto diferencial tiende, sin embargo, a desaparecer con el transcurso del tiempo.
2. Los mismos medios de comunicación colectiva son generalmente vistos con admiración y respeto y aparentemente confieren status a las personas y conceptos para los cuales sirven de vehículos.
3. Los distintos medios parecen poseer una eficacia diferente como canales para la comunicación persuasiva, aún descontando el hecho de que normalmente atraigan a públicos algo diferentes.
 - a. En situaciones de la vida real, se ha encontrado consistentemente que un contacto personal informal resulta más eficaz que cualquier medio de comunicación colectiva pero que no obstante no es esencial para lograr la persuasión. La efica-

cia relativa de los medios de comunicación colectiva varía tanto según el tema de que se trate que no es posible generalización alguna. El empleo de medios múltiples complementado con el contacto personal se cree que es peculiarmente eficaz y ha caracterizado varias campañas de propaganda de mucho éxito.

- b. A cada uno de los medios de comunicación se le han atribuido **varias ventajas que se cree -aunque raramente se lo ha demostrado- que están relacionadas con las capacidades persuasivas del medio.** Estas ventajas incluyen características tales como la virtud exclusiva de la palabra impresa de permitir a cada miembro de su público que regule la oportunidad y tiempo de exposición a la misma, y la aptitud de los medios de transmisión electrónica (radio y TV) de procurarle al miembro del auditorio alguna sensación de participación personal.
 - c. El grado de eficiencia técnica con que se emplea un medio puede evidentemente afectar su eficacia persuasiva.
4. Diversas características de contenido y diversos recursos parecen estar relacionados con la capacidad persuasiva de la comunicación colectiva.
- a. La presentación bilateral (es decir, la cita de argumentos que defienden ambos lados de la cuestión) es más eficaz que la presentación unilateral como instrumento para convertir a los altamente educados, y como salvaguardia contra una contra propaganda posterior. La presentación unilateral es, sin embargo, más eficaz para convertir a los menos educados, es generalmente más eficaz como instrumento de refuerzo, y tiene menos posibilidades de producir un efecto contrario al deseado.
 - b. Las comunicaciones persuasivas que explícitamente enuncian conclusiones tienen más probabilidad de ser más eficaces que las que permiten a los miembros del público sacar sus propias conclusiones. También los llamamientos a la acción parecen tener mayor probabilidad de ser acatados, por cuanto son más específicos y explícitos.
 - c. Las comunicaciones que evocan un temor extremo tienen menos probabilidad de persuadir al público a tomar medidas de precaución que las comunicaciones que no destacan con tanto énfasis la amenaza.
 - d. Consistentemente se ha descubierto que la repetición, particularmente la repetición con variación, aumenta la eficacia de la persuasión.
 - e. Las comunicaciones que ofrecen maneras de satisfacer ("canalización") las necesidades existentes de sus públicos, tienen más probabilidades de persuadir con éxito que las que procuran despertar nuevas necesidades para luego sugerir medios de satisfacerlas.

5. Las comunicaciones persuasivas que están de acuerdo con la opinión de la mayoría, o que sus públicos creen que están de acuerdo con la mayoría, tienen por esta razón, la probabilidad de ser eficaces con los miembros de la minoría que no comparten esa opinión.

Sin embargo, si la minoría es extremadamente pequeña, es probable que se componga de personas particularmente resistentes a la conversión. La resistencia de tales personas excepcionales parece que se intensifica cuando se dan cuenta de que otras personas, o aun una otra persona, piensan como ellos.

SÍMBOLOS, SEÑALES Y RUIDOS *

por

J. R. Pierce

Resumen por Enrique Sánchez Narváez

Es posible que el nombre de J. R. Pierce no sea tan familiar para los estudiosos de la Comunicación, como son los de Shannon, Schramm, Dale o Berlo, por ejemplo. Pero el hecho de que la editorial Revista de Occidente, fundada por el inolvidable José Ortega y Gasset haya incorporado "Símbolos, Señales y Ruidos" a la lista de sus publicaciones, dan al autor jerarquía y notoriedad, y dan a la obra sitio espectable entre las dedicadas a exponer el pensamiento moderno. A medida que se lee el libro, se justifica y enaltece la selección. Pierce, en catorce capítulos, seguidos de un apéndice sobre notación matemática y un glosario de términos, expone con claridad de juicio, con amenidad - cosa singular en materia tan ardua - y con método y unidad la teoría de la comunicación, llamada también teoría de la información. En todo momento, logra situarse en el plano del lector no matemático, tratando de conducirlo al mundo de las Matemáticas para aprehender el asunto de que trata la obra. En algunas partes, cuando la naturaleza del tema es muy difícil, se concreta a explicar el carácter general de la clase de matemáticas empleada para abordarlo, sin detenerse en los pormenores. Esto, sin embargo, no debilita la estructura de la obra ni desmedra su calidad.

Figuran, es cierto, partes que requieren esfuerzo de penetración y ponen a prueba la lógica. Ellas fueron incluidas, como expresa el autor, para dar a los lectores una concepción integral de la teoría, que, como tal, debe ser una suma comprensiva de los conocimientos logrados por la ciencia de la comunicación. Pierce sugiere, en tales casos, que el lector eche una ojeada a las páginas arduas y espigue lo que está a su alcance. Sólo cuando haya avanzado en otros capítulos, verá la necesidad de volver a los que fueron vistos de paso, y releerlos para una total comprensión de la materia tratada.

Inicia su estudio con la obligada referencia a los trabajos inaugurales de Shannon - 1948 y 1949 - y afirma que la teoría de la comunicación ha venido adquiriendo cada vez mayor solidez, y constituye, al presente, un campo de investigación reconocido por todos. En efecto, se han celebrado varias conferencias internacionales, se han publicado sobre la materia varias obras y se la ha incorporado en los planes de estudio de muchas universidades.

Una revisión de los conceptos de Aristóteles sobre el movimiento, otra

* Publicado por Editorial Revista de Occidente S. A., Madrid, 1962.

de las leyes de Newton y las ecuaciones de Maxwell sobre los fenómenos eléctricos, permiten a Pierce fundamentar la teoría de la comunicación y establecer la diferencia entre las teorías estrechas y las más generales en su aplicación; entre las físicas y las teorías matemáticas. Las más generales son las que explican -según apunta el autor - el mayor número de fenómenos y, por tanto, son las más importantes y mejores, porque pueden especializarse para tratar casos particulares. Así la teoría física, aunque puede explicar en su integridad cierto grupo de fenómenos, no va más allá de un ámbito reducido. En cambio, la teoría matemática o abstracta puede tratar fenómenos idealizados o sólo determinados aspectos de un fenómeno.

En tales términos, la teoría de la comunicación es totalmente general y a la vez vitalmente matemática. A pesar de que nació del estudio de la comunicación eléctrica, ahora está en capacidad de abordar los problemas de manera general y abstracta. El "bit" es su medida. La teoría de la comunicación puede aplicarse a varios campos: ingeniería, psicología, educación, física y otros, pero en todo caso seguirá siendo matemática. El autor demuestra este aserto, con varios teoremas.

Al hablar de los orígenes de la teoría de la información, da relieve a los nombres de científicos que contribuyeron a su estructuración, evalúa sus aportaciones y analiza sus ideas. El propósito es mostrar la evolución de la nueva ciencia y señalar su estirpe, a la vez que iniciar al lector en los conceptos de entropía y codificación, considerada la codificación como la representación de una señal por otra. Sin duda, las páginas de mayor injundia, por no decir las que requieren mayor concentración, son las que tratan de los sistemas de predicción de la naturaleza estadística de la generación de mensajes. Advierte, con todo, sobre el cuidado que debe tenerse en la aplicación de los modelos matemáticos a los problemas reales de la comunicación.

Afirma y demuestra, en otra parte, que puede haber un método óptimo de codificación de mensajes. Para hacerlo, previamente expone la importancia y utilidad de los sistemas binarios de notación para describir los impulsos o espacios en los intervalos. En cuanto a la medida de los mensajes, o propiamente de la cantidad de información, familiariza al lector con la entropía de la comunicación (tratada ya brevemente con anterioridad), y con el "bit", que es su medida. Así podría decirse que la entropía de un generador de mensajes (un orador, un texto, el sonido de una orquesta, las fotografías, las películas, la televisión) es de tantos "bits" por palabra, por letra, por sonido o por imagen. Si la generación de símbolos o imágenes es constante, podría decirse que el generador tiene una entropía de tantos "bits" por segundo.

Cuando trata del lenguaje y su significado, después de un estudio de sus características y de los factores que intervienen en la comprensión llega a colegir que ninguna teoría nos permite resolver los problemas de la lingüística, del significado, de la comprensión o de la filosofía. Pero nos conforta diciendo que quizá podamos afirmar que la teoría de la comunicación nos permite traspasar los linderos de las restricciones mecánicas y utilizar la cantidad de elección que el lenguaje proporciona. Entonces, ¿cómo codificar eficientemente? La teoría de la comunicación,

considerada en el mismo grado de seriedad de las leyes de Newton sobre el movimiento, debe darnos alguna guía de utilidad en relación con los problemas de la comunicación; debe asegurarnos que tiene una permanente y efectiva capacidad de comprensión y creación. Tal capacidad debe buscarse en la eficiente y precisa transmisión de la información. Esa capacidad existe. Pero ella a la vez está en relación con la entropía medida en bits por símbolos o por segundo; está relacionada con la medida de dígitos binarios o impulsos 'corriente no-corriente', y con un nuevo concepto: el canal.

Este puede ser imperfecto o ruidoso (que es el más frecuente) o puede ser el simétrico binario. La codificación se hace, en tal caso, teniendo en cuenta la clase de canal, la velocidad de transmisión y la entropía de la información, para reducir a lo mínimo los efectos peligrosos del error.

Sabemos que la teoría de la comunicación es producto de la comunicación eléctrica, por tanto, tiene relación con la física; sabemos que, igualmente, tiene íntimo nexo con la Cibernética (teoría de la rectificación, filtrado y predicción, y teoría de la realimentación negativa y los servomotores), con la psicología y el arte. Pierce, siempre basándose en las matemáticas, demuestra en qué medida es fuerte o profundo ese nexo, y en qué medida da significado y trascendencia a la teoría de la comunicación.

Podríamos finalizar esta síntesis, diciendo que la obra requiere atenta lectura por una y otra vez, lectura imprescindible para los estudiosos de la comunicación. Constituye una notable exposición de la sólida, la angulosa (porque está erizada de símbolos, ecuaciones, teoremas, gráficas y cuadros) teoría de la comunicación, para comprenderla en sus fundamentos, en sus proyecciones y en su validez, en todas las manifestaciones de la vida humana.

GRAPHIC COMMUNICATION AND THE CRISIS IN EDUCATION*

por

Neal Miller, in collaboration with William H. Allen; Arthur A. Lumsdaine; C. R. Carpenter; Mark A. May; Edgar Dale; Vincent Nowlis; John Dollard; Waldo B. Potter; John Flory; Adrian L. Terlow; James J. Gibson; James W. Young.

Resumen por Luis Ramiro Beltrán

Este libro es una condensación de las deliberaciones de un grupo de expertos que fue reunido para analizar los problemas de la comunicación gráfica en la educación formal norteamericana.

La primera parte expone - lamentablemente, en forma no muy ordenada - los obstáculos que se oponen a un mayor empleo de recursos gráficos de comunicación en la enseñanza. Propone luego, varias medidas para obviar esas barreras.

La segunda parte - más armoniosa, ya que no es una síntesis de debates sino el planteamiento unitario de un investigador psicológico - contiene una descripción de los principios científicos que se pueden aplicar para obtener del uso de películas cinematográficas el máximo rendimiento en términos del aprendizaje producido. Esta parte constituye -en opinión del prologuista de la obra- un primer intento formal de integrar los resultados de las investigaciones sobre comunicación audiovisual con una teoría del aprendizaje.

El punto de partida del libro parece ser la convicción de que más y mejores recursos de comunicación visual pueden dar una contribución sustancial a los empeños de resolver la crisis que sufre la educación norteamericana. En tal sentido, se sostiene que los adelantos técnicos logrados por la ciencia han sido enormes y se han producido vertiginosamente, en tanto que la aplicación de ellos a la transformación de los sistemas de enseñanza no ha tenido un ritmo igualmente acelerado. Por tanto, se colige, tales sistemas están rezagados; no pueden ya atender adecuadamente las demandas que sobre ellos ejercitan las presiones de la cultura actual y las necesidades educativas de una población que se multiplica con creciente rapidez.

La diferencia entre las crecientes necesidades de educación y las insuficientes posibilidades de atenderlas constituye el meollo de la crisis. No hay bastantes maestros ni suficientes escuelas. De los que hay, pocos conocen en grado apropiado los nuevos métodos de enseñanza gráfica. Por añadidura, cuentan con escasos materiales didácticos y éstos no siempre tienen las características deseables para lograr el mejor impacto objetivo en los educandos. Subsisten, de otra parte, dificultades

* Publicado por Audio-Visual Communication Review, Vol V, No 3.

Department of Audio-Visual Instruction, National Education Association
1201 Sixteenth Street, N. W. Washington, D.C. - USA.

en la elaboración de los programas de estudio. Por último, entre otros problemas capitales, los locales de enseñanza son construídos, frecuentemente, sin que se tomen en cuenta los requisitos de la moderna pedagogía.

Esencialmente, la solución de éstos y de otros problemas afines requiere, pues, un enfoque integral y una acción combinada para: a) mejorar la actitud de los maestros hacia los métodos de comunicación visual y aumentar su habilidad para el empleo de los mismos; b) simplificar y abaratar la producción de materiales didácticos, especialmente de aquellos de tipo fílmico; c) agilizar la distribución, utilización, uso y evaluación de tales materiales; d) asegurar características didáctico-funcionales en la arquitectura de locales de enseñanza; e) estimular la investigación y fomentar la creación de nuevos métodos, equipos y materiales de enseñanza acordes con las necesidades del día; f) promover la coordinación y el intercambio de información entre educadores, administradores, financiadores y fabricantes envueltos en actividades de enseñanza; g) patrocinar el incremento de la enseñanza visual sin desmedro de la enseñanza oral ni de la enseñanza escrita, sino más bien en concordancia e intercomplementación con ellas; h) recomendar el establecimiento de centros de comunicación audiovisual en los que se produzca, enseñe e investigue y desde los que se asesore y estimule a las unidades audiovisuales menores propias de cada establecimiento educativo.

El estudio reconoce la complejidad de los problemas y admite que será lenta y difícil la tarea de provocar los cambios propuestos como soluciones.

En la segunda parte, la obra sostiene que el aprendizaje no se dá automáticamente; se produce, entre otras cosas, como resultado del buen uso de buenos materiales de comunicación visual. El descubrimiento de los principios fundamentales de la comunicación gráfica, se sostiene, es una parte del problema general de la psicología de la percepción, motivación y aprendizaje. Identificando con precisión esos principios generales, se puede llegar a mejorar sustancialmente todos los medios de comunicación. Para ello es indispensable hacer investigación básica de tipo teórico-analítico, dentro del orden de la ciencia pura. De esa clase de investigación se derivarán las posibilidades de ampliar la investigación aplicada más específica.

Los factores fundamentales del aprendizaje pueden agruparse en cuatro capítulos mayores: motivación; estímulo; respuesta; y recompensa. Visto de otra forma, para poder aprender uno debe desear algo; percibir algo; hacer algo; y lograr algo que desea. Las necesidades de investigar más profundamente en diversos sectores de estas áreas son cada vez más apremiantes porque es poco lo que, con certeza científica, se sabe sobre la enseñanza-aprendizaje. Hace falta someter a prueba renovada ciertas hipótesis y experimentar con nuevas variables. Para ello es necesario delinear, inclusive instrumentos más precisos para medir actitudes y motivaciones.

Gran parte de la producción de películas sirve para transmitir conocimientos. En cambio, el uso de ellas para provocar modificaciones en las

actitudes de la gente ha sido limitado y débil. Aquí da el libro una enumeración resumida de 13 hipótesis principales sobre cambios de actitud y de motivación mediante el uso de películas cinematográficas.

El hambre, la sed, el deseo y el dolor son conocidos como los principales agentes universales de motivación. Se los llama "primarios". Son importantes en la educación pero no lo son menos otros como la curiosidad intelectual, el deseo de obtener aprobación, la necesidad de resolver problemas y de obtener explicaciones lógicas, etc. Sin embargo, es escasa la investigación sobre estas motivaciones no primarias. Y eso no debe ser así.

Prosigue la obra afirmando que el aprendizaje es la conexión de respuestas a nuevos estímulos y que, para aprender, es indispensable percibir de la existencia de aquello aprendible. Pasa después a describir cómo es que la gente percibe las películas de cine. Señala, luego, que uno de los problemas que enfrenta quien enseña es la falta de algún recurso de comunicación que permita a quien aprende concentrarse en los estímulos deseables y desechar el "llamado" distractivo de los otros.

Otro de los capítulos del libro, después de indicar cuál es la misión de las películas de cine, explica la importancia de la participación y pasa a analizar la conveniencia de la recompensa inmediata al esfuerzo de aprendizaje. A continuación, destaca la ventaja probada de hacer que las películas sean lo más "realistas", lo menos abstractas que sea posible.

Por último, el libro da valiosa información sobre cuestiones relativas al cine educativo, como: la influencia específica de las películas versus la general; la superioridad del aprendizaje deductivo sobre el aprendizaje de memoria; los materiales significativos y organizados versus los que no lo son; el olvido y su neutralización mediante el repaso y la repetición; el valor de la demostración de los errores; el tratamiento expositivo comparado al tratamiento dramático; los tipos de público; y la necesidad de enseñar a la gente a apreciar el cine y aprender de las películas.

Una amplia bibliografía completa el trabajo.

INTRODUCCION A LA INVESTIGACION DE LA COMUNICACION COLECTIVA *

por

Ralph O. Nafziger y David Manning White (editores)

Resumen por Juan Díaz Bordenave

Este libro es una excelente síntesis de los principios y técnicas de investigación aplicados a los medios de comunicación colectiva -- periodismo, radio, televisión y publicidad. El libro fue preparado para servir a estudiantes universitarios, comunicadores profesionales y todos aquellos seriamente interesados en el desarrollo, las prácticas, y los problemas de la comunicación colectiva. El texto comprende las contribuciones de siete autores sumamente calificados, a saber:

1. Wilbur Schramm - El desafío de la Investigación en Comunicación

Schramm sugiere ciertas áreas a las cuales debiera dárseles prioridad en la investigación:

- a. los efectos de los grupos de referencia
- b. estudios de comunicadores, es decir, análisis de las instituciones comunicadoras, mediante estudios experimentales o de "observación participante".
- c. comunicación internacional
- d. eficacia de los medios de comunicación (del contenido y método de presentación)
- e. efectos de la comunicación colectiva sobre la vida del individuo (efectos sobre el gusto público y la imagen de la realidad)
- f. la comunicación de masas en la decisión colectiva (efectos sobre la conducta electoral del pueblo, las campañas de persuasión colectiva, etc.)

2. Malcolm McLean - Planeamiento de la Investigación

Los siguientes pasos de toda investigación son explicados e ilustrados con mucha claridad:

1. Definir el problema general y el objetivo principal del estudio

- A. Haga una lista de las premisas de las cuales parte
- B. Defina las contribuciones teóricas de su estudio
- C. Defina las contribuciones aplicadas de su estudio
- D. Muestre las relaciones de su problema con otros problemas
- E. Defina su población

2. Haga una lista de los objetivos secundarios

- A. Explique sus variables independientes y dependientes
- B. Especifique las hipótesis que va a probar

*Publicado por CIESPAL, Quito Ecuador. 501 p. Título en inglés: Introduction to Mass Communication Research, publicado por Louisiana State University Press, Baton Rouge, 1958. 244 p.

3. Escoja un método de medición
 - A. Asegúrese de que su instrumento de medición responde a sus preguntas
 - B. Pruebe previamente su instrumento en un pequeño estudio piloto
 - C. Averigüe la validez y la confiabilidad del instrumento.
4. Describa el esquema de análisis de los datos
 - A. De acuerdo a los objetivos de la investigación, escoja los modelos estadísticos disponibles, tales como pruebas estadísticas para diferencia, pruebas estadísticas para relación, análisis factorial, etc.
 - B. Asegúrese de que sus datos satisfagan los requisitos del modelo de medición escogido.
 - C. Describa posibles fuentes de tendenciosidad y medios de controlar el efecto de las mismas.
5. Organice la muestra: determine la precisión y el grado de generalización posible.
6. Planifique la codificación y la tabulación.
 - A. Investigue la posibilidad de usar calculadoras, seleccionadoras de tarjetas, computador electrónico.
 - B. Diseñe tablas y cuadros a usar en el análisis.
7. Tome medidas necesarias para adiestrar entrevistadores, codificadores, y sujetos a entrevistar.

3. Percy H. Tannenbaum - El Método Experimental en la Investigación en Comunicación

La investigación experimental se caracteriza por (1) observaciones más objetivas, independencia entre el observador y los datos, (2) control de las variables contaminadoras y (3) manipulación sistemática de variables específicas. Tannenbaum describe paso a paso uno de sus propios estudios experimentales:

1. aislamiento del problema
2. revisión de la literatura
3. formulación de hipótesis
4. definición operacional de las variables dependiente e independientes
5. diseño experimental
6. materiales para la prueba experimental, estructuración del estímulo
7. obtención de sujetos, muestras igualadas, etc.
8. confección de cuestionarios e instrucciones para los sujetos, de modo que éstos no se percaten del verdadero objeto del experimento
9. revisión final de los controles experimentales
10. recolección y análisis de los datos.

4. Roy E. Carter - Estudios de Campo en Comunicación

Este capítulo cubre aspectos de investigación en comunicación que se realizan fuera de la biblioteca o el laboratorio, y que obtienen sus datos directamente de las personas en sus situaciones corrientes. Carter discute por ejemplo los diversos sistemas de muestreo, y las variadas técnicas de entrevista, tales como

- A. preguntas estandarizadas con preguntas abiertas
- B. respuestas dicótomas o de escogencia múltiple, a preguntas estandarizadas
- C. la técnica de la "entrevista focalizada", de Merton
- D. las entrevistas individuales o en grupo, etc.

Carter ilustra también ciertos peligros que deben tenerse presentes en la redacción de las preguntas.

El autor discute las ventajas del cuestionario enviado por correo y finalmente detalla ciertas ventajas y desventajas de los métodos

- A. de cuestionario autoadministrado
- B. de panel
- C. del estudio de motivaciones

5. John E. Alman y David M. White - Métodos Estadísticos en la Investigación en Comunicación

Este capítulo es sumamente técnico y no hace otra cosa que resumir nociones de estadística que pueden encontrarse en forma mucho mejor explicada y detallada, en libros especiales de estadística para las ciencias sociales.

6. Paul J. Deutschmann - Medición en Investigación en Comunicación

El autor destaca la necesidad de que el desarrollo de la teoría sea acompañado de un desarrollo paralelo de los instrumentos de medición. Se trata también de un capítulo sumamente técnico.

7. Bruce H. Westley - El Método Científico y la Investigación en Comunicación

En este capítulo final, Westley trata de juntar todos los capítulos previos en un marco fiel a la filosofía de las ciencias. El autor enumera las características del espíritu científico:

- 1. Es objetivo, no-emocional, no-ético
- 2. Es más o menos abstracto
- 3. Es transmisible
- 4. Es acumulativo

Luego enumera las cualidades de la ciencia

- A. La ciencia es general y teórica
- B. Está fundada sobre la observación controlada
- C. Se orienta hacia la predicción
- D. Busca conexiones causales

- E. Es naturalista y determinista
- F. Busca la "parsimonia" y lucha por "lo completo"

Explica también que se puede enfocar la causalidad desde tres niveles:

1. mera correlación (A y B tienden a ocurrir juntas)
2. condición necesaria (A precede y produce B, pero C pudiera tener algo que ver con la producción de B)
3. condición suficiente (A precede a B; en las propiedades de A pueden hallarse las explicaciones de todas las propiedades de B).

El capítulo de Westley no es fácil de leer para quien no haya leído antes otras obras sobre la filosofía de la ciencia y el método científico.

CONDUCCION Y ACCION DINAMICA DEL GRUPO^{*}

por

George Neal, Joe Bohlen y J. Neil Ruddabaugh

Resumen por Juan Díaz Bordenave

Los autores de este libro son sociólogos rurales, con experiencia en procesos de formación y actividad de grupos, así como en procesos de difusión de ideas, particularmente agrícolas. La presente obra resume en forma accesible para el lego, el conocimiento práctico de los autores en materia de Dinámica de Grupos, disciplina sumamente relacionada con la Comunicación.

La obra consta de tres partes:

Parte I denominada Interacción de Grupo, contiene discusiones sobre los factores individuales y sociales que influyen sobre la manera en que las personas trabajan juntas en grupos, dentro de un marco democrático. Se estudian los factores de la dinámica interna del grupo, así como los de la dinámica externa; se hace una diferencia entre el Grupo en sí, sus Objetivos o Fines, y las Técnicas que el grupo utiliza para alcanzar sus objetivos.

Parte II denominada Técnicas, contiene un conjunto de recomendaciones para el uso de los siguientes métodos empleados en el trabajo con grupos:

Discusión en grupos pequeños
La Discusión 66 (para quebrar un auditorio grande en grupos pequeños)
El método del grupo "de cuchicheo"
El simposio
El panel
El panel con interrogadores
El comité inquisidor (en portugués: "inquérito")
El diálogo
La entrevista
La charla o conferencia
La Sesión de pensamiento creativo (SPC)
Desempeño de papeles o dramatización
Asambleas
Taller-aula
Conferencias (reuniones)

*Publicado por Editorial Kapelusz, Moreno 372, Buenos Aires, Argentina. Versión en inglés: Leadership and Dynamic Group Action, publicado por The Iowa State University Press, Ames, Iowa, 1962. 332 p. Precio 420 pesos argentinos (US\$3.00)

La parte III, llamada Evaluación, es parte muy valiosa debido a que resume procedimientos poco empleados entre nosotros, tales como los recursos para averiguar hasta qué punto un trabajo de grupo es productivo o estéril, cómo se han desempeñado sus distintos elementos, cómo complementar la labor deliberativa hacia una acción eficaz, etc.

La lectura de este libro se recomienda particularmente a los encargados de adiestrar personal así como a los agentes de cambio que procuran conseguir el apoyo de grupos ya existentes u organizados "ad hoc", para instrumentar sus programas.

El libro desafortunadamente no contiene un capítulo que estudie cómo ligar el trabajo de grupo con el empleo de la radio o la televisión con fines de educación o promoción de cambios.

El libro contiene al final una buena lista de Lecturas Sugeridas.

LA COMUNICACION EN EL DESARROLLO ECONOMICO*

Informe del Seminario sobre "El Papel de la Comunicación en el Desarrollo Económico", Santiago de Chile, Octubre 26 a 31 de 1964.

Editado por Raul E. Torres

Resumen por Juan Díaz Bordenave

El seminario cuyos trabajos contiene este informe fue celebrado en forma cooperativa por el Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas de la OEA y el Programa Interamericano de Información Popular de la American International Association, bajo los auspicios del Ministerio de Agricultura de Chile. Se reunieron en dicho certamen varios tipos de profesionales. Había allí por ejemplo administradores de programas de desarrollo agrícola, como lo eran los representantes del Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA) de Argentina, y de la Associação Brasileira de Crédito e Assistência Rural (ABCAR) del Brasil. Había también científicos sociales, tales como el Decano de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Agraria del Perú, y un profesor de sociología de la Universidad de San Marcos. Había también profesionales de la comunicación, los que formaban la mayoría de los asistentes. En total nueve países estuvieron representados.

La lista de los trabajos contenidos en este informe es la siguiente:

El Papel de la Comunicación en el Desarrollo Rural de Latinoamérica.
Alfonso Castronovo, Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria,
Argentina.

La Comunicación y el Desarrollo - Un análisis sociológico de sus relaciones.
Hernán Godoy, Profesor.
Instituto de Sociología, Universidad del Perú.

La Comunicación en Extensión Agrícola y los Programas de Crédito Rural.
Geraldo Domínguez Machado, Director
Asociación Brasileña de Crédito y Asistencia Rural.

La Investigación Social y la Comunicación en el Medio Rural.
Presbítero Oscar Domínguez, Sociólogo
Instituto de Educación Rural, Chile

La Comunicación en la Reforma Agraria y en los Programas de Colonización
Walter L. Crawford, Director Regional
Programa Interamericano para el Desarrollo Rural, Brasil

* Publicado por Ministerio de Agricultura de Chile, Departamento de Extensión Agrícola, Publicación Miscelánea Nº 11, Santiago, Chile, 1965.

La Formación de Especialistas en Comunicación

Luis Ramiro Beltrán, Jefe, Programa de Comunicación en Educación Agrícola Superior.

Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas (Zona Andina)

La Documentación en las Ciencias Agrícolas

Alejandro MacLean y Estenós, Comunicador

Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas (Zona Sur)

La Investigación: La Llave del Futuro en la Comunicación para el Desarrollo.

Juan Díaz Bordenave, Jefe

Servicio Interamericano de Comunicación, Costa Rica

Planificación de la Comunicación

Delbert Myren, Asesor en Divulgación

Fundación Rockefeller, México.

La Comunicación en Instituciones de Educación Superior

Carlos S. Schlottfeldt, Educador

Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas (Zona Sur)

Las discusiones del seminario culminaron en una serie de recomendaciones, que por su interés para la orientación de la comunicación en América Latina en un sentido de favorecer el desarrollo económico, merecen ser incluidas en este resumen y que son las siguientes:

1. Los Gobiernos, como representantes de los pueblos y ejecutores de su voluntad, tienen entre otras, una función fundamental, la de hacer llegar a todos los ciudadanos las informaciones y los conocimientos que los induzcan a participar en los esfuerzos de desarrollo económico y social y les permitan beneficiarse de ellos.

La función de comunicar es particularmente importante en la gestión del desarrollo rural, ya que los agricultores latinoamericanos contribuyen con un elevado porcentaje de los recursos para el desarrollo, y porque la revolución agrícola necesita la difusión de nuevas tecnologías y de concepciones más racionales de producción. La adquisición de conocimientos y habilidades por parte de los agricultores, además, constituye la base para que puedan mejorar su condición humana y social.

2. En vista de que la comunicación, en su triple carácter de proceso, arte y ciencia, puede contribuir decisivamente a cumplir los objetivos de cambio, las organizaciones nacionales de desarrollo rural deben adquirir conciencia de la potencialidad de la comunicación y establecer sistemas de comunicación integrados orgánicamente con sus programas técnicos y educativos, y dotados de las facilidades adecuadas para ejercer eficazmente sus funciones.

3. Para poder contribuir eficazmente al desarrollo, los comunicadores latinoamericanos procurarán elevar constantemente su nivel de preparación profesional, agregando a su experiencia en construir mensajes y manejar medios de comunicación, la habilidad de estudiar los factores psicológicos, sociológicos, económicos y ambientales que facilitan o

dificultan la recepción de conocimientos, el cambio de actitudes y de comportamiento, de la población rural, en una dirección favorable a los objetivos del desarrollo.

4. En la medida en que los comunicadores demuestren su capacidad profesional elevada, su presencia en los consejos de planeamiento de programas de desarrollo será más frecuente y más valiosa. El comunicador tendrá oportunidad de participar en la elaboración de los programas y de planear la comunicación según los objetivos del mismo teniendo en vista los efectos que se desean lograr en el comportamiento de los agricultores, los medios disponibles y aconsejables para lograrlos, así como las circunstancias que rodean la toma de decisiones por parte del agricultor.

En tal capacidad, el comunicador tiene el deber moral y profesional de expresar su resistencia a recomendar a los agricultores la adopción de prácticas en circunstancias en que no se dan las demás condiciones necesarias para la adopción satisfactoria, tales como capital, crédito, asistencia técnica completa, mercado, etc. El desconocimiento o la indiferencia ante estas condiciones limitantes son causa frecuente del fracaso de costosos esfuerzos de comunicación.

5. La elevación del nivel de preparación profesional de los comunicadores parece exigir la participación de las universidades en los esfuerzos de adiestramiento, hoy por lo general a cargo de los mismos organismos de acción. La participación creciente de las universidades en la formación de los comunicadores puede eventualmente culminar en el ofrecimiento de cursos universitarios regulares de comunicación, siguiendo así el rumbo marcado por la Universidad Agraria del Perú y la Universidad de Buenos Aires.

Hasta tanto las universidades latinoamericanas no ofrezcan dichos cursos se propugna el envío de comunicadores a universidades de Europa y Estados Unidos, para formar los futuros profesores universitarios de comunicación.

6. En vista de que los fondos asignados en los presupuestos nacionales al adiestramiento avanzado de especialistas en comunicación para el desarrollo son insuficientes para cumplir sus objetivos, se insta a las instituciones internacionales de asistencia técnica y a las fundaciones filantrópicas, a conceder un mayor número de becas que permitan el envío de comunicadores latinoamericanos a universidades extranjeras para seguir estudios avanzados.

7. Los participantes del seminario perciben claramente la importancia de la investigación en comunicación, de un tipo tal que al mismo tiempo que ayuda a resolver problemas operativos de los programas de desarrollo, contribuya a la emergencia de una teoría general de la comunicación en los países en desarrollo. En tal sentido, se insta a las instituciones dedicadas al desarrollo rural, a que dediquen presupuesto y facilidades a la realización de los estudios necesarios para planear los programas de comunicación sobre la base más sólida del conocimiento de la realidad rural, así como de la eficacia relativa de los diversos métodos de provocar cambios.

8. Si la comunicación de nuevos conocimientos a los agricultores es fundamental para el desarrollo, no lo es menos la comunicación de los resultados de la investigación agrícola a los técnicos. Se necesita formar una mayor cantidad de comunicadores científicos y editores técnicos de alta calidad, capaces de interpretar el pensar y el hablar de los investigadores y de diseminar los resultados de la experimentación a los técnicos, así como también al público en general mediante la divulgación científica popular.
9. Ha de encontrarse una solución para el problema de la acumulación constante de nuevos conocimientos científicos y técnicos. Han de buscarse formas de digerir y sintetizar grandes volúmenes de información para ponerlos al alcance de los investigadores y técnicos. En cuanto a los centros de documentación agrícola existentes, los comunicadores pueden ayudar a que los servicios de aquellos sean intensa y ampliamente utilizados por investigadores y técnicos en cada país.
- 10 El comunicador tiene la obligación de hacer llegar a los investigadores las necesidades de información de los agricultores. Para eso es indispensable un contacto intenso de comunicadores con agricultores y un estudio serio de las condiciones agronómicas locales.
11. Se considera deseable que los programas de reforma agraria que se están desarrollando en América Latina, desde sus comienzos, tomen medidas para un uso sistemático de la comunicación, de modo de lograr el apoyo de la opinión pública nacional, de estimular la participación de los agricultores y de ayudar a introducir los mejoramientos sociales y tecnológicos necesarios en las etapas avanzadas del proceso de la reforma agraria.
- 12 Para aumentar la eficacia de los programas de comunicación para el desarrollo rural, se sugiere combinar el uso de los medios de comunicación colectivos, tales como radio, T.V., periódicos, revistas, etc., con las formas de comunicación interpersonal al nivel de la comunidad local. Cada una de esas formas de comunicar, por sí solas, su fren limitaciones serias: la comunicación interpersonal no permite al canzar una proporción significativa de la población rural y los medios colectivos no producen por sí solos un impacto de cambio significativo en sus amplios públicos. Se cree aconsejable trabajar con los líderes de las comunidades, dentro del marco de las organizaciones sociales preexistentes en las mismas.
- 13 Para facilitar el uso combinado de medios colectivos e interpersonales por parte de los agentes de cambio localizados en las áreas rurales, los comunicadores tienen oportunidad de ofrecer sus servicios para adiestrar dichos agentes de cambio en el uso eficaz de los medios colectivos. Al hacerlo, recordará no sólo enseñar el manejo de dichos medios sino también el tipo de efecto que ellos son capaces de producir en relación con factores personales, sociales y ambientales.
- 14 Se nota una deficiencia lamentable en la comunicación entre los comunicadores latinoamericanos. Como caminos para un mayor acercamiento mutuo se recomienda:

- ~~4~~
- a. apoyo y participación activa en la publicación del órgano denominado "Comuniquémonos" que el PIIP ha comenzado a producir periódicamente en Montevideo;
 - b. realización de reuniones nacionales, regionales y hemisféricas, con cierta periodicidad, para cambiar ideas y experiencias;
 - c. fundación de una asociación panamericana de comunicadores profesionales, dedicados al mejoramiento constante de la profesión y el acercamiento entre los comunicadores de América.

15 Finalmente se recomienda mantener un permanente contacto entre los comunicadores para llegar a establecer un "Código de Ética Profesional".

INFORME DEL PRIMER SYMPOSIUM INTERAMERICANO DE INVESTIGACION*
DE LAS FUNCIONES DE LA DIVULGACION EN EL DESARROLLO AGRICOLA

Editado por Delbert T. Myren

Resumen por Juan Díaz Bordenave

A pesar de su largo y complicado título, este Informe está llamado a ejercer una influencia poderosa en el desarrollo del pensamiento y la acción en comunicación en América Latina y tal vez también en los Estados Unidos. Por qué razón? Por varias razones:

- a. Porque el simposio reunió a tres clases de especialistas que juntaron sus respectivos enfoques disciplinarios para estudiar el tema central. Participaron en el simposio calificados sociólogos, economistas y comunicadores.
- b. Porque el simposio reunió a especialistas latinoamericanos y norteamericanos representándose así las experiencias de un país desarrollado y de varios países subdesarrollados.
- c. Porque el simposio sólo trató de una manera indirecta de las técnicas de divulgación y seconcentró más bien en identificar las líneas de investigación más promisorias para servir de guía a los dirigentes de programas de acción.
- d. Porque de las discusiones de las cuatro Mesas de Trabajo del simposio, emergieron recomendaciones sobre las investigaciones necesarias en cuatro áreas fundamentales de la comunicación para el desarrollo.

Dichas cuatro áreas fundamentales fueron las siguientes:

1. Mecanismos para crear, coleccionar y adaptar conocimientos para el desarrollo agrícola.
2. Medios de información y procesos de difusión de la información en comunidades rurales poco desarrolladas.
3. Medios y técnicas necesarios para transmitir información.
4. Utilización de la información por el individuo para hacer sus decisiones.

En estas cuatro áreas, los participantes del simposio confeccionaron listas de los tipos de estudio que se necesitan con prioridad. Además de producir estas prioridades, los participantes presentaron trabajos individuales, los cuales constituían informes de investigaciones ya realizadas o bien esquemas teóricas útiles para analizar situaciones y problemas de comunicación y generar nuevas hipótesis.

*Publicado por Instituto Nacional de Investigaciones Agrícolas (INIA), Londres 40, México D. F., México, 1964. 180 p.

A continuación se mencionan los trabajos presentados, los cuales se hallan completos en el Informe que comentamos:

Los requisitos para el desarrollo agrícola. Arthur T. Mosher.

Función de la comunicación en el desarrollo agrícola. Armando Samper

La selección, definición y conceptualización de los problemas de investigación en comunicaciones. Eugene A. Wilkening.

Forma en que los servicios de extensión pueden auxiliar y al mismo tiempo beneficiarse con las investigaciones en el campo de las comunicaciones. Felipe Gaytán C.

Planeación de investigaciones necesarias para el desarrollo agrícola. José Guevara Calderón.

Investigaciones necesarias sobre los problemas de información en el mercado de productos agrícolas. Milton E. Morris.

Una evaluación de las contribuciones económicas de un programa de investigación agrícola. Nicolás Ardito Barletta.

Investigaciones necesarias sobre la corriente de información entre científicos, técnicos y otro personal involucrado en labores de investigación. Mario Gutiérrez Jiménez.

La comunicación entre científicos. Richard D. Powers.

La enseñanza de agrónomos profesionales en la transmisión de conocimientos. Basilio Rojas.

Experimentos en el uso de medios de comunicación masivos para estimular la planificación de la familia. Donald J. Bogue.

Problemas en la comunicación de los programas de acción de los gobiernos a las masas campesinas. Susana Amaya Puerto.

El estudio de comunidades como fuente de comprensión de los problemas de comunicación. Manuel Alers-Montalvo.

Investigación necesaria sobre las estructuras de la comunicación interpersonal en comunidades rurales tradicionales. Herbert F. Loinberger.

La disponibilidad y uso de los medios de información en una región agrícola en desarrollo. Juan Antonio Canizales.

El papel del individuo y el de la comunidad al comunicar información sobre prácticas agrícolas mejoradas. Guillermo Bonfil Batalla.

Estudio comparativo del proceso de innovación: fuentes de información en el proceso de adopción para el herbicida 2, 4-D, en tres comunidades rurales colombianas. Everett M. Rogers.

Hacia una teoría de la difusión de tecnología. C. Milton Coughenour.

Orientación hacia el cambio y el proceso de adopción. F. B. Waisanen.

Factores sociológicos y psicológicos relacionados con la recepción de información instrumental entre agricultores del nordeste brasileño. Juan Díaz Bordenave.

El papel de la información en las decisiones de agricultores bajo con

diciones de riesgo e incertidumbre. Delbert T. Myren.

Fuentes y usos de información por parte de nuevos propietarios.
Marion R. Brown.

La efectividad de diferentes medios de información en la promoción de asistencia a las demostraciones agrícolas celebradas en 1963 en los cinco centros regionales de investigación del INIA. Omar Aragón V., Heliodoro Díaz C., J. de Jesús Martínez G.

Lectoría e impacto de la página agrícola de "El Dictamen" de Veracruz. Gregorio Martínez Valdés.

El Mangal, un ejido del trópico mexicano. Leobardo Jiménez S.

La parcela escolar como un medio para diseminar información relativa a mejores técnicas agrícolas. Víctor Lara Flores.

Factores sociales y económicos que influyen en la difusión y adopción del maíz híbrido en el Bajío. Jesús Martínez Reding.

La difusión y adopción del cultivo de la soya en el valle del Yaqui. Abdo Magdub Méndez.

Finalmente, los participantes del simposio, en asamblea plenaria, aprobaron las siguientes recomendaciones, que transcribimos por su importancia para el desarrollo de la comunicación en América Latina:

Que el informe de este Simposio sea ampliamente distribuido -- especialmente en América Latina y en los Estados Unidos -- a las agencias de investigación y acción en información interesadas en los problemas teóricos y prácticos comprendidos en la comunicación con la población rural.

Que el adiestramiento de jóvenes investigadores en comunicación agrícola sea estimulado y fomentado en el curso de la investigación, como medio de aumentar el estudio y el tratamiento de los vastos problemas de información que enfrenta América Latina. Y que los científicos sociales norteamericanos que trabajan en América Latina procuren en toda forma posible trabajar en cooperación con científicos sociales latinoamericanos, de modo que estos últimos puedan mantener y usar la experiencia obtenida en esos esfuerzos para el desarrollo de la ciencia social latinoamericana.

Que el desarrollo agrícola de América Latina requiere la existencia de muchos técnicos que sean agentes de cambio, adecuadamente adiestrados en comunicaciones, capaces de efectuar investigación sobre la comunicación de información a diferentes niveles, desde estudios simples del impacto de los métodos informativos hasta complejos estudios teóricos orientados al desarrollo de conceptos e instrumentos útiles para el análisis. El adiestramiento de estos agentes de cambio será más eficaz si se lo efectúa en el mismo ambiente social y cultural en el cual se ejercerá su futura acción. Por consiguiente, debe darse todo apoyo y estímulo al establecimiento de programas graduados de comunicación y estudios sociales en las instituciones nacionales de educación agrícola superior.

Que las agencias e instituciones de investigación consideren la realización de programas de investigación de larga duración en las áreas rurales, con mayores esfuerzos experimentales para ayudar al proceso de cambio, evitando en lo posible hacer investigación principal o exclusivamente para desarrollar principios científicos.

Que los problemas de organización y administración de las agencias de información y extensión, y otras organizaciones dedicadas a promover el desarrollo rural, no sean descuidados cuando se estudian las funciones de la comunicación.

Que los investigadores presten una atención constante a conseguir una distribución más amplia y un uso más intenso de sus materiales, tanto por parte de sus colegas latinoamericanos y norteamericanos, así como por parte de aquéllos que deben interpretar y usar información en las áreas rurales, y especialmente mediante la publicación de los resultados de la investigación tanto en español y portugués como en inglés.

Que todos tomemos en consideración en mayor grado la complejidad de los problemas agrícolas en los países en desarrollo, de modo de formar conceptos más adecuados de las funciones y las contribuciones potenciales de la comunicación para el desarrollo agrícola.

Que se estimule la formación de asociaciones nacionales de personas interesadas en la difusión de nuevas ideas agrícolas en los países latinoamericanos, incluyendo tanto a científicos sociales como a especialistas en información y extensión, con el ideal de largo aliento de eventualmente organizar una Asociación Interamericana que organice periódicamente reuniones nacionales e internacionales.

THEORY AND PROBLEMS OF SOCIAL PSYCHOLOGY *

por

David Krech y Richard S. Crutchfield

Resumen por Juan Díaz Bordenave

La Psicología Social es una disciplina en la cual se integran especialmente los principios y hallazgos de la Psicología y de la Sociología. Como se trata de una disciplina relativamente nueva, los psicólogos sociales por lo general provienen de uno de aquellos dos campos. Se nota un énfasis diferente en los psicólogos sociales que vienen de la Psicología del de aquellos que vienen de la Sociología. Krech y Crutchfield, los autores de este libro, vienen de la Psicología, y por consiguiente el presente libro pone esa orientación en evidencia. Este libro se publicó en 1948, a tiempo de incorporar a su contenido algunos avances importantes de la Psicología Social. Así por ejemplo, en el Prefacio los autores anuncian que su libro recibió la influencia de cuatro nuevas tendencias significativas:

- a. el creciente reconocimiento del papel fundamental que los procesos de la percepción juegan en las creencias, actitudes, pensamientos y acción del hombre;
- b. la gran influencia del nuevo campo de investigación abierto por Kurt Lewin, (psicólogo austriaco residente en los Estados Unidos) con su Dinámica de Grupos;
- c. como consecuencia de las actividades de los psicólogos durante la Segunda Guerra Mundial se acumularon muchos conocimientos nuevos y se desarrollaron varias técnicas de medición e investigación de campo;
- d. el trabajo de los psicólogos, psiquiatras y sociólogos durante la guerra demostró la necesidad de integrar los datos de la sociología y de la clínica psiquiátrica con los fenómenos psicológicos. El presente libro, en consecuencia, dedica bastante espacio a tratar diversos ángulos sociológicos, dentro de su explicación psicológica del comportamiento humano.

Los autores explican que

"la manera principal en la cual este libro difiere de muchos otros sobre psicología social es en su insistencia en un tratamiento SISTEMÁTICO del campo de la psicología social. Nuestra intención es (1) clarificar los principios psicológicos básicos de motivación, percepción, y aprendizaje, y generalizarlos de modo que puedan aplicarse a situaciones sociales; (2) establecer los principios que gobiernan la formación y operación de creencias y actitudes y (3) ver cómo estas generalizaciones pueden ser aplicadas a problemas sociales concretos y, si es posible, ayudar en su solución."

*Publicado por The McGraw-Hill Book Company, Inc. (Series in Psychology), 1948.

Estos tres aspectos del plan del libro corresponden respectivamente a las tres partes en que el libro se divide:

Parte I - Análisis en términos de principios de Motivación, Percepción y Aprendizaje

Parte II - Procesos Sociales

Parte III - Aplicación a Problemas Sociales Contemporáneos

La primera parte, extraordinariamente útil para los comunicadores que deseen entender al público y su comportamiento, cubre los principios fundamentales de la Psicología Social, como ciencia básica y como ciencia aplicada a resolver conflictos sociales. Se ilustran los tres niveles de análisis mediante los cuales se puede atacar el tema de la Psicología Social, a saber (1) el nivel del comportamiento social del individuo, (2) el nivel del comportamiento de los grupos sociales y (3) el nivel de la operación de las organizaciones sociales o instituciones. El libro pone su énfasis en el primer nivel de análisis, es decir, en la conducta social del individuo.

En esta Parte I, se incluyen los siguientes capítulos:

Capítulo 1 - El campo y los problemas de la Psicología Social

2 - La dinámica del comportamiento

3 - Como percibimos el mundo

4 - Como reorganizamos nuestras percepciones

La Parte II se dedica a estudiar las creencias y actitudes, conceptos que son muy bien definidos e ilustrados para el lector poco familiarizado. También se estudian los métodos de medición de creencias y actitudes. Más adelante se analizan ciertas funciones sociopsicológicas muy importantes en la actualidad, tales como la sugestión y la propaganda. La segunda parte también ofrece un breve examen de los otros dos niveles del análisis social, es decir, el análisis de la dinámica de grupos y el análisis institucional

La lista de los capítulos contenidos en la Parte II da una idea del enorme interés de este libro para los comunicadores educativos:

Capítulo 5 - Creencias y actitudes humanas

6 - Desarrollo y cambio de creencias y actitudes

7 - La medición de creencias y actitudes

8 - La investigación de la opinión pública

9 - Persuasión mediante propaganda

10 - La estructura y función de los grupos sociales

11 - Moral de grupo y liderazgo de grupos

La Parte III simplemente aplica los conceptos desarrollados en las dos primeras partes, al análisis de varios problemas sociales de alta

significación en el mundo contemporáneo, tales como el antagonismo racial, los conflictos industriales y las tensiones internacionales

No es necesario poseer una base muy amplia en las ciencias sociales para leer, entender y utilizar este libro. Todo comunicador debiera adquirirlo para su biblioteca profesional. Existe una traducción del libro de Krech y Crutchfield al francés, pero ignoramos si existe una al español.

THE ACHIEVING SOCIETY *

por

David C. McClelland

Resumen por Juan Díaz Bordenave

El propósito de McClelland, psicólogo norteamericano, es averiguar

"qué puede contribuir la psicología moderna para entender por qué algunos hombres se concentran en las actividades económicas y son conspicuamente exitosos en ellas".

La hipótesis central de la obra es que un elevado promedio de lo que se llama "necesidad de realizar" en los habitantes de una sociedad conduce a una mayor intensidad de actividad empresarial, la cual a su vez conduce al desarrollo económico. ¿Cuáles son las características de las personas que tienen alta "necesidad de realizar"? Según los datos que presenta McClelland, ellas son: esas personas provienen más de la clase media (en los EEUU) que de las clases alta y baja; tiene mejor memoria para tareas inconclusas; se presentan más como voluntarios para ser sujetos de experimentos; son más activas en actividades de la universidad y de la comunidad; escogen trabajar con expertos en lugar de con amigos; son más resistentes a la presión social, y no pueden dar informes exactos sobre en qué consiste su "preocupación interna" con las realizaciones, etc.

McClelland cree posible demostrar que el protestantismo como doctrina favorece más que el catolicismo la creación de personalidades con alta necesidad de realizaciones.

El autor sostiene que es en la infancia cuando se forma la personalidad realizadora, particularmente cuando los padres dan al niño un adiestramiento orientado hacia la independencia. Los niños de alta necesidad de realización, serán mañana los empresarios dinámicos que provocarán el desarrollo económico de sus países.

En cuanto a la metodología que McClelland utiliza para probar la hipótesis central de su obra, es bastante variada y el autor hace esfuerzos por emplear métodos cuantitativos y análisis estadísticos.

A. Para probar que hay correlación entre la "necesidad de realizar" y el desarrollo económico en diversos países y épocas históricas, McClelland partió de la base de que el índice de "necesidad de realización" en una cultura puede hallarse analizando el contenido de las historias para niños en los libros escolares.

* Publicado por Van Nostrand Company Inc., Princeton, 1961.

Cree él que las historias para niños en las cuales aparecen muchos héroes realizadores, deben producir niños de alta necesidad de realización. Por lo cual los países o épocas con historias para niños en que dominan los héroes realizadores, serán países o épocas en que habrá habido considerable desarrollo económico. El desarrollo económico, McClelland lo cuantifica en distintas formas. Así por ejemplo, para la Grecia antigua el índice es el número de millas cuadradas de territorio con comercio activo; para el período preincaico en el Perú, el índice es la construcción de edificios y para el Siglo 18 en Inglaterra es el ritmo de incremento en las importaciones de carbón en Londres. Para épocas más recientes (1925 a 1950 en los Estados Unidos) usa cifras de ingreso real internacional y cantidad de potencial eléctrico producido per cápita.

B. En otros estudios contemporáneos, McClelland mide la "necesidad de realizar" usando una técnica proyectiva, el "Thematic Aperception Test" (TAT), así como cuestionarios para entrevistar madres, niños, adolescentes, hombres de negocios, etc.

Aunque le da una influencia central a la "necesidad de realizar", McClelland también toma en cuenta la probable significancia para el desarrollo económico de otras motivaciones, tales como la necesidad de afiliación y de poder. El autor cree que también está relacionada con el desarrollo económico la cualidad llamada por David Riesman "dirección por fuerzas externas" ("Other-directedness") y definida por él como "el desplazamiento de las lealtades a las instituciones tradicionales, por las nuevas ideas y opiniones expresadas por los medios de comunicación colectiva".

McClelland sostiene que sería posible, sobre la base de medir en los jóvenes de un país la "necesidad de realizar" y la "dirección por fuerzas externas", podría predecirse el éxito del desarrollo económico en el futuro inmediato, en dicho país.

"Estos descubrimientos abren toda una perspectiva nueva -- la posibilidad de la planificación social en términos de sus efectos psicológicos, además de sus efectos más racionales económicos o políticos. Puede hasta concebirse que una política dada de inversión debiera ser juzgada tanto según sus efectos sobre la gente, o sea, sobre el nivel de "necesidad de realizar", como según objetivos más estrictamente económicos. El camino más corto para conseguir objetivos económicos pudiera resultar ser cambiar primero a las personas", afirma McClelland.

Consecuente con su creencia de que el desarrollo de las personas es el factor más crucial en el desarrollo económico, McClelland aconseja a los economistas: "Pongan atención a los efectos que sus planes tendrán sobre los valores, motivos y actitudes de la gente, porque a la larga son estos factores los que determinarán si los planes tienen éxito o no en acelerar el desarrollo económico".

Aunque un científico social exigente encontraría muchos peros en la forma con que McClelland trata de probar sus hipótesis, este libro llama la atención en forma sumamente original y seria hacia los factores

no económicos del desarrollo.

Junto con los libros "Man Takes Control", de Erasmus, y "On the Theory of Economic Growth", de Hagen, contribuye a una mejor comprensión de la dinámica humana del desarrollo económico.

Para los comunicadores el libro tiene importancia desde el punto de vista de la atención que merecen los factores psicológicos y de personalidad en el complejo cuadro del cambio cultural y social que acompañan al desarrollo económico.

HUMAN BEHAVIOR*

An Inventory of Scientific Findings

por

Bernard Berelson y Gary A. Steiner

"Cómo es probable que actuemos en materia de sexo, matrimonio, religión, política, negocios, y otras experiencias vitales? Dos conocidos científicos sociales, en un trabajo pionero basado en extensas investigaciones, ofrecen 1.045 conclusiones sobre la conducta humana". Esta inscripción, característica de la publicidad norteamericana, figura en la portada de este libro reciente, que está suscitando animadas controversias en el ambiente académico de los Estados Unidos.

Es que hacer un inventario de lo que se sabe en la actualidad sobre el comportamiento humano, es realmente una tarea que invita a la controversia. En efecto, a diferencia de las ciencias físicas y biológicas, en las ciencias sociales no son muchas las áreas en que hay unanimidad sobre resultados o "hallazgos" definitivos. Por otra parte, la selección de "hallazgos" a incluir, por más que los autores se impongan criterios objetivos, no puede menos que ser influida por la posición de los mismos autores, y por consiguiente discrepar con la selección que otros científicos harían. Recuérdese, además, que Berelson y Steiner ofrecen un inventario de los hallazgos de todas las ciencias sociales (excepto la Economía) no de una sola de ellas.

Los autores definen como "hallazgos" lo siguiente:

"Important statements of proper generality for which there is some good amount of scientific evidence"

lo que podría traducirse algo así como:

"Aseveraciones importantes de generalidad apropiada para las cuales hay una buena cantidad de evidencia científica".

Los autores dedican el primer capítulo de la obra a describir precisamente cómo es que se ha obtenido la evidencia científica mencionada en su definición de "hallazgos". Dicho capítulo es sumamente útil para los estudiantes de las ciencias sociales y para cualquier persona interesada en obtener una idea resumida y clara del método científico aplicado al estudio de la conducta humana.

En cuanto al contenido del libro, podemos detallar como sigue las

*Publicado por Harcourt, Brace and World, Inc., 1964, 721 p. US. \$12.00

áreas que comprende:

EL INDIVIDUO

Desarrollo del comportamiento
Percibir
Aprender y Pensar
Motivación

LA FAMILIA

RELACIONES INTERPERSONALES, EN GRUPOS PEQUEÑOS

ORGANIZACIONES

Religiosas
Económicas
Políticas
Educativas
Militares

CLASES SOCIALES

Estratificación
Relaciones étnicas

PUBLICOS

Comunicación colectiva o de masas
Opiniones, actitudes y creencias

LA SOCIEDAD

Demografía social
Geografía social
Cambio social
Conflicto social
Desorganización social

CULTURA

Como puede notarse, los capítulos van de lo más particular: el individuo--a lo más general: la sociedad y la cultura.

Cada capítulo está uniformemente organizado. Comienza con una breve sección en la cual se definen los términos más importantes que el lector encuentra por primera vez en ese capítulo. Sigue después una sección más extensa, en la cual se describen los "hallazgos", los cuales aparecen en la forma de aseveraciones numeradas acompañadas de material ilustrativo de diversos tipos (detalle de investigaciones realizadas, cuadros y tablas, figuras, etc.). Finalmente, cada capítulo termina con una pequeña lista de lecturas que pueden servir para que el lector interesado amplie su información sobre el área de que trata el capítulo.

Puede colegirse la extraordinaria utilidad de este libro. En primer término, da una visión de conjunto sobre el estado de adelanto, o de atraso, de las ciencias de la conducta humana. En segundo término,

pone al lector en contacto con las investigaciones más cruciales y le da una idea de cómo se realizaron. En tercer término, provee uti lísimas definiciones de numerosos términos (para un estudiante que está preparando una tesis por ejemplo, esto es muy valioso). Finalmente, para los comunicadores, el libro es una herramienta profesional, no sólo en lo que se refiere a los capítulos sobre comunicación colectiva, opiniones, actitudes y creencias, sino todos los demás capítulos, por la sencilla razón de que la comunicación puede afectar todos los aspectos del comportamiento humano.

Desafortunadamente, el precio de este libro es relativamente elevado. Cabe esperar que haya ediciones más baratas en el futuro, y que incluso la obra de Berelson y Steiner sea traducida al español y/o al portugués.

PERLUASION*

por

Herbert I. Abelson

Resumen por Juan Díaz Bordenave

Este libro analiza los factores importantes en el proceso de persuadir, es decir, de causar cambios en las opiniones y actitudes del público mediante la comunicación.

El libro es una síntesis de lo que se sabía en esta materia en 1959, y como tal no da una contribución propia sino que compila los resultados de la investigación hecha por diversos estudiosos de las ciencias sociales.

Lo más interesante de este libro es su presentación extremadamente sistemática. En efecto, en los capítulos 1 a 5, se presentan los siguientes factores del proceso de persuasión:

1. Cómo presentar los mensajes
2. La influencia de los grupos
3. La persistencia del cambio de opinión
4. El público como individuos
5. El comunicador que intenta persuadir

Para cada factor, Abelson plantea una serie de preguntas, y luego va presentando las respuestas obtenidas de la investigación ilustrándolas con estudios selectos. Tomemos por ejemplo el capítulo 4: El público como individuos. El autor plantea las siguientes preguntas:

- Cuando Ud. habla, quién piensa Ud. que está escuchando?
- Es conveniente o no diseñar sus mensajes según el nivel de inteligencia de su público?
- Para cambiar la opinión de alguien, qué debe Ud. saber sobre porqué él tiene esa opinión?
- Cuáles características de las personas las hace más susceptibles de ser influidas por la propaganda?

A continuación el libro da las respuestas correspondientes pero acompañando las de una muestra seleccionada de estudios que apoyan o justifican la respuesta dada. Como las respuestas son casi siempre muy generales, estos estudios que se dan como soporte desempeñan también la función de especificar un poco más las aplicaciones y las limitaciones de la respuesta general dada. Después de cada estudio el autor incluye también una Discusión que hace más claros los resultados de la investigación y su alcance.

Las respuestas que se dan a las preguntas del Capítulo 4 son:

Las personas que usted más desea que estén entre su auditorio son las que menos probablemente estarán ahí.

*Publicado por Springer Publishing Company Inc., New York, 1959. 104 p.

Se citan 5 estudios que apoyan esta respuesta.

El nivel de inteligencia de un auditorio determina la eficacia de algunos tipos de mensajes

Se detallan 2 estudios.

La persuasión exitosa toma en cuenta también las razones que están por detrás de las actitudes y no solamente las actitudes en sí.

Se describe un solo estudio importante.

Los rasgos de la personalidad del individuo afectan su susceptibilidad a la persuasión.

Se citan 4 estudios.

Este mismo patrón de presentación se sigue en los restantes capítulos. Se trata pues de un libro de cualidades didácticas. Como es un libro pequeño, de unas 104 páginas de texto, se lo lee fácilmente.

El libro proporciona una valiosa bibliografía de 139 citas.

COMMUNICATION AND PERSUASION

por

Carl I. Hovland, Irving L. Janis y Harold H. Kelley

Resumen por Juan Díaz Bordenave

Este libro informa sobre los resultados de un programa de investigación sistemática y coordinada, de ciertas variables que determinan los efectos de la comunicación persuasiva. Dicha investigación es del tipo "básico" y no "aplicado" u orientado hacia la acción, y utiliza preferiblemente el método experimental. Se trata de un libro bastante difícil de leer para quien no posea base alguna en comunicación, en psicología, o en métodos de investigación.

Los autores establecen una diferencia entre "actitud" y "opinión", siendo la segunda las "respuestas verbales" que un individuo da por efecto de situaciones de estímulo en las cuales "se plantea un asunto o pregunta general". Actitudes, en cambio, son "esas respuestas implícitas o subjetivas que están orientadas hacia gustar de o rechazar un determinado objeto, persona, grupo o símbolo". Actitudes y opiniones están íntimamente ligadas y un cambio en unas puede producir cambios en las otras y viceversa.

Se informan resultados de experimentos sobre los cuatro factores o elementos básicos del proceso de la comunicación, a saber:

1. el comunicador
2. los estímulos transmitidos por el mismo
3. el auditorio que responde a la comunicación
4. las respuestas o reacciones del auditorio a la comunicación

No se ha tenido en cuenta en los estudios el ambiente o situación en los cuales la comunicación se efectúa.

1. El comunicador: se investigaron experimentalmente los efectos de atributos o cualidades relacionados con la fuente: su credibilidad, la percepción de sus intenciones, y sus afiliaciones (a qué facción pertenece).
2. El contenido: Se estudiaron dos aspectos:
 - a. Los recursos utilizados para motivar. Por ejemplo: atemorizar a las personas. Ejemplo: persuadir a los

*Publicado por Yale University Press, New Haven, 1953.

niños a cepillarse los dientes utilizando incentivos basados en el temor a las caries, etc.

- b. Organización de argumentos persuasivos: se compararon los efectos de presentar sólo un lado de un argumento o los dos, para convencer a un auditorio; también se compararon los efectos de colocar un argumento al comienzo de un mensaje, o al final del mismo.
3. Auditorio: bajo el título general de "predisposiciones del auditorio", los autores estudiaron:
 - a. el efecto, sobre la respuesta del individuo a una comunicación, de la motivación hacia la conformidad con el grupo
 - b. el efecto de factores de la personalidad individual.
 4. Respuestas o efectos: se estudiaron dos categorías:
 - a. expresión externa de la nueva opinión
 - b. retención del cambio de opinión a través del tiempo.

RESULTADOS DE LOS EXPERIMENTOS

1. Comunicador: Las comunicaciones atribuidas fuentes de baja credibilidad tendieron a ser consideradas más tendenciosas e injustas en presentación que las comunicaciones idénticas atribuidas a fuentes de alta credibilidad; las fuentes de alta credibilidad tuvieron un efecto inmediato substancialmente mayor sobre las opiniones del auditorio que las fuentes de baja credibilidad; los efectos sobre la opinión no fueron el resultado de diferencias en la cantidad de atención o comprensión, sino más bien de variaciones en la credibilidad de la fuente la cual afectaba la motivación del auditorio para aceptar las conclusiones defendidas; el efecto positivo de fuentes de alta credibilidad y el efecto negativo de las fuentes de credibilidad baja tendían a desaparecer después de un período de varias semanas.

2. Contenido de la Comunicación (Mensaje) El uso de fuertes incentivos de temor interfiere con la eficacia general de una comunicación persuasiva si tales incentivos provocan un alto grado de tensión emocional sin suministrar un grado adecuado de garantías de seguridad. Las comunicaciones que llaman la atención del individuo a su afiliación a un grupo pueden inducirlo a tomar en cuenta la "saliencia" o importancia de las normas del grupo, al formar aquél su opinión sobre un asunto determinado.

3. Auditorio: Las personas más fuertemente motivadas a retener su afiliación a un grupo, demostraron ser las más resistentes a las comunicaciones contrarias a los standards de aquel grupo. En el cambio de la opinión individual, aquellos sujetos caracterizados por mayor inadecuación o desajuste social, inhibición de agresión, y tendencias

depresivas exhibieron los cambios de opinión más pronunciados, mientras que aquellos poseedores de síntomas agudos de psiconeurosis se mostraron resistentes a las comunicaciones persuasivas.

4. Factores de Respuesta: Los resultados no permitieron formular conclusiones definitivas con respecto al efecto del "desempeño de papeles" ("role-playing") sobre la aceptación de conclusiones. En cuanto a los efectos a través del tiempo, la investigación indicó alguna evidencia de efecto retardado de las comunicaciones persuasivas ("sleeper effect"), por el cual se notaba un mayor cambio de opinión después de pasado un tiempo de la recepción del mensaje.

Este libro es un extraordinario ejemplo de la aplicación del método experimental y cuantitativo al estudio de la dinámica del proceso de la comunicación. Su lectura es obligatoria para quien desee dedicarse eventualmente a la investigación en comunicación.

ASPECTOS SOCIALES DEL DESARROLLO ECONOMICO EN AMERICA LATINA *

E. de Vries y Medina Echavarría J. (Editores)

Resumen por Fernando Suárez de Castro

Se recogen en este volumen los trabajos que sirvieron de base a los debates de un grupo de expertos reunido en México, a fines de 1960, para estudiar el tema que le sirve de título.

Los trabajos se agrupan en cuatro secciones que en su orden se denominan: 1) Situación en América Latina; 2) Prerrequisitos para un rápido desarrollo económico; 3) Estrategia para la programación del desarrollo; 4) Papel de la educación, de la administración y de la investigación en el desarrollo.

En la Primera Sección se destaca un ensayo de tipología socioeconómica de los países latinoamericanos del cual son autores Vekemans y Segundo. Utilizando 25 índices que describen las condiciones económicas, la estratificación social, la cultura, el nivel de vida, la composición étnica y la situación política, los autores clasifican los países de la América Latina en seis grupos. Tres de ellos presentan tres situaciones equilibradas o "tres planos de desarrollo lento": el inferior (Centroamérica, y el Caribe excepto Costa Rica), el medio (países andinos del Pacífico) y el superior (países del cono sur del continente). El nivel inferior corresponde a la "situación arcaica" con problemas de integración de una masa indígena o mestiza a la vida civilizada y activa del país; de gran expansión demográfica; de integración cultural de una población en su mayoría analfabeta; de estratificación social biclasista impermeable; de una economía simplificada al máximo y sujeta a graves desequilibrios; de éxodo de la población agrícola a las capitales. El nivel medio se caracteriza por la "presencia de estructuras modernas yuxtapuestas a estructuras residuales y arcaicas, localizadas regionalmente". El nivel superior corresponde al desarrollo de estructuras modernas.

Los otros tres grupos tipifican situaciones de desarrollo rápido. Uno, formado por Bolivia y Paraguay incluye países que "hacen un esfuerzo serio, aunque unilateral, por salir del grupo inferior mediante políticas sociales o culturales". Otro (Panamá, Costa Rica, Venezuela y Cuba) engloba países "a los que un factor especialmente favorable en el orden económico, político o demográfico, produce un progreso relativamente artificial pero que trata de universalizarse a los otros sectores para adquirir un desarrollo rápido equilibrado". El último grupo (México y Brasil) exhiben un fuerte desarrollo equilibrado en sus factores, "pero a partir de una situación de grandes desniveles étnicos, sociales y geográficos".

* Publicado por UNESCO, Paris. Volumen I, 1963. 292 p.

La Segunda Sección se inicia con un análisis que hace Jorge Ahumada del desarrollo económico de América Latina en el período 1945 a 1958. En ese lapso la región se desarrolló con bastante rapidez sin que los factores que suelen considerarse como obstáculos al desarrollo (falta de ahorro, escasez de empresarios y de mano de obra especializada, e inflación) hubieran actuado con la fuerza que se les imputa en la doctrina económica. Benjamin Higgins analiza luego las condiciones necesarias para un rápido desarrollo económico en la América Latina anotando, entre otras muy interesantes observaciones, las siguientes: a) América Latina está mucho más cerca de poder financiar su propio desarrollo que Asia y Africa; b) las necesidades de capital son más bien de carácter cualitativo y no cuantitativo ya que se necesitan inversiones en la infraestructura (particularmente en medios de transporte) y gran parte de dichas inversiones necesarias no son atractivas para la empresa privada; c) la inflación crónica es un problema y la financiación nacional de nuevos proyectos a gran escala en materia de transporte y energía acentuaría las presiones inflacionarias; d) parece que la próxima fase del desarrollo latinoamericano exige la reanudación de un mercado de títulos nacionales o un aumento en la ayuda extranjera; e) el dualismo tecnológico existe pero es menos marcado que en Asia y Africa; f) la capacidad nacional de financiar el desarrollo está disminuída por la inestabilidad y la inseguridad de la balanza de pagos; g) es probable que el papel de la empresa pública sea mayor en el futuro crecimiento de esta zona que lo que fue en una etapa similar de desarrollo de los Estados Unidos; h) es necesario mejorar la formación de administradores y técnicos lo mismo que la educación general, i) para que el "gran impulso" se materialice habrá que resolver los actuales conflictos políticos.

En la Sección Tercera Gino Germani, sociólogo argentino, discute en términos muy generales y convencionales, lo que él llama la estrategia para estimular la movilidad social, la cual considera causa y efecto del desarrollo económico-social. En una contribución más original y específica Wilbert E. Moore discurre sobre las medidas para estimular el rendimiento y el sentido de la responsabilidad. Comienza por esbozar sendas teorías de la estructura y las motivaciones como generadoras o propiciadoras del desarrollo económico, para entrar luego a explicar el papel fundamental y múltiple de la escuela, y la importancia de la participación para estimular la responsabilidad individual.

En la Sección Cuarta, Oscar Vera describe la situación y los requisitos educacionales en América Latina; Roberto Moreira, en otra contribución, abunda en cifras y reflexiones sobre el mismo tema para concluir que en ninguna de las categorías de enseñanza se atienden a las necesidades de los pueblos y que, en general, los países del área no cuentan con los recursos económicos y técnicos "para atender íntegra y satisfactoriamente esas necesidades"; Herbert Emmerich se concreta al análisis de los escollos administrativos, el mayor de los cuales considera él que es la excesiva centralización de las operaciones del gobierno. Finalmente Waldemiro Bazzanella señala los campos prioritarios de la investigación social en América Latina y enumera, en su

orden, los siguientes: a) examen y crítica de los estudios ya realizados; b) formulación de métodos para el mejor aprovechamiento de los datos censales; c) determinación de las zonas sociales de América Latina; d) evolución de la estructura social y formación de un dualismo estructural en un desarrollo rápido y provocado; e) la estructura agraria en relación con el proceso de desarrollo; f) características de los procesos de urbanización y de industrialización y el modelo que este último ha seguido; g) la empresa y el empresario en América Latina; h) sistemas de estratificación y proceso evolutivo; i) estructura del poder y modificaciones que está sufriendo; j) educación y desarrollo; k) problemas metodológicos del planeamiento y elaboración de indicadores.

El volumen que comentamos trae como apéndice un informe del Grupo de Trabajo sobre los aspectos sociales del desarrollo económico en América Latina en el cual se resumen las conclusiones de la reunión.

ASPECTOS SOCIALES DEL DESARROLLO ECONOMICO EN AMERICA LATINA*

por

José Medina Echavarría y Benjamín Higgins

Resumen por Fernando Suárez de Castro

A fines de 1960 se reunió en México un grupo de expertos, bajo el patrocinio conjunto de UNESCO, Naciones Unidas y CEPAL a examinar los aspectos sociales del desarrollo económico de la América Latina. La documentación más importante de la reunión se publicó en el Volumen I ya comentado.

Cumpliendo con una recomendación del grupo, Benjamín Higgins, economista especializado en desarrollo y José Medina Echavarría, sociólogo mexicano, prepararon sendos trabajos en los cuales exponen sus criterios sobre la situación examinada por la conferencia, desde el ángulo de sus respectivas especialidades. El volumen que aquí comentamos contiene estos dos trabajos, junto con una recapitulación final elaborada por H. M. Phillips, Jefe de la División de Ciencias Sociales Aplicadas de la UNESCO, en la cual señala las coincidencias y discrepancias entre los dos enfoques.

Medina Echavarría comienza por hacer largas disquisiciones conceptuales tendientes a delinear un marco teórico dentro del cual acomodar el examen del "caso" latinoamericano. Destaca luego cómo la "transformación en profundidad" que está ocurriendo en América Latina es el resultado de un triple proceso que denomina transformación económica, integración nacional e integración supranacional. Señala los "supuestos socio-culturales" del primer proceso citando como ejemplos de ellos las variaciones de actitud y decisiones de voluntad que se reflejan en la modificación de diversos índices económicos tales como la composición de la demanda y el crecimiento a largo plazo de los gastos corrientes del Estado. Entendiendo por integración nacional la capacidad de participación efectiva en las actividades colectivas de una proporción considerable de los ciudadanos de un país, hace ver que el mundo indígena, el mundo en transición y el mundo moderno que un día coexistieron en casi todos los países, paulatinamente se amalgaman, mediante un proceso acelerado de homogeneización nacional espoleado por acontecimientos como la revolución mexicana, el peronismo argentino y el varguismo brasileño. Finalmente, y como movimiento menos claro y sostenido que el anterior, están los esfuerzos de integración supranacional obstaculizados por las diferencias y contrastes que se han desarrollado durante la formación de cada nacionalidad, con perfiles económicos y sociales propios y con aspiraciones a veces contrapuestas y hasta antagónicas.

* Publicado por UNESCO, Paris, 1963. Volumen II. 292 p.

Se exploya luego en una amplia descripción de la vieja estructura social escogiendo a la "hacienda" como unidad economicosocial representativa del orden tradicional. Explica los "rasgos sociológicos" de esa institución que constituyó una célula del poder político-militar al lado del económico, que fue núcleo de una dilatada estructura "familística" y creadora de un tipo humano y de un "carácter" singular. La transformación del sistema de la hacienda, provocada por factores económicos, ha ocurrido a todo lo largo del continente aunque en grados y formas diferentes y ha desembocado en su reemplazo más o menos amplio por la empresa capitalista. Pero ese tránsito de lo tradicional a lo moderno ha originado problemas humanos esenciales que se resumen en el vacío creado por la extinción o deterioro del paternalismo tradicional sin que se hubiera creado otra institución que lo reemplazara.

Entra después a considerar en forma breve la explosión demográfica y el fenómeno del urbanismo y se engolfa en un largo examen de la "disolución ideológica" de la América Latina, entendiendo como tal el paso del liberalismo (que se copió de Francia especialmente y que inspiró a las clases dirigentes hasta bien avanzado el siglo XIX), al positivismo primero y más tarde al "aquelarre de las más diversas, contradictorias y extravagantes ideologías e influencias". Por los años en que se produce este debilitamiento y dispersión de creencias ocurre, en sentido contrario y con no menos energía, un notable fortalecimiento del saber, "es decir de los conocimientos reales y potenciales". Por rara paradoja (tratándose de un sociólogo) el autor toma como ejemplo de ese fortalecimiento a las ciencias económicas y aprovecha la oportunidad para rendirles un homenaje entusiasta y largo al Fondo de Cultura Económica y a la CEPAL.

En la sección siguiente Medina Echavarría discurre sobre la estratificación social y los estudios que para medirla se han llevado a cabo en la América Latina, el papel de la clase media y de la nueva oligarquía industrial y bancaria que ha reemplazado paulatinamente a la oligarquía terrateniente. Desemboca en el papel de la política, la alteración que ha ocurrido en la estructura del poder, el papel del liberalismo y del conservatismo, como polos de actitudes políticas entre los cuales se encauzaron las inquietudes de la masa rural y urbana y el significado trágico de la quiebra del sistema bipartidista que al no ser cabalmente reemplazado crea un "gravísimo vacío político", el cual invita a la clase militar a tomar las riendas del poder.

Culmina por último el trabajo que examinamos en un polifacético análisis de la inestabilidad política de la América Latina y de la democracia, sus mudanzas de estructura y sus relaciones con la planificación para terminar en una fervorosa declaración de fe en el destino de la América Latina.

Benjamín Higgins, en contraste con Medina Echavarría, hace una desapasionada, ordenada y metódica presentación del tema que se le encargó. Enfrenta los aspectos sociales y económicos del desarrollo y destaca que la disyuntiva real es entre el método de análisis que utiliza el economista y el que usa el antropólogo, el sociólogo, el psicólogo o el especialista en la ciencia política.

En la sección II de su trabajo describe los factores básicos del insuficiente desarrollo de América Latina separándolos en internos (insuficientes inversiones en infraestructura; inadecuada distribución de la renta en relación con la "propensión óptima al consumo"; "dualismo tecnológico" y agudas diferencias regionales) y externos (términos desfavorables de intercambio; concentración excesiva de las exportaciones; inestabilidad en los precios de exportación; tendencias desfavorables de la demanda mundial de productos primarios).

Entra luego de lleno a examinar los aspectos sociales de la teoría del desarrollo económico para plantear la necesidad de aclarar, con ayuda de las ciencias sociales hermanas de la economía, si las funciones básicas del análisis económico (curvas de la demanda y de la oferta; funciones del consumo y la inversión, etc.) deben ser consideradas en los países de la América Latina como distintas de las mismas funciones en los países occidentales avanzados. El trabajo en equipo interdisciplinario será capaz de resolver este inmenso interrogante.

Examina luego los obstáculos sociales al desarrollo económico, comenzando por los "factores institucionales", y enumera entre ellos la casta y el sistema de clases que congelan a los individuos en ocupaciones ancestrales más en relación con su nacimiento que de acuerdo con sus habilidades o capacidad; la autarquía familiar y el sistema de lazos de parentesco que desalientan la iniciativa individual; el feudalismo y otras formas "anticuadas" de tenencia de la tierra; las prácticas religiosas y la fragmentación social. Existen, sin embargo, dificultades para aislar los "obstáculos sociales" para el desarrollo en razón de la poca claridad con que se distingue entre las actitudes fijas o conductas estereotipadas y la simple falta de oportunidad para conducirse de manera diferente. Da varios ejemplos para ilustrar el punto y explica cómo se han desarrollado extraordinariamente países con instituciones muy variadas y hasta contrapuestas llegando a convertirse una institución "obstáculo" en acicate y estímulo. Posiblemente ello indique que los sociólogos, antropólogos y expertos de la ciencia política no han proporcionado generalizaciones muy claras sobre las instituciones "obstáculo" y las que no lo son.

Tres factores sociales "obstáculos" examina luego Higgins ampliamente: la inmovilidad ocupacional y geográfica; la tendencia a la inflexión hacia atrás de la curva de la oferta de trabajo y la tendencia consubstancial a la inflación.

La necesidad de movilidad ocupacional y geográfica es muy grande en América Latina y a ella le atribuye Higgins una importancia fundamental en el desarrollo; advierte, sin embargo, que debe clarificarse si la carencia de movimiento desde regiones y empleos de baja productividad hacia otros que la tienen más alta, es consecuencia de instituciones sociales y actitudes individuales, o simplemente refleja la carencia de posibilidades de ocupación en los sectores y regiones de menor productividad. Hay indicios de que lo último es lo más frecuente. En contraste, parece haberse exagerado la importancia de la movilidad vertical

en el desarrollo y haberse confundido el efecto con la causa pues la verdad es que a medida que ocurre el desarrollo económico aumentan los empleos de clase media y no como se pregona con frecuencia que la creación de una clase media provoque el desarrollo.

La curva de tendencia regresiva de la oferta de trabajo no parece ser una característica exclusiva de los países atrasados sino que se manifiesta en toda sociedad que permanezca estacionaria o acuse una tendencia descendente durante un tiempo suficiente para que se debilite el "efecto de demostración" ofrecido por individuos que elevan su nivel de vida como resultado de un esfuerzo adicional dirigido a la obtención de un mayor ingreso.

Por último, la inflación que en algunos casos puede justificarse como "lubricante del desarrollo económico", en otros no ha servido para impulsar el progreso. Tampoco su prevención constituye garantía alguna para el desarrollo económico. Numerosos ejemplos de países latinoamericanos le sirven a Higgins para ilustrar el punto.

En la Sección final de su estudio Higgins examina los procedimientos que se aplican para formular un programa de desarrollo económico, señalando los aspectos sociales de dichos procedimientos. Destaca la trascendencia del crecimiento demográfico, la urbanización, la reforma agraria, la salud pública, la vivienda y la educación como factores socio-económicos determinantes de la ruta que se toma para impulsar el desarrollo.

El economista, si quiere elaborar planes bien adaptados a las posibilidades nacionales, tendrá que formularse preguntas de tanta significación social como las siguientes: cuál es la contribución de diversos tipos y sistemas de educación a la elevación del nivel de vida?; qué clase de sistema de tenencia de la tierra es mejor para cada país?; cómo han de resolverse en América Latina los problemas de las grandes urbes?; cuáles son los efectos económicos de programas de vivienda y salud pública enfocados diversamente?

Termina Benjamín Higgins reiterando la necesidad de programar conjuntamente el desarrollo económico y social como una sola operación integral.

LOS PROCESOS SOCIALES EN EL DESARROLLO ECONOMICO *

por

Norberto Ras

Resumen por Norberto Ras

(Nota sobre el autor: El comunicador necesita poseer una visión integral del proceso del desarrollo económico, para colocar los cambios que procura inducir, dentro de la perspectiva global de la evolución general de la sociedad. El trabajo de Norberto Ras es uno de aquellos que pueden servirle para conseguir esta **visión integral**, sin que para ello necesite saber mucho de economía, de sociología y de psicología.)

El autor ocupa un cargo, el de Representante Oficial del IICA en Washington, que le obliga a estar al corriente de las tendencias ideológicas predominantes en la era de la Alianza para el Progreso, en materia de planificación del desarrollo. Su trabajo le pone en relación cotidiana con las grandes agencias internacionales que se ocupan prácticamente del desarrollo latinoamericano y mundial. Además, sus estudios de Economía le mantienen en relación con el análisis teórico del desarrollo. El trabajo de Ras refleja esta doble exposición, pues contiene al mismo tiempo el pensamiento de los grandes teóricos del desarrollo económico y social, pero también observaciones personales extraídas directamente de la realidad del subdesarrollo latinoamericano.)

El trabajo analiza el comportamiento de las sociedades durante los procesos de desarrollo económico, teniendo en cuenta la interrelación de los aspectos puramente económicos con los de índole predominantemente social o política, que frecuentemente tienden a ser subestimados por los economistas.

Se parte de la hipótesis de que la productividad económica de una sociedad, determinada por el nivel de tecnología empleado, es la verdadera medida de su grado de desarrollo económico. Esto permite diferenciar desarrollo económico de simple riqueza incidental. La estructura social y la organización institucional que la sociedad ha sabido crear son el mecanismo necesario para la elevación del nivel de productividad por la aplicación de técnicas más perfeccionadas.

En primer lugar se analiza el proceso del progreso técnico, insistiendo en que - desde el punto de vista del desarrollo económico - el aspecto más importante es la innovación en procesos productivos. Esto permite recomendar que los esfuerzos de investigación en los países subdesarrollados se concentren en la adaptación de métodos ya conocidos o en la resolución de los problemas prácticos que resulten obstáculos para la aplicación de tecnología superior en la producción.

* Publicado por el Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas, Oficina de Planeamiento, San José, Costa Rica, 1965. 105 p.

El empresario es el tipo de personalidad humana dentro de la sociedad, que demuestra talento especial para poner en marcha la producción económicamente y con perfección técnica creciente. Tras enumerar la noción clásica y los aportes modernos a la descripción de este ejemplar humano tan escaso en los países subdesarrollados, el autor hace algunas consideraciones para extender el concepto clásico del hombre de empresa, sugiriendo que debe hacerse extensivo a los que manejan empresas gubernamentales y a los encargados de los arreglos institucionales que dan proyección y estabilidad al ambiente para la actividad empresarial dentro de un país.

Admitiendo que la acción económica de los empresarios será el motor esencial del desarrollo, se procura describir la forma como el ambiente social de un país influye facilitando o dificultando su acción. Se diferencian las sociedades en tradicionales y modernas; estancadas o en movimiento; estables o en crisis; y en cada caso se analizan las oportunidades que brindan para la expansión y progreso de la actividad empresarial innovativa.

Entre las características que afectan a la actividad empresarial se hace un distinguo entre los factores externos, que escapan frecuentemente al control del país en cuestión, y los internos, que por ser manejables en gran medida desde la misma sociedad y constituir la verdadera esencia del progreso, son tratados con especial detalle.

Se llega a la conclusión de que los procesos políticos de estructuración de una sociedad son fundamentales, ya que sin ellos no existe campo propicio para la actuación eficaz de los empresarios, ni es posible acelerar el ritmo de innovación que conduzca a una producción más eficiente, ni la elevación de la tasa de inversión que expanda el producto bruto nacional. El estudio pasa luego a describir los procesos políticos y sociales que caracterizan a una sociedad en movimiento. Las diferentes etapas y requisitos son descritos sucesivamente: La aparición de elites dirigentes progresivas, la adopción de una doctrina desarrollista, la obtención de la mimesis, y la etapa del desarrollo institucional, con algunas reflexiones sobre su sincronización respectiva o la posibilidad de que se superpongan en el tiempo o se combinen, sucedan o potencien recíprocamente.

SOCIOLOGIA Y DESARROLLO RURAL*

por

Antonio M. Arce

Resumen por Juan Díaz Bordenave

Según lo informa el propio autor, gran parte del material de esta obra fue presentada en cursos ofrecidos por el Dr. Arce en El Salvador, Cuba y Venezuela, a ingenieros agrónomos, veterinarios, mejoradoras del hogar y maestros de escuela. Todos estos profesionales pueden considerarse "agentes de cambio", ya que todos ellos trabajan por un desarrollo rural más eficiente.

El autor está convencido de que dichos agentes de cambio, "debido a fallas en sus programas de estudios pueden carecer en ciertos casos, de conocimientos básicos en el campo de la Sociología, indispensables para realizar una labor más eficiente".

Este librito está dedicado a subsanar las fallas mencionadas.

La obra consta de los 10 capítulos siguientes:

- I. Alcance y utilidad de la Sociología
- II. Grupo social
- III. La comunidad rural
- IV. Características de la población
- V. Naturaleza del liderazgo (Qué es liderazgo rural)
- VI. Estudio del liderazgo (Cómo descubrir líderes rurales)
- VII. Función del liderazgo (Cómo utilizar líderes rurales)
- VIII. El proceso de cambio socio-cultural
- IX. El proceso de la comunicación en las regiones rurales
- X. El proceso de difusión en las regiones rurales

Una bibliografía general de 50 referencias cierra el libro.

Por su calidad intrínseca, su claridad, su adaptación a América Latina, y su bajo precio (\$2.00), este libro debería ser leído por todos los agentes de cambio que no hayan recibido formación suficiente en las ciencias sociales.

* Publicado por Editorial SIC, Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas de la OEA, Turrialba, Costa Rica, 1961. 131 p.

LA SOCIOLOGIA RURAL PARA LOS PROGRAMAS DE ACCION*

por

Olen E. Leonard y Roy A. Clifford

Resumen por Juan Díaz Bordenave

Este librito ha sido escrito por un par de sociólogos norteamericanos con una considerable experiencia profesional en América Latina. El objeto de esta obra es similar al de las de Alers-Montalvo y Arce-también resumidas en esta bibliografía-es decir, proporcionar a los agentes de desarrollo rural, ciertos conocimientos de Sociología.

Del vasto campo de la Sociología, los autores han seleccionado sólo unas pocas áreas, que a su parecer son pertinentes al trabajo del agente de desarrollo. Dichas áreas son:

1. La sociología rural y los programas de acción
2. El proceso de estratificación social
3. Los grupos rurales. Dinámica interna y externa de los grupos
4. La comunidad rural.
5. Roles sociales en las comunidades rurales
6. Movilización de la comunidad para la acción
7. Algunos problemas demográficos
8. El proceso social de comunicación
9. Factores sociales que influyen en el cambio de las prácticas agrícolas.
10. Aspectos sociológicos del planeamiento de programas de acción
11. Líderes y liderazgo en programas de acción
12. El rol del supervisor

Este librito no pone tanto énfasis en orientar al lector hacia la investigación como lo hace el libro de Alers-Montalvo y dedica más tiempo a describir conceptos analíticos que sirven de herramientas al agente para conocer mejor la dinámica social rural. En el capítulo 4, La comunidad rural, en página 83 y 84, sin embargo, se suministra al lector un útil Bosquejo para el Estudio de la Comunidad Rural, que puede servir de base para un cuestionario bastante completo. Además, en el capítulo 2, se suministran algunos procedimientos para estudiar la estratificación social.

* Publicado por el Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas de la OEA, Zona Norte, La Habana, Cuba, 1960. 174 p. US \$2.00.

El librito de Leonard y Clifford es un excelente primer libro para los ingenieros agrónomos u otros técnicos que no han recibido adiestramiento en ciencias sociales durante su formación profesional. Es recomendable, naturalmente, que no sea el único libro sobre ciencias sociales que ellos lean, ya que por su naturaleza, esta obra comprende sólo algunas dimensiones importantes.

SOCIOLOGIA *

Introducción a su uso en programas agrícolas rurales

por

Manuel Alers-Montalvo

Resumen por Juan Díaz Bordenave

El contenido de este librito se basa en conferencias dictadas por el autor en Lima, Perú, en los años 1954 y 1955, durante los cursos internacionales sobre Economía Agrícola, Extensión Agrícola y Nutrición y Educación para el Hogar, ofrecidos por el Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas en colaboración con la FAO.

Las conferencias fueron dirigidas a personas conectadas con programas de desarrollo o mejoramiento rural y su propósito fue "infundir en los lectores una actitud científica en el análisis de los factores sociales en los programas de desarrollo agrícola y rural".

Un segundo propósito fue el de dar a conocer ciertos instrumentos de investigación que usa el sociólogo en el estudio científico de un área. Dice el autor:

"No se pretende hacer investigadores sociales en tan corto tiempo. Se quiere sin embargo, familiarizar a los trabajadores rurales con algunas de las técnicas que usa el científico social en la recolección de datos, en su análisis, y en la presentación de los resultados; también señalar el uso práctico de algunas de estas técnicas".

Un tercer propósito del libro es hacer sugerencias, de carácter práctico, sobre el trabajo de mejoramiento de áreas rurales".

El libro está dividido en 5 capítulos, dos apéndices y una lista bibliográfica. Vale la pena comentar cada uno de estos segmentos del libro.

Los 5 capítulos son los siguientes:

- I. Conceptos de Sociología y Antropología social
- II. Una orientación hacia la comunidad que es común entre los sociólogos
- III. Casos ilustrativos de intentos de mejoramiento de áreas rurales

* Publicado por el Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas de la OEA, Turrialba, Costa Rica, 1962. 197 p. US \$2.00.

IV Metodología para un estudio socioeconómico, con énfasis en lo sociológico.

V. Sugestiones para el agente de cambio (una recapitulación)

Es fácil notar el carácter eminentemente práctico de este pequeño manual, que consideramos extremadamente valioso y accesible para todo agente de cambio latinoamericano.

El apéndice contiene dos utilísimos cuestionarios, **empleados** en estudios de las comunidades de Turrialba, Costa Rica, y de Pucará, Perú.

La lista bibliográfica es de un valor extraordinario pues consiste de una selección rigurosa de obras de preferencia latinoamericanas.

Se recomienda la lectura de este libro cuyo precio (\$2.00) es lo suficientemente reducido como para ponerlo al alcance de todos los **agentes de cambio**.

ESTRUCTURAS AGRARIAS EN LA AMERICA LATINA*

por

Fernando Suárez de Castro

Resumen por Juan Díaz Bordenave

En América Latina pocos son ya los que aún dudan de que las estructuras agrarias actuales son un obstáculo para el desarrollo y que deben modificarse. No es frecuente, sin embargo, encontrar personas que posean una idea clara de en qué consisten realmente dichas estructuras agrarias y cuál ha sido su evolución histórica. En cuanto a las reformas agrarias hoy en ejecución, se tiene una idea general de sus finalidades, pero sólo una idea muy vaga de sus características distintivas.

El librito de Suárez de Castro aparece, pues, en un momento oportuno, ya que en una forma extremadamente concisa y clara, presenta una descripción actual de las estructuras agrarias, su evolución y las transformaciones que están ocurriendo en ellas mediante la reforma agraria.

El librito consta de tres partes, tituladas respectivamente:

- I. Panorama general y evolución histórica
- II. Estructuras agrarias configuradas mediante revoluciones
- III. Estructuras agrarias en vías de transformación por procedimientos pacíficos.

Analicemos cada una de estas partes.

I. Panorama general y evolución histórica

Suárez de Castro parte de la premisa de que la estructura agraria normal debe ser de tal naturaleza que contribuya positivamente al bienestar de los agricultores del país en general y que facilite y estimule el desarrollo económico-social del país. Afirma también que las estructuras agrarias normales no pueden ser rígidas pues tanto el bienestar como el desarrollo socioeconómico son dinámicos y por consiguiente en una estructura rígida se producirían desajustes. Señala como finalidad de la reforma agraria el reajuste dentro de la normalidad.

Suárez passa luego a describir el panorama general de la América Latina, repasando en forma muy informativa las estadísticas correspondientes a la población, (diferencias demográficas, urbanización y

*Publicado por el Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas de la OEA, Oficina de Planeamiento, San José, Costa Rica, 1965. (En impresión).

consecuencias sociales y económicas del dinamismo demográfico); a las bases económicas del continente, puntualizando las desigualdades existentes entre los grupos sociales, países y regiones y sus consecuencias, y presentando datos relativos al crecimiento económico de los diversos países; a la educación, con datos sobre analfabetismo, y comentarios sobre los sistemas educativos actuales que el autor critica por estar dirigidos demasiado a la preparación exclusiva de una elite.

El segmento siguiente del libro, que trata sobre el papel y estado de la agricultura constituye una descripción extraordinaria, por lo sucinta y bien documentada, de este aspecto tan importante. El autor enfoca los siguientes puntos: la población rural, su ocupación, la significación económica de la agricultura, los mercados internacionales, el territorio y su distribución y el latifundio y minifundio. Dentro del último punto menciona dos tipos muy característicos de tenencia de la tierra en Latinoamérica: la gran hacienda y la plantación. El autor termina este primer capítulo destacando las consecuencias económicas, sociales y políticas de los sistemas de tenencia de la tierra:

"...una distribución muy desigual de la propiedad se refleja en factores de tanta importancia como la utilización de los recursos naturales; los incentivos para efectuar inversiones en el campo; la amplitud del mercado en las zonas rurales para los productos de otros sectores de la economía; el espíritu de empresa del propietario campesino; la movilidad social; la educación de las masas y la propia evolución política de los pueblos".

El Capítulo II describe los antecedentes históricos de las estructuras agrarias actuales, y lo hace remontándose a los incas, aztecas y mayas y sus respectivos sistemas de distribución de las tierras. Se remonta también a las características de la sociedad medioeval en cuanto al concepto de propiedad. Un nuevo ingrediente que el autor trae a colación son las bases legales de los derechos de España sobre las tierras americanas, indicando que durante la colonización la propiedad se basaba en tres fundamentos:

1. descubrimiento y conquista
2. las bulas papales
3. el tratado de Tordesillas entre España y Portugal

Discute posteriormente la situación durante la Colonia, incluyendo la función de las mercedes reales, de la encomienda y de la composición y confirmación. El autor resume su análisis de este período afirmando que "podemos decir que el derecho español tuvo muy en cuenta la función social de la propiedad", pero que "a pesar de esa preocupación de la Corona predominó el despojo y el latifundio se robusteció a través de las mercedes reales y la encomienda".

Durante la independencia y la república se fue acabando de redondear, por múltiples razones, el latifundio, cuya representación más típica

es la gran hacienda, cuyas características Suárez expone en forma brillante, diferenciándolas de las de la plantación. Dedicó finalmente un breve comentario a la propiedad de la tierra a cargo de las comunidades indígenas.

El Capítulo III trata sobre la finca familiar como base de una estructura agraria. Se utiliza la clasificación presentada por Sergio Matu- rana en su obra "Los problemas de tenencia de la tierra en los países de Centro América" (1963), con las categorías siguientes: fincas sub- familiares, familiares, multifamiliares medianas y multifamiliares grandes. Suárez sostiene que "en una estructura agraria adecuada ha- bría sin duda, predominancia de fincas familiares seguidas en número por las fincas multifamiliares medianas; habría, además, una ausencia casi total de fincas subfamiliares".

Con este capítulo se cierra la Primera Parte del libro.

II. Estructuras agrarias configuradas mediante revoluciones

Esta parte trata de las reformas agrarias de México, Bolivia y Cuba. Lo hace en una forma extraordinariamente objetiva y bien documentada, a pesar de la forma resumida del tratamiento.

III. Estructuras agrarias en vías de transformación por procedi- mientos pacíficos

Describe las reformas agrarias de países que han adoptado la vía evo- lucionaria, en lugar de la revolucionaria y entre los cuales se cuentan Venezuela, Colombia, Costa Rica, Guatemala, Honduras, Panamá.

El libro de Suárez de Castro, además de la considerable cantidad de información suministrada, tiene el gran mérito de presentar una visión global de la estructura agraria latinoamericana, no sólo en sus aspectos históricos y legales, sino también en sus consecuencias humanas. Sin detrimento de la objetividad, se percibe el afán del autor de contribuir con esta obra esclarecedora, a la sustitución de una situa- ción "anormal" por una de mayor justicia y libertad para las poblacio- nes rurales latinoamericanas.

DESARROLLO SOCIAL Y REFORMA AGRARIA*

por

Antonio M. Arce

Resumen por Juan Díaz Bordenave

Este libro, según declaración del propio autor, "no se ha escrito para sociólogos, sino para profesionales que han tenido escaso contacto con la sociología rural, o no lo han tenido del todo, pero que están actuando dentro de la reforma agraria y otros programas de desarrollo en los que hay que tomar muy en cuenta los factores sociales". (Prólogo).

Los siguientes capítulos integran esta obra:

- I. Desarrollo social y Sociología Rural en América Latina
- II. La estructura de tenencia de la tierra en América Latina y sus consecuencias sociales
- III. Población y desarrollo social en América Latina
- IV. Estratificación social y tenencia de la tierra
- V. Niveles de vida y desarrollo social
- VI. Educación y desarrollo social en América Latina
- VII. Salud, nutrición y vivienda y el sector agrícola
- VIII. El liderazgo en las áreas rurales
- IX. La comunicación en la reforma agraria
- X. La comunidad rural y la reforma agraria
- XI. La reforma agraria como medio de alcanzar la situación social que se desea

El libro es de fácil lectura y puede ser de utilidad para estudiantes de facultades de agronomía, economía, educación y otras que preparan profesionales que pueden estar involucrados en programas de desarrollo especialmente al nivel rural.

*Publicado por Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas, Oficina de Planeamiento, San José, Costa Rica, 1965.

THE PASSING OF THE TRADITIONAL SOCIETY*

Modernizing the Middle East

por

Daniel Lerner

Resumen por Juan Díaz Bordenave

Este es un libro pionero, producto de estudios sistemáticos hechos en un período de 10 años y enfocados en los problemas de la comunicación característicos del paso de las sociedades medio-orientales desde el tradicionalismo a la modernidad. Según Lerner, un elemento central de la modernización es el cambio en los modos de comunicar ideas y actitudes. Así por ejemplo entre los antiguos medios de comunicación eran importantes los libros y los viajes, pero en los tiempos modernos son los diarios, la radio, el cine los medios que dominan. La inspiración modernizadora no se confina sólo a los grupos bien educados sino que se ha extendido a las multitudes mediante los medios de información colectiva. El motor que impulsa la modernización son los deseos individuales.

El libro está dividido en cuatro porciones principales. Comienza con una narración en la cual se ilustran, - mediante las diferencias entre el "caci-que" tradicional y el almacenero "moderno", y los cambios que tienen lugar en una pequeña aldea de Turquía, - muchas de las tesis que serán presentadas en los capítulos posteriores.

La segunda porción comprende una descripción del método y el procedimiento del estudio que sirvió de base al libro.

En la tercera porción se incluyen una serie de estudios por países, los cuales ilustran las hipótesis principales.

Finalmente, la cuarta porción hace un resumen general y trata de interpretar en forma integrada los resultados de todos los estudios.

Los datos para este estudio fueron recogidos de documentos de las Naciones Unidas y de UNESCO, pero, además, de encuestas amplias que comprendieron 2000 entrevistas en Turquía, Libano, Egipto, Siria, Jordan e Irán. Esta encuesta fue conducida por el "Bureau of Applied Social Research" de la Universidad de Columbia.

Hipótesis básicas

La principal hipótesis es que en todas partes del mundo el aumento en urbanización ha tendido a aumentar la alfabetización; que el aumento de ésta ha producido un aumento en la exposición de la gente a los medios de comunicación; que este incremento en la exposición a los medios ha corrido paralela

*Publicado por The Free Press, Glencoe, Illinois, 1958.

mente con una participación económica más amplia (ingreso por cabeza) y también una participación política más generalizada (votos). Lerner sugiere que este modelo de proceso, construido con base en el mundo occidental, es en realidad un hecho histórico, que reaparece virtualmente en todas las sociedades en modernización.

La segunda hipótesis principal es que una capacidad elevada de empatía es el estilo personal predominante, solamente en una sociedad moderna, la cual es industrial, urbana, alfabeta y políticamente participante. La palabra empatía se refiere a los mecanismos internos que permiten a las personas funcionar eficientemente en un mundo cambiante; es la capacidad de verse a a sí mismo en la situación de las otras personas. Según Lerner, la empatía "es una habilidad indispensable para la gente que está saliendo de un marco tradicional". La sociedad tradicional, en cambio, es no-participante; separa las personas en comunidades aisladas unas de las otras, sin que exista una división del trabajo urbano-rural; la sociedad tradicional desarrolla muy pocas necesidades que requieran la interdependencia económica; los horizontes de la gente están limitados al área circunvecina y sus decisiones incluyen solamente otras personas conocidas en situaciones similares. En las condiciones de la sociedad tradicional no existe la necesidad de los medios de comunicación colectivos para que las ideas e ideologías sean compartidas en escala masiva. Los medios colectivos sólo son necesarios para una sociedad participante, en la cual grandes cantidades de personas tienen opiniones y las expresan con frecuencia, incluso cuando el asunto en cuestión no es estrictamente "personal".

Lo interesante del estudio de Lerner es que clarifica el proceso por el cual la persona de empatía elevada tiende también a ser el que compra al contado, el oyente de radio, y el votante en las elecciones.

Metodología y definiciones

Lerner muestra las diferencias entre dos sistemas históricos de comunicación pública: el sistema oral y el sistema de medios colectivos:

	<u>Medios Colectivos</u>	<u>Oral</u>
Canal	Trasmisión por un medio	Personal, cara a cara
Público	Heterogéneo (masa)	Grupos primarios (parientes, amigos, vecinos)
Contenido	Descriptivo (noticias)	Prescriptivo (reglas)
Fuentes	Profesional (técnica)	Jerárquica (status)

La dirección histórica ha sido siempre del sistema oral al sistema de medios colectivos. Lo interesante es que el grado de cambio hacia el sistema de medios colectivos ocurre en correlación significativa con cambios en otros sectores clave del sistema social. Así por ejemplo, es paralelo al movimiento de la gente:

En el aspecto socioeconómico, de lo rural a lo urbano

En el aspecto cultural, del analfabetismo a la alfabetización

En el aspecto político, del sistema designativo al sistema electoral.

En otras palabras, Lerner encontró que hay una relación sistemática entre la urbanización, el uso de medios de comunicación colectivos, la alfabetización y la participación política.

El índice que Lerner escogió para indicar que una persona es "moderna" es su capacidad de tener opiniones propias sobre asuntos de interés público. Esta capacidad está correlacionada significativamente con urbanización, uso de medios, alfabetización y participación política.

Una observación final de Lerner es muy útil para evitar un entusiasmo exagerado por el efecto modernizante de los medios de comunicación colectivos:

"El uso de los medios de comunicación colectiva tiende a ser centrípeto. A medida que la radio y la prensa se difunden a través de diferentes estratos sociales y de áreas geográficas, tienden a convergir en las mismas personas en los mismos lugares. Esto puede explicar porqué las esperanzas de alcanzar un rápido paraíso de modernización mediante los medios colectivos por sí solos, han desilusionado siempre. En la obtención de cambios sociales, el flujo de influencia entre los medios de comunicación y las instituciones no es unilateral sino recíproco."

La idea principal de Lerner parece ser que los medios colectivos enseñan a la gente a participar en la sociedad, al presentarles nuevas y extrañas situaciones y al familiarizarles con un margen de opiniones entre las cuales ellos pueden escoger. Algunas personas aprenden mejor que otras, reflejando esto sus diferentes capacidades de empatía. En todo caso, la empatía es para Lerner la habilidad de comunicación esencial que necesita el hombre moderno.

ON THE THEORY OF SOCIAL CHANGE*

por

Everett E. Hagen

Resumen por Juan Díaz Bordenave

Everett Hagen es un economista y como tal se ha interesado en el desarrollo económico desde hace varios años. Sus esfuerzos por encontrar los factores que pueden impulsar el desarrollo de los países atrasados lo llevaron a una pregunta más general: "Porqué ciertas sociedades han entrado al progreso tecnológico más temprano y más efectivamente que otras?" No encontrando respuestas satisfactorias en las razones meramente económicas, recurrió a otros sectores de las ciencias sociales:

"Como me parecía claro que las diferencias se debían sólo en grado mínimo a los obstáculos económicos, a la falta de información o a la falta de adiestramiento, volví mi atención a otras posibles causas de las diferencias en el comportamiento humano-- a diferencias en la formación de la personalidad y las condiciones sociales que la afectan... Ese estudio me condujo, a su vez, a una teoría general del cambio social."

El caso de Hagen es una ilustración más de la reciente tendencia a buscar respuestas interdisciplinarias a los problemas humanos complejos tales como el desarrollo económico y social. Es difícil no encontrar puntos de contacto entre el trabajo de Hagen, por ejemplo, y el de otros científicos sociales como Charles J. Erasmus ("Man Takes Control", 1961) y David C. McClelland ("The Achieving Society", 1961). Los tres encuentran la dinámica del desarrollo en las fuerzas motivantes no económicas de la personalidad humana.

Pero mientras para desenvolver su teoría Erasmus utiliza solamente tres motivos básicos, a saber: autopreservación o sobrevivencia; satisfacción sexual; y deseo de prestigio, status social y realizaciones, Hagen emplea una lista más amplia de necesidades humanas básicas, que él divide en cuatro grupos:

<u>Manipulativas</u>	<u>Agresivas</u>	<u>Pasivas</u>	<u>Socorro y Mantenimiento</u>
Realizaciones	Agresión	Dependencia	Socorro+
Autonomía	Sumisión	Afiliación	Mantenimiento++
Orden	Dominio		
Entendimiento			

+Se refiere a la ayuda que necesita el niño, el enfermo o el débil de sus padres o de otras personas.

++Se refiere a la satisfacción de todas las necesidades físico-biológicas.

Para Hagen, sólo una motivación - la necesidad de mejorar - parece suficiente para explicar porqué algunos pueblos han avanzado más que otros.

Otra característica común entre estos tres científicos sociales es el papel importante que asignan en sus teorías a la infancia. Para ellos, el niño es la variable mediadora en el proceso de cambio cultural y social. Sus reacciones para ajustarse a la forma en que sus padres lo tratan, influyen sobre su personalidad ulterior y ésta, a su vez, influye sobre la sociedad y la hace cambiar.

De estos tres autores, sin embargo, Hagen es el que se acerca más a ofrecer una teoría comprensiva del cambio social (el desarrollo económico es para Hagen sólo una de las manifestaciones del cambio social).

Hagen comienza con la sociedad agrícola tradicional, que él describe desde el punto de vista del tipo de personalidad característica de la misma. Esta es la personalidad autoritaria que carece en general de creatividad e innovatividad. Este tipo de estructura de la personalidad tiende a perpetuarse y la sociedad resultante es muy estable y resistente al cambio.

De pronto llega a estas sociedades el Occidente, sea a través de un contacto puramente comercial o de una invasión violenta con fines colonialistas. Los occidentales cometen entonces el acto que para Hagen es el "pecado original" del desarrollo: atacan el respeto que hasta antes de su llegada la sociedad daba al status de la elite tradicional. Esta "negación de respeto al status" puede tomar varias formas: desplazamiento por la fuerza; denigración de símbolos valorados; inconsistencia de los símbolos de status; no aceptación de la elite tradicional por la nueva sociedad creada por los occidentales.

Cómo reaccionan las víctimas de esta "negación de respeto al status tradicional"? Para responder a esta pregunta, Hagen utiliza la tipología de "modos de adaptación" del sociólogo Robert Merton 1/ y desarrolla más extensamente uno de esos modos: la retirada, es decir, el apartamiento o desinterés de la persona con respecto a los objetivos y normas de la sociedad. Cómo se establece el espíritu de retirada? Como reacción frente a la negación del respeto por su status, los miembros de la sociedad tradicional comienzan a tratar a sus familias en una forma distinta a la acostumbrada: se vuelven angustiados, faltos de confianza en sí mismos, llenos de autocompasión, irritables y exigentes. La razón de esta actitud es que ahora esta gente tiene el alma dividida ("el vaso roto" de Ruth Benedict^{2/}). Por un lado ellos

1/ Merton sostiene que cuando el individuo percibe que hay un conflicto entre los objetivos y normas de la sociedad y sus propios objetivos y normas, hay cinco modos en que el individuo puede adaptarse: la conformidad, la innovación, la rebelión, el ritualismo, la retirada. Ver Merton "Social Theory and Social Structure", The Free Press of Glencoe, 1962.

2/ Ruth Benedict, "Patterns of Culture", Mentor Books, 1934.

todavía veneran sus viejos hábitos y valores tradicionales; por el otro, empiezan a dudar de ellos en sus corazones porque los poderosos invasores no creen en ellos. "Nuestra cultura es superior a la de los invasores. Pero si es superior, ¿por qué es que ellos son los señores y nosotros los siervos?" Esta situación produce una ira quemante en los hombres coloniales. Pero como los padres no pueden ventilar su cólera con los invasores, que son demasiado poderosos, la desahogan en forma de irritación con sus mujeres y sus hijos.

"Este cambio en el ambiente doméstico - sugiere Hagen - es un efecto crucial de la negación del respeto al status. Puede esperarse que los niños que experimentan este ambiente diferente en su infancia desarrollen personalidades diferentes de la de sus predecesores".

Los jóvenes de la nueva generación no pueden evitar exponerse a los valores y hábitos de los invasores, y lo hacen sin las actitudes profundamente arraigadas de sus padres. Tiene lugar así una "erosión de los valores tradicionales". Pero una consecuencia más seria es que el niño, el adolescente, y más tarde el hombre, se encuentran entre dos fuerzas en conflicto: deferencia hacia la autoridad paternal y respeto por los viejos valores, por un lado, y deferencia hacia los invasores y aceptación de los nuevos valores, por el otro.

Preso en esta situación de ambivalencia, el hombre colonial aprende a reprimir sus necesidades y a encontrar seguridad en la pasividad.

"Sus hijos por consiguiente, percibirán más claramente que el padre que la ira es peligrosa porque no hay forma de expresarla plenamente. Aun más que el padre, entonces, los hijos tenderán a enterrar su furia dentro de sí mismos. Ellos se volverán más inhibidos, más apáticos, más presos de conflicto. Con respecto a las necesidades así como a los valores, el grado de "retiro" aumenta."

Hagen halla una forma de demostrar que las mujeres no se vuelven tan "retiradas" como los hombres, y esta diferencia ayudará más tarde cuando una generación nueva y creativa haga su aparición. "Además, para Hagen el espíritu de retirada no es una estructura estable de la personalidad:

"El espíritu de retirada no es un callejón sin salida. A medida que el retirismo se profundiza en sucesivas generaciones, crea circunstancias de vida familiar y ambiente social que son conducentes al desarrollo de una personalidad innovativa."

La descripción detallada de esta transición es la parte más difícil de aceptar entre todas las explicaciones especulativas de Hagen, especialmente porque la basa en una premisa puramente freudiana. En todo caso, el resultado es que después de algunas generaciones frustradas, nace una generación de personalidades innovativas. Según Hagen, estas personalidades creativas buscan una nueva identidad, nuevos valores y nuevos caminos que les permitan demostrar lo que valen. El sendero que ellas tomarán, impulsados por su "necesidad de realización", dependerá de los modelos disponibles. Ellos pueden escoger sobresalir en la tecnología, o volverse reformadores religiosos, o políticos destacados.

"...cuanto a los valores las personalidades creativas, reformistas pueden emerger del retiro. En circunstancias culturales en las cuales los individuos creativos ven la excelencia tecnológica como un camino prometedor para la satisfacción de sus necesidades, los valores de la nueva generación tenderán a orientarse en esa dirección. Aparecerán entonces innovaciones en la producción, los individuos innovativos guiarán las reformas institucionales en direcciones favorables, y el crecimiento económico adquirirá impulso".

La secuencia de Hagen está ahora completa: autoritarismo -> negación del respeto al status -> retirada -> creatividad -> desarrollo.

Después de analizar un grupo de factores que operan durante el tiempo en que tiene lugar el cambio de personalidad (de retirante a creativa), tales como el estado del conocimiento, las condiciones económicas dominantes, el tamaño de la sociedad, la urbanización y los medios de comunicación colectiva, el nacionalismo, etc., los cuales para Hagen son de importancia secundaria como impulsores del cambio social, el autor aplica su secuencia analítica a Inglaterra, Japón y Colombia, así como a aspectos de Indonesia, Birmania y la cultura Sioux.

Los esfuerzos de Hagen para encajar en su teoría los ejemplos históricos, recuerdan un poco el caso de aquel loco que disparaba tiros contra las paredes y dibujaba blancos alrededor de los agujeros para convencerse a sí mismo de que tenía una admirable puntería. No obstante, esta comparación algo escéptica no prueba que las especulaciones de Hagen no sean correctas.

En resumen, lo que el autor trata de hacer es acomodar la orientación esencialmente psicológica de McClelland en un marco de relaciones socio estructurales. Hagen acepta que la "necesidad de realizar" es importante pero cree que los individuos creativos afloran a la superficie en situaciones especiales. Esta situación se produce mediante la secuencia autoritarismo -> negación de respeto al status -> retirada -> creatividad. La recuperación del status es procurada según las avenidas que están abiertas y que prometan más éxito en lograr ese objetivo.

Aunque la contribución de Hagen presenta nuevos ángulos del problema del cambio social, se trata todavía de una teoría amplísima y bastante difícil de someter a comprobación empírica, debido en gran parte a su uso generoso de interpretaciones psicológicas aun no universalmente aceptadas. Muchas preguntas permanecen sin respuesta en la teoría. Pero la ambiciosa empresa de Hagen es pionera y muy estimulante. La médula de su posición - la afirmación de que el desarrollo económico es posible que sea el producto de una constelación de valores humanos -- está siendo aceptada más y más por economistas y planificadores. Las frases de Arthur Lewis:

"El cambio social resulta principalmente de lo que la gente hace, y esto a su vez resulta principalmente de lo que ellos creen."

encuentraneco en el párrafo de McClelland:

"... Se ha vuelto muy importante entender algunas de las fuerzas que producen rápido desarrollo económico. Ciertamente no nos

sorprendería descubrir que estas fuerzas se encuentran en gran parte dentro del hombre mismo -- en sus motivos fundamentales y en la forma en que él organiza sus relaciones con los demás hombres."

El libro de Hagen sirve muy bien para que los comunicadores y otros agentes de cambio, así como los planificadores nacionales, se den cuenta de la complejidad del cambio social. Después de todo, como lo dijo Hoselitz, "Es un hecho que las recetas para el desarrollo económico son cosa trivial en comparación con encontrar las maneras de realizar transformaciones sociales y culturales."

PROBLEMAS HUMANOS EN CAMBIOS TECNOLOGICOS*

editado por

Edward H. Spicer

Resumen por Juan Díaz Bordenave

Este libro es un texto de casos de estudio, que surgió para llenar los propósitos de un curso especial en la Universidad de Cornell. Dicho curso estaba preparado para enseñar a los estudiantes a introducir nuevas ideas y métodos en agricultura, industria y medicina, en áreas deficientes en estas tecnologías. Los 15 casos emplean la misma forma de presentación, es decir, se plantea el Problema, luego se hace un relato cronológico sobre el Curso de los Acontecimientos, después se detallan los Factores Más Importantes, para terminar presentando los Resultados y el Análisis.

La lista de los casos y de sus autores es la siguiente:

Parte Primera - EL DESCUBRIMIENTO DE PROBLEMAS HUMANOS

Wesley L. Bliss - La Introducción del "wagon" entre los indios Papago del Sur de Arizona.

Anacleto Apodaca - Introducción del Maíz Híbrido entre los Agricultores de origen hispano en Nuevo México.

E. H. Spicer - Incentivos para el trabajo en un Centro de Relación japonés.

Rudra Datt Singh - Una introducción de abono verde en la India Rural.

Lauriston Sharp - Hachas de acero para Australianos de la edad de piedra.

Parte Segunda - EL ANALISIS DE SITUACIONES HUMANAS

Tom Sasaki y John Adair - Practicas agrícolas entre los indios Navajos de Nuevo México.

Allan R. Holmberg - Un intento de establecer un suministro estable de agua en el Valle de Viro, Perú.

Margaret Lantis - Introducción de rebaños de renos entre los nativos de Alaska.

John Useem - Relaciones laborales en las Islas Carolinas, Micronesia

Parte Tercera - TIPOS DE PROBLEMAS HUMANOS

E. H. Spicer - Un programa de conservación de suelos en la reserva de indios Navajos.

* Publicado por Editorial Letras, S. A., México, 1962. 304 p.
Título en inglés "Human Problems in Technological Change", publicado por Russel Sage Foundation, New York, 1953.

Henry F. Dobyns - Control de erosión y producción de forrajes en la reserva de indios Papagos en Arizona

Allister MacMillan y Alexander H. Leighton - Interrelaciones de comunidades en una provincia marítima de Canadá.

L. H. Spicer - Reubicación de japoneses confinados durante la Segunda Guerra Mundial.

John Useem - El desarrollo del liderazgo democrático en las islas de la Micronesia.

La Parte Cuarta del libro es un capítulo breve pero muy útil en el cual se demuestra cuán importante es para un agente de cambio conocer cuatro elementos de la sociedad en la cual va a trabajar: la cultura, la organización social, el papel del innovador, y la posibilidad de la "tendencia cultural", es decir, de que la propia cultura desfigure la percepción del agente de cambio con respecto a la sociedad diferente sobre la cual quiere influir.

Como consecuencia de los casos estudiados, se presentan algunas proposiciones básicas, tales como las siguientes:

1. La gente no cambia sus formas acostumbradas de comportarse y actuar a no ser que sientan alguna necesidad que no es satisfecha por las formas acostumbradas de vida.
2. Las necesidades no se crean mediante órdenes; por consiguiente, hay que encontrar formas de establecer un sentimiento general de necesidad antes de proceder con el cambio.
3. Una técnica muy eficaz es la de permitir y promover la participación de la gente en todas las fases del proceso de innovación, y a la luz del conocimiento de la cultura y de la organización social.

El libro termina con una lista de seis preguntas que permiten hacer un buen juicio sobre si un proceso de introducción de nuevas ideas ha sido llevado a cabo bien o mal:

1. Han sido descubiertos y utilizados en los procedimientos los vínculos culturales?
2. Se ha desarrollado el trabajo a través de la organización social existente o se han creado nuevas organizaciones sociales que entran en conflicto con las que ya existían?
3. Cómo son percibidos por la población local los propósitos y las actuaciones de los innovadores?
4. Han interpretado mal los innovadores las respuestas de la población debido a la influencia de su propia cultura?
5. Se ha estimulado y permitido la máxima participación posible?
6. Se han visto oscurecidas las necesidades sentidas por la población debido a su oposición a los métodos de introducción empleados?

Aunque muchos de los casos descritos en el libro representan contactos de dos culturas diferentes, el editor señala que dentro de una misma cultura existen varias sub-culturas y que la mayoría de los cambios propuestos, como resultado de la ciencia y la tecnología moderna, se originan en una subcultura y para ser aceptados, deben ser entendidos y apreciados por otra subcultura. Esta salvedad demuestra que el libro de Spi^{er} puede ser útil para cualquier miembro de la subcultura moderna de un país en desarrollo en el proceso de introducir cambios en las subculturas tradicionales.

CULTURAL PATTERNS AND TECHNICAL CHANGE *

por

Margaret Mead

Resumen por Juan Díaz Bordenave

Se trata de un "libro de bolsillo" que en los Estados Unidos se vende por medio dolar, en el cual la conocida antropóloga norteamericana Margaret Mead, trabajando con un equipo de científicos sociales, médicos, y otros profesionales, ha sintetizado una considerable cantidad de información sobre la relación entre el cambio tecnológico y la cultura.

El libro es una revista de "todas las formas conocidas mediante las cuales se puede introducir nuevas prácticas agrícolas e industriales, nuevos métodos de criar niños y proteger la salud materna, nuevas formas de educación fundamental, de un modo tal que la cultura sea alterada lo menos posible o que aun cuando se produzcan alteraciones serias ellas puedan ser compensadas por, o canalizadas hacia desarrollos constructivos para el futuro".

Este libro se hizo para que todos aquellos dedicados en alguna manera al cambio tecnológico planeado tengan una guía que les ayude a alcanzar éxito en la introducción de cambios pero al mismo tiempo manteniendo en lo posible la integridad cultural de las poblaciones afectadas.

El libro está organizado de modo que cualquiera de sus cinco secciones pueda ser leída independientemente de las demás, pero dichas secciones están ordenadas en una secuencia lógica para los lectores que lean el libro entero.

La sección I contiene la Introducción en que se explican los propósitos y la organización del libro.

La sección II consiste de cinco estudios completos de culturas seleccionadas para presentar la mayor diversidad posible. Se repasan así las siguientes culturas: Birmania, Grecia, los Tiv de Nigeria, los nativos de las Islas Palau, y los norteamericanos de Nuevo México de origen hispánico. No se siguió una estructura temática uniforme en la descripción de cada cultura. El propósito es más que nada dejar en el lector una concepción de los diversos sistemas de valores a los cuales se deben relacionar los cambios técnicos en los diversos aspectos de la vida, sistemas de valores que a su vez son modificados cuando se introducen las nuevas tecnologías.

La sección III es una serie de estudios interculturales sobre los cambios

* Publicado por The New American Library of World Literature, Inc.,
501 Madison Avenue, New York 22, New York, 1955.

que se producen en la introducción de nuevas tecnologías en agricultura, industria, salud pública, cuidado infantil y materno, nutrición y educación fundamental. No se presentan modelos sobre cómo debe ser introducida una innovación, sino que se brindan suficientes ilustraciones de los factores que han afectado dicha introducción en diversos países.

La sección IV se basa en material suministrado por psiquiatras que han trabajado en situaciones que combinaban el procedimiento clínico psiquiátrico con investigaciones interdisciplinarias (es decir, con ayuda de la antropología, la sociología, etc.)

La sección V trata de los problemas más serios y generales comprendidos en el cambio social planeado.

"Salud mental e integridad cultural son abstracciones de alto nivel que deben ser traducidas en concepciones de diferentes personalidades sanas que viven dentro de y encarnan patrones culturales que expresan diferentes aspiraciones, distintos criterios de vida".

El valor de este libro, que fue un predecesor del libro de Arensberg y Niehoff (ver página de esta bibliografía), es que llama la atención a la integración existente entre los diversos aspectos de una cultura, de modo que al introducir un cambio tecnológico en general no se afecta sólo la parte técnica de la cultura recipiente sino también toda una constelación de valores y rasgos culturales íntimamente relacionados. La riqueza de ejemplos e ilustraciones que provee el libro, sirve a los instructores en ciencias sociales en general, y en comunicación en particular, para demostrar a sus estudiantes la influencia de factores que a veces por ser muy sutiles escapan a la atención del agente de cambio.

Como todos los libros escritos por antropólogos, el libro de Margaret Mead está un poco cargado hacia el lado de las culturas más primitivas, y contribuye poco al conocimiento de las culturas campesinas más civilizadas. El agente de cambio que trabaja en Argentina, Uruguay, Chile, o sur del Brasil, por ejemplo, es probable que encuentre algo exageradas las advertencias de los antropólogos, ya que la cultura de los campesinos en dichas áreas no es tan tremendamente diferente de la de los agentes de cambio como lo sería en Nigeria, Birmania, etc.

El problema en este libro es que, en aras de defender la salud mental, y la integridad cultural, no entra a analizar con profundidad la posibilidad de que el cambio se haga lo suficientemente drástico como para formar un nuevo sistema de valores y de hábitos, en el cual la población encuentre también salud mental e integración cultural pero ahora a un nivel de desarrollo más compatible con las exigencias de los nuevos tiempos.

INTRODUCING SOCIAL CHANGE: *

A Manual for Americans Overseas

por

Conrad Arensberg y Arthur H. Niehoff

Resumen por Juan Díaz Bordenave

Aunque la intención de este libro es servir de guía a los técnicos de los programas de asistencia técnica norteamericanos, se lo incluye en la presente bibliografía por la simple razón de que muchos de los consejos del libro nos sirven a los que nos consideramos "agentes de cambio" y particularmente a los comunicadores y extensionistas. En América Latina, en efecto, coexisten dos mundos - el mundo desarrollado y el subdesarrollado - y a menudo hay casi tanta distancia psicológica y cultural entre un norteamericano que viene a nuestras capitales que entre nosotros y los campesinos de nuestros países. Lo cierto es que los esfuerzos de cambio social son en su mayoría iniciativas del mundo desarrollado, pero para que el cambio tenga lugar se necesita lograr la aceptación y el entusiasmo del mundo subdesarrollado. Este libro se refiere exactamente a eso: qué factores socioculturales favorecen o impiden dicha aceptación.

Se trata de un libro bastante elemental, pero útil. Particularmente los capítulos introductorios parecen algo obvios para quien ya haya pensado o leído un poco sobre asuntos socioculturales. En dichos capítulos iniciales se introducen, por ejemplo, conceptos básicos como los siguientes:

- a. La cultura es la forma, única y peculiar al hombre, de adaptarse al ambiente.
- b. La cultura es algo que se aprende y no algo innato.
- c. Todos los hombres son iguales desde el punto de vista físico básico y no hay en el mundo grupos humanos que difieren sistemáticamente de los demás en clase alguna de cualidad mental.
- d. La comprensión de la cultura local puede determinar la diferencia entre el éxito y el fracaso en la introducción de ideas y métodos nuevos.
- e. El cambio debe ser aceptado voluntariamente por la gente que se desea cambiar.
- f. Las ideas sobre la interacción entre personas de culturas diferentes deben ser basadas en la observación sistemática y no sólo en el juicio intuitivo. ("Creemos que el ingeniero social...debe también tener todo el conocimiento que hay disponible sobre la naturaleza de la sociedad y la cultura humanas antes de empezar a administrar nuevas ideas")

*Publicado por Aldine Publishing Company, Chicago, 1964. 214 p.
US \$4.95.

Otros capítulos son ya menos obvios y contienen numerosos ejemplos de situaciones en las cuales tuvo lugar éxito o fracaso según se hayan tenido en cuenta o no los "factores culturales básicos" que deben ser comprendidos para la introducción exitosa de ideas o técnicas nuevas.

El manual está organizado en siete partes.

El capítulo I introduce al lector a los problemas culturales en general.

El II ofrece una descripción del concepto de cultura, incluyendo los efectos de las fuerzas biológicas de la raza, el lenguaje, la tecnología, la economía, la organización social y el ambiente, sobre el progreso cultural, discutiéndose además la influencia de lo sobrenatural, del conservadorismo, de los valores y la integración funcional que puede observarse en todas las culturas. Un concepto interesante es el de "foco cultural", es decir los intereses comunes que son enfatizados por una u otra cultura. Así por ejemplo, en la cultura Zulu, la cría del ganado sirve como foco cultural ya que la vida está organizada prácticamente alrededor de esta actividad. Los autores indican como técnica para identificar este foco cultural y los valores comprendidos, preguntar a los individuos de una cultura porqué hacen lo que hacen. En los razonamientos usados para explicar o justificar las acciones aparecerán los valores a los cuales la cultura da preeminencia.

El Capítulo III se refiere a los factores que influyen sobre el cambio cultural no planeado, que a pesar del conservadorismo de las culturas, es constante en todas partes del mundo.

El Capítulo IV es el capítulo más largo, substancioso y útil para el comunicador. Contiene una larga lista de factores que el agente de cambio debe tener en cuenta. Para cada factor el libro provee ilustraciones de éxitos y fracasos en diversas partes del mundo. Como esta lista puede ser útil para aquellos que no tengan oportunidad de leer el libro completo, la incluiremos en este compendio con una breve explicación de cada factor.

El Capítulo V, proporciona un perfil de las características que la mayoría de las áreas subdesarrolladas poseen en común. Se mencionan entre ellas el pasado colonial; el nacionalismo; la sociedad pluralística; es decir, compuesta por diversos grupos étnicos, idiomas, religiones y patrimonios culturales; la existencia de una "elite" urbana; la existencia de los campesinos ("rural peasants"); una economía caracterizada por la ineficiencia de la agricultura y la falta de industria, así como la convivencia de una economía vieja con una economía nueva; fenómeno de la revolución de las expectativas; las presiones de la población creciente, etc.

El Capítulo VI se dedica a analizar los valores culturales norteamericanos de modo que los agentes de cambio de esa nacionalidad estén conscientes de ellos y los utilicen positivamente en sus relaciones con personas de otras culturas. Aunque este capítulo no se aplica directamente a los comunicadores no norteamericanos, deja bien sentado el

principio de que nuestros propios valores culturales urbanos y técnicos deben ser analizados objetivamente, para ver en qué grado ellos pueden obstaculizar o favorecer nuestro trabajo con las poblaciones rurales de nuestros propios países.

Finalmente, el Capítulo VII discute problemas que se presentan al innovador en su trabajo de campo, así como los métodos de investigación usados en las ciencias sociales que pueden ser adaptados a las necesidades de los agentes de cambio.

Factores en el Cambio Planeado

1. Percepción de las necesidades

Deben utilizarse necesidades ya percibidas y sentidas por la gente, en las etapas iniciales de la introducción de cambios. La percepción de aquellas necesidades que el innovador considera conveniente atender, debe estimularse en una forma gradual y sólo después que el innovador se haya ganado la confianza de la gente.

2. Ambiente o situación local

El agente de cambio debe tratar de entender las condiciones del ambiente local tan perfectamente como sea posible. Si desea experimentar con una idea nueva de resultados no garantizados, no debe usar participación local.

3. Complejidad de las innovaciones

El técnico debe graduar la dificultad de sus proyectos al nivel de la capacidad de la gente y de las condiciones actuales de la tecnología local. Las innovaciones complejas requieren mucho más tiempo e instrucción que las simples y su complejidad presenta más probabilidades de fracaso.

4. Interrelación de las costumbres

Los cambios pueden ser rechazados o aceptados por razones imprevistas, las cuales probablemente resulten de la interrelación que existe entre las diversas costumbres dentro de una misma cultura. Los programas de cambio debieran idealmente ser desarrollados mediante un enfoque integral o de conjunto que pudiera al mismo tiempo resolver los problemas causados por la interrelación funcional de las costumbres y continuar construyendo sobre la confianza ya ganada.

5. Lo nuevo y lo viejo

A no ser que produzcan beneficios dramáticos, la forma más fácil de conseguir la aceptación de innovaciones no es presentarlas en abierto conflicto con valores y costumbres tradicionales, sino más bien de injertarlas sobre ellos. Eventualmente ellas podrían reemplazar a las creencias tradicionales pero, para lograr su aceptación por la gente, es mejor que al comienzo no contradigan a estas últimas abiertamente.

6. Demostración de innovaciones

La mayoría de los habitantes de las áreas subdesarrolladas son

pragmáticos ("lo bueno es lo útil", "sólo creo en lo que veo") lo cual hace necesario emplear la demostración como método básico. Dichas demostraciones, sin embargo, deben ser muy bien controladas para que tengan resultados positivos; de otro modo, la confianza que el agente de cambio haya logrado inspirar inicialmente se perderá completamente.

7. La conducta del innovador debe ser consistente y predecible

El innovador debe darse cuenta de que sus actos iniciales serán juzgados supercríticamente. Si el mismo presenta un comportamiento imposible de predecir, o si no cumple sus promesas o anuncios, la gente local perderá toda su confianza en él.

8. Participación de los beneficiados

Si se quiere que el cambio sea completamente incorporado a la vida del pueblo, se requiere su entera participación en el planeamiento y en la ejecución del trabajo.

9. Estructura social

Es vital que el innovador entienda los grupos sociales con los cuales deberá trabajar. Si escoge para el liderazgo a la persona o al grupo inadecuado, puede no obtener la participación de la mayoría. Intereses creados operan en todas las culturas y si sus propósitos pueden ser canalizados con inteligencia, ellos pueden ser útiles al innovador. Si no es posible esta canalización, el agente de cambio hará mejor en evitar trabajar con dichos grupos directamente y en mantenerse separado de las facciones que se disputan el poder.

10. Beneficios prácticos

Beneficios obvios y prácticos son fundamentales para motivar a la gente a aceptar cambios. Por lo general, si las innovaciones son rechazadas, es porque ellas no son verdaderamente beneficiosas, debido a los factores limitantes propios de la cultura local.

11. Deseos de prestigio

Los beneficios prácticos son importantes motivos para la aceptación del cambio; pero cuando dichos beneficios no son inmediatamente evidentes, la gente puede cambiar debido a un deseo de prestigio, en una emulación con otros con más status que ellos. (Según los autores, esta es la razón por la cual la clase media es tan importante en la transmisión del cambio.)

12. Efectos de la generación más joven

En general, los cambios serán aceptados más rápidamente por los jóvenes que por los viejos. El fenómeno del "efecto generacional", aunque cierto en todas las culturas, es doblemente pronunciado en los países subdesarrollados porque están recibiendo dosis concentradas de occidentalización y modernización en un tiempo tan corto. La alfabetización y la educación son los factores más importantes en la creación de este efecto generacional intensificado. Los hábitos motores y las preferencias en comida son particularmente pertinentes en este respecto. Los jóvenes pueden y quieren experimentar más fácilmente que los viejos.

13. Religión y lo sobrenatural

Las creencias religiosas constituyen tanto una fuerza conservadora como una fuerza que puede usarse en favor del cambio. El fatalismo posee una base religiosa, pero generalmente refleja las posibilidades limitadas de la gente local. En las doctrinas de todas las religiones del mundo hay bases para el fatalismo, pero ellas son enfatizadas solamente cuando las expectativas reales son bajas. La religión puede ser empleada positivamente de dos maneras: utilizando las organizaciones y hermandades religiosas, y mezclando los cambios deseados a las creencias religiosas locales.

14. Standards de conducta apropiada

Hasta que los nuevos standards sean adoptados por la gente, sus standards acostumbrados de conducta y sus problemas de dignidad, orgullo y modestia necesitan ser entendidos. Ignorándolos, el innovador reduce sus probabilidades de éxito.

15. El problema de la comunicación

Es esencial que los canales de comunicación permanezcan abiertos. El innovador puede esperar que haya bastante comunicación de sí mismo a la gente que él desea ayudar, pues él mismo hará los esfuerzos para que así sea, pero debe recordar que muchas de las ideas que él presenta son difíciles de entender y de aceptar, y que su propia posición es de elevado prestigio. Si él comunica continuamente en una sola dirección, es posible que encuentre constantemente señales de aprobación y aceptación, pero éstas a menudo disfrazan una falta de cooperación, debido a que los receptores no saben cómo hacerle llegar sus objeciones.

16. Oportunidad de la introducción

La oportunidad, el tiempo oportuno, debe ser siempre una parte integral del planeamiento. No deben planearse proyectos para periodos en los que la gente está ocupada en trabajos indispensables. Además, el agente de cambio debe mantenerse alerta esperando acontecimientos que le darán oportunidades para demostrar la eficiencia de nuevas ideas en forma dramática.

17. Continuidad del proyecto

La continuidad de un proyecto es necesaria tanto para mantener una actitud positiva en la población local como también como única indicación de que la innovación ha sido verdaderamente aceptada. Cuando la gente local no necesita más del innovador, es porque éste ha realizado bien su trabajo.

-1964 -

MAN TAKES CONTROL*

por

Charles J. Erasmus

Resumen por Juan Díaz Bordenave

Erasmus es un antropólogo que fue empleado en tal carácter por el Punto Cuarto para que estudiase los aspectos humanos de diversos proyectos de asistencia técnica en salud y agricultura en Haití, Colombia, Ecuador y Chile. En este libro, que lleva el subtítulo "Desarrollo cultural y ayuda norteamericana", Erasmus trata de entender los problemas que encuentran los programas de asistencia a poblaciones subdesarrolladas para lo cual cree necesario formular una teoría general del cambio cultural.

El procedimiento que sigue es el siguiente:

1. En la introducción, el autor describe los objetivos y la estructura de su obra e ilustra el problema del que va a tratar el libro, mediante el caso de Juan, un indio Mayo del estado mexicano de Sonora, a quien Erasmus llevó por un tiempo a California. Juan viene a simbolizar, para Erasmus, el drama del cambio provocado en las culturas atrasadas por otras culturas más adelantadas.

2. Uno de los objetivos del libro es formular un esquema simple de causalidad cultural. Un segundo objetivo es desarrollar - sobre la base del esquema causal - una teoría general de desarrollo de la cultura, que "nos ayude a entender algunos de los problemas del desarrollo en una sociedad dualística o compuesta de dos mundos, así como nuestro papel en ayudar a resolver esos problemas". Conforme a estos objetivos, el libro se divide en tres partes.

La parte primera (Capítulos II a V) trata de la causalidad cultural. La segunda (Capítulos VI a VIII) trata del desarrollo cultural. La tercera (Capítulos IX a XIII) presenta un caso de estudio en desarrollo económico y cambio cultural.

Trataremos de resumir las ideas de Erasmus, advirtiendo desde ya que para comprenderlas bien el lector necesita haber leído un poco previamente sobre los conceptos utilizados en sociología y antropología. No obstante, ellas no son tan complicadas como para que no puedan resumirse en esta bibliografía.

Erasmus cree que los agentes activos de la causalidad o del cambio cultural son los atributos cognoscitivos o intelectuales y las fuerzas motivacionales o deseos básicos del hombre. Entre las motivaciones que considera más decisivas están la necesidad de sobrevivir, el deseo sexual, y el deseo de prestigio.

* Publicado por: University of Minnesota Press, Minneapolis, 1961.
365 p.

Erasmus afirma que el proceso cognoscitivo deriva su cualidad dinámica de lo que él llama "interpretaciones de frecuencia", es decir, la facultad de sintetizar experiencias y derivar de ello generalizaciones predictivas (predicciones de sucesos). Esto quiere decir, que cuando la persona observa que un fenómeno se repite varias veces ella forma una "creencia" que le ayuda a predecir la repetición del mismo, u otro parecido, cuando se dan similares circunstancias. A veces la creencia formada parecería irracional para una persona más culta, pero es lógica para la persona ignorante. Por ejemplo: un grupo de madres indias cruzan un cierto lugar y se paran para dar de beber a sus niños el agua estancada de una poza contaminada. Más tarde, cuando sus niños muestran síntomas de infección intestinal, que los indios suelen atribuir a un aire maligno, las madres pueden establecer una relación entre la enfermedad y el paso a través del lugar. Si esta acción se repite varias veces, y los efectos son los mismos, se forma una creencia de que ese lugar es maligno. La credibilidad de las gentes en curanderos, brujos y hechiceros, Erasmus la explica como un fenómeno de "interpretación de frecuencia".

Erasmus dice que en pueblos primitivos la interpretación de la frecuencia se basa enteramente en la observación casual y que la espectacularidad es importante para la aceptación de una innovación. En pueblos adelantados la comunicación y la aceptación de estas interpretaciones de frecuencia dependen mucho más de la experiencia indirecta y por consiguiente de la alfabetización y el conocimiento.

El autor introduce también en su esquema causal el concepto de limitación. En otras palabras, si bien Erasmus cree que el hombre hace la cultura, mediante sus fuerzas intelectuales y sus motivaciones, existen limitaciones para su acción y estas limitaciones vienen del ambiente físico y también de la propia cultura. Un ejemplo de limitación cultural, es que "la probabilidad de que la inversión necesaria, una creencia, o un hábito tradicional obstruyan el cambio, es mayor entre agricultores orientados hacia la agricultura de subsistencia que en aquellos que producen para el mercado".

En resumen, el esquema causal de Erasmus tiene tres componentes: dos de ellos son dinámicos o positivos: la capacidad cognoscitiva y las motivaciones, y el tercero es pasivo o negativo: las limitaciones de orden físico o cultural.

Erasmus presenta además el concepto de "control". Se refiere este al dominio que el hombre ejerce sobre el ambiente o realidad, y está constituido por los nuevos actos que él hace posibles mediante el aumento de la extensión y la intensidad de sus observaciones técnicas. Es decir que a medida que el hombre refina sus interpretaciones de frecuencia, y abandona las "creencias" equivocadas, aumenta su "control" de la realidad. Hay controles positivos y controles negativos. Los controles positivos son los nuevos actos que el individuo acepta individual y voluntariamente. Controles negativos son las obligaciones individuales para con la sociedad. En otras palabras, los controles

negativos son el precio que el individuo tiene que pagar por vivir en una sociedad con más dominio del ambiente. Ejemplo: El ahorro obligatorio para la formación de capital es un control negativo porque es impuesto mediante la tributación. Otro ejemplo podría ser el control de la natalidad.

En resumen, el hombre toma control ("man takes control") del mundo en dos formas: una positiva, aumentando su conocimiento probable sobre su ambiente natural mediante refinamientos tecnológicos en sus observaciones. También el hombre toma un control negativo de su ambiente social mediante la ley y la sanción social.

3. Erasmus concede considerable importancia heurística o explicativa al consumo conspicuo, es decir, a las tres formas en que se manifiesta el deseo de prestigio o de reconocimiento social: el dar conspicuo, el poseer conspicuo y el producir conspicuo. 1/

El dar conspicuo es una característica de la sociedad cerrada primitiva, en la cual la distribución de bienes exaltaba el prestigio del líder o "hombre grande". El poseer conspicuo era prominente entre los miembros privilegiados de las sociedades primitivas coercitivas, pero se expandió más cuando el comercio y la especialización aumentaron la variedad de bienes disponibles y el número de necesidades sentidas. En la actualidad, aunque ambas formas de la sed de prestigio todavía existen, según Erasmus es el producir conspicuo el que está comenzando a dominar en las sociedades más avanzadas.

El dar, el poseer y el producir conspicuos, van acompañados respectivamente de la sanción envidiosa, la emulación envidiosa y la promoción envidiosa. Estas son subcategorías de la dimensión general de Veblen, comparación envidiosa.

4. Podemos ahora intentar resumir la teoría general de Erasmus y para ello vamos a usar sus propias palabras: "Yo sostengo que la capacidad cognoscitiva y simbolizadora del hombre, estimulada principalmente por el deseo de reconocimiento social, explica la cualidad dinámica del desarrollo cultural progresivo mediante el crecimiento y la dispersión del capital cultural. A medida que los controles positivos sobre el ambiente aumentan mediante la especialización, se extienden la interdependencia y reciprocidad social a más gente, y se desarrollan los controles negativos para regular las recompensas no inmediatas de la reciprocidad impersonal. A través de este proceso, el componente cognoscitivo de la causalidad cultural modifica las formas socialmente aprobadas de comportamiento, a través de las cuales el interés egoísta puede hallar expresión. Todo lo que uno considere en

1/ Erasmus obtuvo del economista Thorstein Veblen los conceptos de "consumo conspicuo" y "comparación envidiosa" presentados en su obra "Teoría de la Clase Ociosa".

este crecimiento y expansión como un progreso moral o ético, 'debe atribuirlo también a la inteligencia del hombre, a la creciente probabilidad de su conocimiento, y a un interés egoísta que está siempre socialmente controlado."

La utilidad del libro de Erasmus no radica solamente en la presentación de su teoría, que puede discutirse. Radica también en la cantidad de aplicaciones que él hace de sus conceptos a diversas situaciones que se han presentado en la introducción de cambios en varios países del mundo. Así por ejemplo, la Parte III del libro analiza exhaustivamente los cambios culturales y tecnológicos ocurridos en el estado mexicano de Sonora en los últimos años.

En realidad todo el libro está salpicado de ilustraciones sumamente interesantes y útiles para el agente de cambio latinoamericano.

Igual que los libros de Hagen y de McClelland, también resumidos en esta bibliografía, el libro de Erasmus debiera ser leído por todo comunicador que posea el idioma inglés y tenga alguna base en ciencias sociales. Sería muy deseable que "Man Takes Control" fuese traducido al español. Es un libro absorbente, que hace pensar. Se puede discrepar con los conceptos del autor pero es difícil dejar de admirar el conjunto de su obra.

El libro contiene una excelente bibliografía sobre cambio cultural.

LAS CULTURAS TRADICIONALES Y LOS CAMBIOS TECNICOS*

por

G. M. Foster

Resumen por Juan Díaz Bordenave

El libro de Foster es lo que suele llamarse "un clásico". Aparece citado en todos los libros, subsiguientes a su publicación, que tratan sobre el cambio "orientado" o "planeado". Podemos decir que con los libros de Margaret Mead ("Cultural patterns and technical change"), de Ch. J. Erasmus ("Man takes control") y el más reciente de Arensberg y Niehoff ("Introducing social change") y por supuesto el editado por Spicer ("Human problems in technological change"), todos ellos comentados en esta bibliografía, el libro de Foster puede ser de gran utilidad para el agente de cambio que trata de comprender la constelación de variables inherentes a dicho proceso.

Para los latinoamericanos, este libro tiene un mérito particular y es el de estar basado en gran medida en la experiencia que el antropólogo Foster adquirió en México, Colombia, Perú y Brasil. De modo que numerosas ilustraciones de la obra son latinoamericanas.

La obra contiene los siguientes temas:

- I. Aspectos culturales del desarrollo tecnológico
- II. Cómo cambian las culturas
- III. La comunicad campesina tradicional
- IV. La dinámica del cambio: cultura, sociedad, psicología y economía
- V. Barreras culturales al cambio
 - Valores y actitudes
 - Estructura cultural
 - Los sistemas de movimiento físico y las posturas habituales del cuerpo
- VI. Barreras sociales al cambio
 - Solidaridad de grupo
 - Conflictos

*Publicado por: Fondo de Cultura Económica, 1964. 261 p. Título en inglés "Traditional Cultures and the Impact of Technological Change", publicado por: Hayer & Row, New York, 1962.

- Centros de la autoridad
- Características de la estructura social
- VII. Barreras psicológicas al cambio
 - Percepción diferente en las distintas culturas
 - Los problemas de la comunicación
 - Problemas de aprendizaje
- VIII. Estímulos para el cambio
 - Las motivaciones para el cambio
 - Problemas de ajuste
- IX. El especialista técnico: sus problemas
- X. Labor del antropólogo: estudio de los conceptos
- XI. Labor del antropólogo: etapas de análisis
 - Estudio previo
 - Confección del plan
 - Análisis constante
 - Valoración
- XII. La ayuda técnica y la ciencia social: algunos problemas del trabajo en equipo
- XIII. La ética del cambio planificado

El siguiente comentario, muy apropiado, aparece en la portada posterior del libro de Foster:

"Aunque este libro no pretende ser propiamente un prontuario para el antropólogo social, bien podría considerarse un manual para el estudioso de las técnicas que emplean los especialistas en ese campo de las ciencias sociales. El progreso de este ramo del conocimiento aplicado ha hecho que se necesiten más cada día, y en ocasiones con relativo apremio, consejeros en la introducción de los adelantos en las pequeñas y aun grandes comunidades en desarrollo, particularmente en las que privan con obstinación las culturas tradicionales y ofrecen resistencia unas veces velada y otras franca y persistente al efecto del cambio tecnológico".

ADOPTION OF NEW IDEAS AND PRACTICES *

por

Herbert F. Lionberger

Resumen por Carlos Cordero

Lionberger sienta la premisa de que es deficiente el aprovechamiento de las comunicaciones en diferentes campos de acción, y de que es necesario encontrar y usar nuevos y mejores métodos para comunicar ideas o información.

En la Parte I del libro, el autor sitúa este problema en el campo del desarrollo agrícola, y específicamente en el proceso que determina la adopción de nuevas ideas por parte de los agricultores.

Se establece que generalmente cinco etapas preceden la adopción de una práctica nueva en materia de agricultura.

Conocimiento de la nueva idea;

interés por adquirir más información relacionada con la idea recién adquirida;

evaluación en términos de utilidad o conveniencia económica;

prueba en pequeña escala y

adopción en escala mayor.

El período que va desde el primer paso hasta el final varía según diferentes circunstancias. Se conoce el caso de Iowa, USA, donde la adopción de una nueva variedad de maíz tardó 5 años. La práctica de fertilizar de acuerdo con análisis de suelos lleva 20 años y a la fecha no ha sido totalmente adoptada.

El autor señala una serie de conclusiones relacionadas con las 5 etapas indicadas y analiza las implicaciones y efectos de la información en personas situadas en las diferentes etapas del ciclo de adopción.

En la etapa de conocimiento, por ejemplo, los medios de información en masa son con frecuencia la mejor fuente de información para los agricultores. En la etapa de interés también tiene influencia considerable la información por medios masivos y en escala menor las agencias agrícolas. En la etapa de evaluación el cuadro cambia y son entonces los agricultores bien reputados o líderes la fuente

*Publicado por: The Iowa State University Press, Ames, Iowa, 1960.
164 p.

informativa de mayor influencia. En la etapa de prueba el contacto personal-con agricultores, agentes agrícolas, vendedores comerciales y técnicos en general-es la fuente de mayor influencia. En la etapa final de adopción, la propia experiencia y la de otros agricultores determinan la actitud del agricultor.

Seguidamente subraya varios factores, ajenos al proceso puramente informativo, que inciden en la adopción de nuevas ideas. Así, por ejemplo, el Capítulo 5 resume estudios sobre la función de las personas en el proceso de adopción distinguiéndolas según su contribución al mismo, en innovadores, comunicadores, claves, influyentes y escépticos.

En resumen, en la Parte I, el autor sintetiza tres aspectos diferentes del proceso que se relacionan directamente entre sí y completan el cuadro: (1) actitud del agricultor ante ideas nuevas; (2) función de la información como modeladora de dicha actitud y (3) factores de tipo social, económico y cultural que influyen sobre la actitud del agricultor.

En la Parte II del libro, el autor ahonda en lo que la investigación de otros autores ha revelado. Para ello se vale del análisis de las conclusiones derivadas de 100 investigaciones previas. El autor cita al final los títulos de las obras analizadas y agrega en cada caso un breve resumen del tema sin comentario adicional.

Esta segunda parte, la más amplia en extensión y en información general, complementa el cuadro general presentado en la primera parte y abre al lector un panorama que lleva directo al conocimiento de lo que hasta el momento ha encontrado la investigación en la materia de que trata el libro.

Así desarrollada la obra, el autor presenta conclusiones susceptibles de aplicación inmediata en programas de información, y seguidamente provee guías para quienes desean o necesitan ahondar en el campo de la investigación.

La tercera y última parte del libro contiene tres bibliografías: una de investigaciones realizadas, la cual lleva breves anotaciones descriptivas para cada estudio citado; la segunda una lista de estudios relacionados en forma pertinente con el problema de la difusión; y finalmente una tercera lista de referencias generales, o trabajos relacionados con ideas y conceptos básicos que atañen al fenómeno del cambio.

DIFFUSION OF INNOVATIONS *

Por

Everett M. Rogers

Resumen por: Dr. Antonio M. Arce

El presente libro puede ser de suma utilidad tanto para estudiantes universitarios de sociología y ciencias sociales en general, como para los profesionales que operan en programas de desarrollo con el propósito fundamental de estimular la adopción de nuevas ideas. Ello se debe a que el autor analiza en forma clara y bien documentada los factores asociados a la aceptación o rechazo de innovaciones, entre los cuales el papel del agente de cambio es de vital importancia.

La obra esta respaldada por el análisis de 506 estudios sobre difusión, vista desde los diferentes ángulos de las ciencias sociales, tales como sociología, antropología, economía, educación, historia, etc. Las innovaciones contempladas en dichos estudios son numerosas y variadas, tales como el uso de fertilizantes, adiestramiento para choferes, métodos de control de nacimientos, uso de nuevas telas y de cobijas eléctricas, para citar sólo unos ejemplos. El análisis de la investigación empírica lleva al autor a la proposición de una teoría sobre la difusión y adopción de innovaciones, que forma el último capítulo de la obra. En dicho capítulo merecen destacarse las 52 conclusiones sobre difusión de innovaciones.

La obra tiene un rico contenido, como puede apreciarse en la siguiente enumeración de tópicos tratados: Introducción; Tradiciones de investigación sobre difusión; Cultura, normas y difusión; El proceso de adopción; Características de la innovación; Categorías de adoptadores; Innovadores como "desviados"; Los líderes de opinión y el flujo de ideas; El rol del agente de cambio y las consecuencias de la innovación; Predicción sobre el fenómeno de la innovación; Hacia una teoría de la difusión y adopción de innovaciones. Aún cuando es difícil señalar los aspectos más importantes contemplados en cada uno de los tópicos mencionados anteriormente, debido a la estrecha interrelación de conceptos, no resistimos la tentación de indicar que vale la pena poner atención, entre otros, a aspectos como: los elementos de la difusión; sistemas sociales con normas modernas y sistemas sociales con normas tradicionales; las cinco etapas en el proceso de adopción; las fuentes de información en cada etapa; período de adopción de ciertas innovaciones; características de las innovaciones; categorías de adoptadores y sus características; medición del liderazgo de opinión; barreras al flujo de ideas dentro del sistema social; una estrategia del cambio; y conclusiones sobre difusión de innovaciones.

Finalmente queremos señalar que el autor no se contenta con analizar dentro de un marco teórico gran cantidad de investigaciones, sino que a menudo indica las áreas y aspectos en que es necesario investigar más profundamente, dejando en esta forma el campo abierto a otros profesionales interesados en el fenómeno de la difusión.

DESARROLLO ECONOMICO*

por

Charles P. Kindleberger

Resumen por Fernando Suárez de Castro

De manera ordenada y relativamente sencilla se presenta en esta obra el tema actual y complejo del desarrollo económico, medido unidimensionalmente en términos de aumentos en la renta nacional per cápita.

En los siete primeros capítulos se discuten los componentes del crecimiento y los elementos más importantes del proceso, dándose una idea clara de su importancia relativa. A diferencia de otras obras sobre el mismo tema, el autor asume una actitud ecléctica y se abstiene de clasificar o de colocar en orden de importancia a los recursos naturales, el capital, el trabajo, la tecnología, la dimensión y la asignación de recursos, componentes todos del proceso. El examen de casos históricos indica que los diversos componentes pueden ser sustituidos unos por otros, al menos en una buena proporción; muestra también que "el proceso de crecimiento ha sido guiado, frecuentemente, por uno u otro de esos componentes"; estas dos circunstancias le sirven al autor para justificar su posición ecléctica, la cual agrega un atractivo más a la obra para aquellos que desean disponer de una presentación equilibrada e imparcial del tema.

En el capítulo 8 se examina el papel que desempeña el sistema de precios en el desarrollo económico y hasta dónde se puede confiar en él para estimular el proceso o, en contraste, en qué grado hay que recurrir a medidas gubernamentales opuestas a las decisiones o iniciativas privadas. Se examinan las ventajas e inconvenientes de la intervención estatal, los tipos y grados de planificación gubernamental, las características del proceso de planificación y los diferentes criterios que pueden orientarlo.

El crecimiento equilibrado y las prioridades junto con la clase de tecnología que debe preferir un país subdesarrollado son luego objeto de análisis amplio. El peligro de imitar exageradamente técnicas "capital-intensivas" utilizadas en países avanzados se discute con numerosas citas de casos y autores.

En el capítulo siguiente se examina el papel que políticas monetarias diversas pueden desempeñar en el desarrollo; particularmente se hace énfasis en la inflación como fenómeno epidémico en las economías atrasadas y la dificultad de impedirlo, mayor en los países subdesarrollados que en aquellos que cuentan con mayores propensiones margi-

*Publicado por: McGraw Hill, New York, 1961. 335.

nales al ahorro, con capital fijo ampliamente repartido y con movilidad social y ocupacional.

El problema de la población y las ventajas e inconvenientes de los cambios sociales evolutivos y revolucionarios se examinan luego; la reforma agraria, el papel de los sindicatos, la legislación social, la imposición progresiva, el movimiento cooperativo, el papel de las empresas extranjeras y el nacionalismo son objeto de análisis, para desembocar discutiendo las probabilidades que existen de evitar la violencia como método de cambio en la estructura de las relaciones políticas, económicas y sociales de países cuyo sistema sigue siendo feudal.

Los capítulos finales se dedican a problemas externos de los países subdesarrollados. El comercio con el extranjero, los empréstitos, las posibilidades de cooperación entre los países subdesarrollados y las relaciones de éstos con los países avanzados, son motivo de sendos capítulos de gran interés. Kindleberger es poco optimista sobre el futuro de la cooperación regional de los países pobres. Mientras no exista una estructura política adecuada, los esfuerzos de integración económica apenas se traducirán en una cooperación ocasional que resultará de transitorias coincidencias de intereses limitados. Los países subdesarrollados tienen un sólo denominador común: el ser pobres. Pero es inevitable que en el proceso de salir de la pobreza haya tensiones y conflictos entre ellos y aunque puede ser cierto que actuando juntos todos logren más eficientemente el progreso económico, no puede descartarse la posibilidad de que algunos puedan ir más lejos y más de prisa solos que asociados con otros.

LA TEORIA DEL DESARROLLO ECONOMICO *

por

W. Arthur Lewis

Resumen por el autor

(Nota del editor: El libro de Lewis es una obra clásica en el campo del desarrollo. A diferencia de otros libros sobre desarrollo económico, el de Lewis da una atención muy profunda a los factores no económicos del desarrollo. De aquí su gran interés para los comunicadores. Ahora que existe una traducción del original al español, esta obra debiera ser de lectura obligatoria para todo profesional del cambio.)

Plan de la obra

El plan de una obra que verse sobre desarrollo económico es en buena parte asunto de elección personal. Los temas que se han de estudiar es tán tan estrechamente relacionados entre sí que poco importa por dónde se empiece. Esta obra comienza con el esfuerzo por economizar, y las creencias e instituciones que determinan cuán vigoroso será este esfuerzo. En seguida, considera el papel desempeñado por el conocimiento en el desarrollo de los procesos que favorecen tanto la acumulación como la difusión del conocimiento. El estudio de los recursos por habitante se inicia con un capítulo dedicado al capital y luego prosigue con otro dedicado a la población. El papel desempeñado por el gobierno en el desarrollo económico no es un tema aparte; realmente pertenece a cada uno de estos capítulos; pero es conveniente estudiar el tema del gobierno en un capítulo final aparte por razón de su importancia. El enfoque de cada capítulo es el mismo; desde el punto de vista de la compatibilidad con el crecimiento nos interesamos en las relaciones económicas, en las instituciones y en las creencias; y desde el punto de vista de la evolución nos interesa por qué cambian las cosas, cómo cambian y si pueden descubrirse algunas tendencias.

Esta división del objeto de nuestro estudio entre los diferentes factores del crecimiento económico hace necesario, de cuando en cuando, subrayar la relación recíproca de los diversos factores, en el sentido de que el avance efectuado en algún frente traerá consigo un avance en los otros también. Si se llega a disponer de más capital, proveniente, por ejemplo, del exterior, lo más probable es que llegue acompañado de nuevas tecnologías y afectará posiblemente la conformación de las instituciones y de las actitudes humanas. Si se descubre un nuevo conocimiento, la inversión será estimulada y las instituciones sentirán su influjo. Si las instituciones se tornan más liberales, el esfuerzo humano aumentará y se aplicarán, por lo tanto, más conocimientos y capital a la producción. El cambio social es acumulativo, y los diferentes factores se refuerzan unos a otros.

* Publicado por: Fondo de Culturas Económicas, México, 1958. 499 p.
Título en inglés "The Theory of Economic Growth", publicado por:
Richard D. Irwin, Inc., Homewood, Illinois, 1955.

A pesar de esta relación recíproca, existe la posibilidad de afirmar que un determinado factor es más importante que todos los demás. Por ejemplo, para Adam Smith y toda una larga serie de economistas liberales, lo que se necesitaba para fomentar el crecimiento económico era principalmente una apropiada estructura institucional; dada esta estructura, no había que preocuparse mucho por la buena disposición a efectuar un esfuerzo, o por la acumulación de capital o de conocimiento, puesto que todas éstas eran fruto de reacciones humanas instintivas inhibidas tan sólo por la existencia de instituciones inconvenientes. Por otra parte, para Malthus uno de los mayores obstáculos que podría encontrarse en los países subdesarrollados era la carencia de demanda, que en nuestros días se traduciría por la expresión: "una baja valoración del ingreso con relación al ocio", y este punto de vista tiene todavía hoy muchos partidarios. Otra escuela considera que el principal obstáculo lo representa la escasa destreza técnica; como el programa del presidente Truman para los países subdesarrollados, que pretendía que lo que los países atrasados necesitaban especialmente de los adelantados era la asistencia técnica. Y otra escuela más piensa que al capital se debe el estancamiento, y dice que si se pudiera disponer de capital se obtendrían también nuevas tecnologías y que en el proceso de crecimiento económico todas las instituciones hostiles al mismo serían modificadas o barridas. Por último, está la escuela que afirma que lo principal son los recursos, y pretende que todos los países tienen el capital y las instituciones que sus recursos naturales les permiten poseer. Correspondientes a estas distintas maneras de ver las cosas, tenemos los diferentes significados de la palabra "subdesarrollado". Un país puede ser subdesarrollado en el sentido de que su tecnología es atrasada, cuando se la compara con la de otros países, o en el sentido de que sus instituciones son relativamente desfavorables a la inversión, o en el sentido de que sus recursos de capital por habitante sean escasos, si se comparan, digamos, con los de los países de Europa Occidental, o en el sentido de que la producción por habitante es baja, o de que tiene valiosos recursos naturales (minerales, agua, suelo) que no ha comenzado a utilizar. Un país puede ser más subdesarrollado en uno de estos sentidos y menos en otros, pero en la práctica existe tal relación recíproca entre estos índices que es extraño ver cómo algunos autores se burlan de otros porque usan la palabra "subdesarrollado" en un determinado sentido y no en otro.

Por supuesto, es verdad que un cierto obstáculo al crecimiento puede descollar sobre todos los demás, en un tiempo y lugar determinados, tanto en el sentido de que la deficiencia es mayor en ese punto dado, como en el de que es más fácil comenzar en ese que en otro punto cualquiera. Por ejemplo, es posible pensar en la existencia de países en los que el principal obstáculo contemporáneo que se opone al crecimiento lo representan sus instituciones (un mal gobierno, o leyes inapropiadas sobre tenencia de tierras, digamos) en el sentido de que se obtendrían más conocimientos y capital si las instituciones cambiaran, y no de otro modo. Es igualmente posible pensar en la existencia de otros lugares en los que las instituciones del día sean un obstáculo al crecimiento económico, y que carezcan sobre todo de capital. Y hay todavía otros lugares en los que podría hacerse un buen comienzo entregándoles nuevas técnicas a los agricultores, en la forma de semillas mejoradas o de abonos. A veces es descabido poner toda la atención en un sólo problema, con exclusión de la mayoría de los demás. Esto, sin embargo, es sólo una táctica transitoria, porque en cuanto se allana un

obstáculo comienza a destacarse de inmediato algún otro. Si el agricultor recibe semillas mejoradas y abonos, se necesitará nuevo capital para manejar la producción extra; si se obtiene capital, deben promulgarse leyes apropiadas sobre hipotecas y otras formas de inversión; si las instituciones se mejoran aparecerá en seguida algún otro obstáculo al desarrollo. Por tanto, aunque el reformador puede empezar por un factor solamente, debe tener presente que, si quiere tener éxito completo, muchos otros cambios se producirán, además del que se efectúe en el factor de que se ocupe inmediatamente.

En esta obra hemos separado las diversas causas del crecimiento sólo por razones de análisis. Puesto que las causas guardan relación recíproca, el libro debe leerse en su unidad si no ha de ser malinterpretado; cada oración, o párrafo o capítulo da por sentado lo que está escrito en otras partes, y separados de su contexto pueden dejar de ser válidos. Hay también ciertos tópicos, por ejemplo, la religión, que se repiten en varios capítulos, cada una de las veces en relación a algún aspecto diferente del crecimiento económico. Es inevitable que se presente una cierta confusión cuando se disecciona un tema que no puede disecarse. Hemos tratado de reducir a un mínimo la confusión haciendo frecuentes referencias cruzadas en el texto, pero el lector que quiera obtener un panorama completo de alguno de los temas tendrá que recurrir al índice para satisfacer su deseo.

INTRODUÇÃO AO PLANEJAMENTO DEMOCRÁTICO *

por

John R. P. Friedman

Resumen por Juan Díaz Bordenave

Aunque este libro no trata precisamente de planeamiento de programas de comunicación, sino del planeamiento global para el desarrollo económico, su contenido está estructurado a un nivel tal de generalidad que puede aplicarse perfectamente al planeamiento de cualquier tipo de programa o actividad.

En efecto, el autor empieza por afirmar que el "planeamiento es básicamente un proceso de raciocinio y una forma de enfrentarse de manera creativa a las situaciones que se nos deparan, siendo más importante razonar siempre como un planificador que producir planos acabados."

Según Friedman "todo plan es principalmente un medio para comunicar ciertas informaciones y para coordinar la acción con las metas previamente escogidas". También afirma que "un plan es un artificio para registrar ciertas decisiones". Más específicamente, un plan es lo siguiente:

"un documento de considerable extensión, con numerosos y diferentes tipos de informaciones, tales como: análisis e identificación de problemas; consecuencias futuras de las principales variables; una fijación de metas, objetivos y blancos; una relación de patrones y prioridades de acción; y un esbozo de presupuesto con la distribución de los recursos financieros para los proyectos y actividades".

Pero el mayor mérito del libro radica en su capacidad de comunicar la filosofía del planeamiento, es decir, el estilo - o los estilos - de razonamiento que son característicos del proceso de planear.

Dichos estilos están resumidos en la frase del autor:

"Los hábitos especiales de pensamiento incluyen los hábitos de objetividad, análisis, integración, previsión, experimentación, utopía y visión estética".

En realidad el libro está construido alrededor de esta frase, y cada uno de sus capítulos trata de una de las manifestaciones del razonamiento para planear. Así tenemos los capítulos siguientes:

* Publicado por: Fundação Getúlio Vargas - Escola Brasileira de Administração Pública, Praia de Botafogo 136, Rio de Janeiro, Brasil, 1959.

- Prólogo: La naturaleza del planeamiento
- Cap. 1. El raciocinio objetivo
- " 2. El raciocinio analítico
- " 3. El raciocinio integrante
- " 4. El raciocinio proyectante
- " 5. El raciocinio experimental
- " 6. El pensamiento utópico.
- " 7. La visión estética

Epílogo: La práctica del planeamiento.

El Capítulo 1 distingue las diferencias que hay entre los hechos (científicos, espirituales e ideológicos) y los juicios de valor, o valores, para definir la objetividad en la forma siguiente: "Significa la claridad y consistencia del punto de vista, tornándolo accesible a todos; basando los juicios en "hechos"; distinguiendo entre "hechos" y "valores" tentado sorprender la "realidad" simultáneamente en sus varias dimensiones y absteniéndose de la falsificación consciente".

El capítulo contiene también las Actitudes Personales y las Medidas Institucionales que aseguran una mayor objetividad en el planeamiento.

El Capítulo 2, Racionamiento Analítico, plantea las preguntas esenciales que el planificador se formula para orientar la recolección de los datos para el planeamiento. Friedman presenta el siguiente esquema de análisis de la situación:

1. Definición de la situación o problema
2. Relación con otras situaciones
3. Estructura de la situación
 - a. Espacial, b. Institucional, c. Funcional, d. Social.
4. Desarrollo o evolución de la situación
5. Determinantes de los cambios y persistencias en la situación.

Para cada uno de estos cinco aspectos del análisis de la situación, el libro presenta una serie de preguntas muy específicas. Así se bosqueja lo que se denomina "el análisis del pre-planeamiento".

Friedman afirma que el estudio o análisis de valores, creencias y actitudes de las personas es vital para el buen planeamiento, así como el de las Metas y Objetivos.

Para las metas el autor establece las siguientes condiciones:

- a. deben ser definidas con precisión, claridad y simplicidad ;
- b. fijadas sin ambigüedad de forma que sólo sea posible una sola interpretación y no varias;
- c. establecidas de tal modo que el progreso hecho en dirección a ellas pueda ser medido cuantitativamente;
- d. íntimamente relacionadas unas con las otras;

- e. proyectadas por no más de 20 años, si son a largo plazo, y no más de 5 cuando son a corto plazo.

Es particularmente valiosa la explicación del autor sobre lo que es una meta y las ilustraciones que brinda para aclarar su punto.

El capítulo termina con un enfoque del problema de la investigación para el planeamiento.

El capítulo 3, el Raciocinio Integrante, o raciocinio de relación, considera el "todo" y estudia la relación de las partes del plan entre sí y con el todo. Una noción clave es la de las Acciones Planeadas y las Acciones No Planeadas, y sus diferentes formas (acciones paralelas, acciones en conflicto y acciones contradictorias). Se estudian también las "vías de transformación" y la previsión de la "situación futura". Para llegar a la situación futura todo plano debe procurar una serie de equilibrios entre procesos tales como

- . especificación y dirección
- . controles directos e indirectos
- . áreas de acción planeadas y no planeadas

A continuación se introduce el concepto de Plano Estructural ("framework plan"), el cual establecerá al mismo tiempo tanto la dirección y los límites del planeamiento en los niveles administrativos "más bajos", como los suyos propios, a través de una serie de "puntos de referencia". Así un plan nacional puede establecer una estructura para los planes regionales y estos últimos para los locales y urbanos.

Envuelto en todo esto está el importantísimo concepto de las "posiciones-llave", a través de las cuales es posible influir, de manera indirecta, sobre un gran número de acciones.

El Capítulo 4, el Raciocinio Proyectante, analiza el raciocinio en términos de situaciones futuras y en términos de proceso, procediendo a base de la formulación de hipótesis y de la construcción de un modelo de cambio que tiene en cuenta el grado de "sorpresa potencial" (sorpresa si las consecuencias de las diversas acciones alternativas se realizan) y el grado de "interés en la verdad de la hipótesis".

Se tiene en cuenta los problemas de incertidumbre, los de ignorancia casi total, etc. que obstaculizan la previsión del futuro. El capítulo termina con unas técnicas para la previsión del futuro, tales como las teorías, las previsiones empíricas, las previsiones estadísticas, los modelos hipotéticos.

El Capítulo 5, Raciocinio Experimental, plantea la necesidad de mantener una mente abierta a nuevas soluciones posibles. La "experimentación" de que habla este capítulo no equivale al "método experimental" de la ciencia (observación controlada y exacta) pero sí al estudio de las alternativas posibles y de sus consecuencias probables, con una actitud experimental y no dogmática.

El autor señala insistentemente que el planeamiento no debe ser confundido con las soluciones ofrecidas, sino como un METODO para el descubrimiento de soluciones.

La discusión del capítulo concluye describiendo pormenorizadamente como el pensamiento experimental puede asumir forma concreta en el planeamiento, a través de las fases:

1. Análisis de las alternativas
2. Selección de las alternativas
3. Funcionamiento de las alternativas

El Capítulo 5, el Pensamiento Utópico, presenta la necesidad de la imaginación visionaria en el planeamiento. Este es uno de los capítulos más vigorosos y originales de Friedman. Ahora bien, el pensamiento utópico al cual el autor se refiere no es el del soñador vano, sino que es "radical en la concepción; amplio en la visión; realista en la ejecución, y apoyado en las realidades más profundas de la vida". Friedman afirma que en toda cultura hay un gran número de sub-utopías que aunque no afectan los fundamentos básicos del sistema, son radicales en sus concepciones. Friedman presenta un cuadro extremadamente interesante del proceso generalizado de la modificación histórica, en el cual se observa el papel de los profetas, los filósofos, los revolucionarios y los realizadores así como el de los políticos administradores y planificadores (pág. 148).

Finalmente se dan ilustraciones de innovaciones institucionales y sus consecuencias sobre las organizaciones institucionales existentes.

El Capítulo 7, Visión Estética, explica como el planeamiento debe tener en cuenta la necesidad de producir un mundo más armonioso y una sociedad en donde el hombre pueda vivir más feliz en un marco de belleza.

IMPORTANTE: ESTE ES UN LIBRO EXTRAORDINARIO, CUYA LECTURA SE RECOMIENDA A TODOS CON ENTUSIASMO. Aunque está escrito en portugués, se entiende perfectamente, pues está redactado en lenguaje sencillo y claro.

EL PLANEAMIENTO DEL DESARROLLO *

por

Jan Tinbergen

Resumen por Juan Díaz Bordenave

Mientras el libro de Friedman, Introducao ao Planejamento democrático retrata el espíritu del planeamiento, presentándolo como la aplicación de diversos tipos de razonamiento o diversas formas de ver las cosas (analítica, sintética o integrante, proyectante, experimental, etc.) (Ver página de esta Bibliografía), el librito de Tinbergen es un pequeño manual para el estudiante novato sobre el arte de planear y programar. Para el comunicador este libro tiene las ventajas de ser relativamente fácil y claro, de definir los términos más corrientes en la jérga de los planificadores, y de tratar el tema en una forma pragmática y objetiva, sin entrar a analizar las diversas teorías socialistas o capitalistas sobre el desarrollo.

El enfoque del libro es casi puramente económico, siendo poca la atención que el mismo presta a los factores socio-psicológicos del desarrollo, excepto cuando incluye, entre las influencias que afectan el carácter de la programación, la actitud general del pueblo con respecto a las medidas del gobierno: el grado de entusiasmo del público y su disposición a cooperar. En este sentido, la lectura del libro de Tinbergen debería complementarse con la de los libros de Friedman, W. Arthur Lewis, Hagen, etc.

El libro contiene sólo 4 capítulos y uno final de Anexos. El Capítulo 1 presenta los Elementos de la Política del Desarrollo, política cuyos objetivos son:

- (i) crear las condiciones generales favorables al desarrollo;
- (ii) familiarizar al gobierno mismo, a la comunidad mercantil y al público en general con las potencialidades y ventajas del desarrollo;
- (iii) hacer un número de inversiones generalmente del tipo "básico";
- (iv) tomar medidas orientadas a facilitar y estimular la actividad y la inversión privadas.

El objetivo (ii) se puede decir que resultará en la proyección de un patrón de desarrollo, mientras que el (iii) representa el programa o plan de inversiones del gobierno, el cual consiste de un conjunto de proyectos públicos. Pero como para que el patrón se materialice también deben realizarse proyectos privados, la actividad (iv) es decir la política propiamente dicha, es un esfuerzo para inducir acción por parte del sector privado, en conformidad con el patrón.

* Publicado por: Fondo de Cultura Económica, México, 1962. Título en inglés "The Design of Development", publicado por: The John Hopkins Press, Baltimore, Maryland, 1958.

El Capítulo II describe la Esencia de la Programación, probando que su propósito consiste en la coherencia y la coordinación, bases de la consistencia.

"La programación general debe suministrar una vista a vuelo de pájaro del patrón del desarrollo futuro del país, y mostrar el desarrollo posible y el más deseable del producto nacional y sus componentes, es decir, las importaciones y la producción de las industrias, así como su destino: las exportaciones, el consumo, la inversión y el uso por el gobierno".

Este capítulo contiene la médula del libro, bajo el subtítulo "Breve esquema de la programación general", introduciendo el concepto importantísimo para todo planificador que es el "coeficiente de capital". Este coeficiente no es otra cosa que la relación entre las inversiones que un país hace y el resultante aumento en ingreso nacional neto. Alrededor del "coeficiente de capital" giran otros conceptos importantes, tales como "la tasa de ahorro", la "información estadística", "la productividad", "la población activa", la "elasticidad de la demanda", y varios otros de carácter netamente económico.

Se estudia también el rol que deben jugar los proyectos individuales especialmente en la esfera privada, los cuales para el autor son "la verdadera esencia del fenómeno del desarrollo".

El capítulo discute los diversos tipos de programación que deben ser aplicados en las diversas circunstancias de cada país. Aquí se presentan cinco grupos de factores que afectan el tipo de programación a hacer:

1. La etapa de desarrollo que ha alcanzado el país.
2. El grado de actividad e iniciativa del sector privado
3. Los "cuellos de botella" o puntos de estrangulamiento peculiares de cada país (escasez de capital o de divisas, falta de transportes, insuficiencia de la fuerza laboral adiestrada, necesidad de viviendas, etc.)
4. La actitud general de la población con respecto a las medidas del gobierno y la calidad de la administración pública.
5. La calidad y naturaleza de los datos disponibles.

El Capítulo 3, se refiere a la Apreciación de Proyectos, y a las Inversiones Públicas. Este capítulo es bastante técnico y para una persona que no sabe nada de economía, no muy fácil de seguir.

El Capítulo 5 contiene Métodos para Explorar, Apreciar y Estimular la Inversión Privada. Se discuten aquí los diversos incentivos que un gobierno puede usar para conseguir que tengan lugar ciertos procesos propicios al desarrollo.

El capítulo trae una parte muy importante para los comunicadores, aquella en que se discute el vital papel de la información en la realización del programa de desarrollo.

"En vista de la gran importancia de la información correcta sobre una cantidad de factores externos, uno de los campos en que esta mayor efectividad puede obtenerse es en el campo de la información: información sobre mercados, sobre medidas oficiales, información técnica e información social."

El libro pasa luego a analizar el problema del financiamiento, abogando el autor por una separación clara entre las consideraciones políticas y las económicas en la admisión de empresas extranjeras. Las políticas del país huésped con respecto a todos los factores de producción deben ser consistentes y precisas, debe haber un grado razonable de paz laboral y debe disponerse de información fidedigna y rápida, así como de un procedimiento expedito para las negociaciones.

En resumen, quien lee este libro aprende mucho, pero no sin algún esfuerzo, sobre los resortes económico-financieros del planeamiento y la programación. El momento que vive Latinoamérica justifica plenamente el esfuerzo que este librito exige para dominar un área de tanta actualidad y trascendencia.

MASS MEDIA AND NATIONAL DEVELOPMENT *

The role of information in the developing countries

by

Wilbur Schramm

Resumen por Juan Díaz Bordenave

Este libro nació como producto de una serie de reuniones (Bangkok, 1960; Santiago de Chile; París, 1962) en las cuales, expertos en co municación colectiva, representantes de organizaciones profesionales y de gobiernos, se dedicaron, bajo el patrocinio de la UNESCO, a analizar las condiciones de la información en los países del mundo, los recursos disponibles, las necesidades existentes, y las formas de fomentar el desarrollo de los medios colectivos de información. Detrás de todo esto naturalmente se encontraba la convicción de que "los medios de información tienen una parte importante que jugar en la educación y en el progreso económico y social" y de que "las nue vas técnicas de comunicación ofrecen especiales oportunidades para acelerar el proceso educativo".

Este libro viene a ser, pues, en estos momentos, la "biblia" de la Comunicación para el Desarrollo, ya que en él Wilbur Schramm ha sin tetizado las contribuciones más importantes que la comunicación pue de dar al desarrollo y las razones que fundamentan dicha con tribu ción potencial. En realidad el libro trata de persuadir a los go biernos a conceder a la comunicación el papel que le corresponde en los planes y programas de desarrollo.

Schramm ha producido un libro encomiable, por lo sencillo, convincente y equilibrado. El autor no trata de probar que la comunicación es más importante que los otros factores del desarrollo, pero que sí es importante. En todo momento se mantiene fiel al principio de que la comunicación no es sino un instrumento al servicio de fines substantivos.

La organización del libro es simple. Consta de una introducción y ocho capítulos, cuyos títulos expresan bien su contenido:

Introducción: El significado humano del subdesarrollo

1. El papel de la información en el desarrollo nacional
2. El flujo de la información en el mundo

* Publicado por: Stanford University Press, Stanford, California, 1964.
333 p.

3. Cómo están distribuidos los medios de información colectiva en el mundo
4. Qué puede hacer la comunicación colectiva, y qué puede ayudar a hacer, en el desarrollo nacional
5. Los medios colectivos en las grandes campañas
6. Investigación en comunicación como un auxiliar del desarrollo económico y social
7. La construcción de los medios colectivos
8. Resumen y recomendaciones

Una excelente bibliografía completa el volumen, que dicho sea de paso ha sido impreso en rústica, probablemente para facilitar su lectura a las masas.

Tal vez el mejor resumen que se puede ofrecer de este libro, es presentar la lista de las recomendaciones que se ofrecen en el capítulo final:

1. Un país en desarrollo debe examinar la difusión o flujo de información para el desarrollo, dentro de sus fronteras.
2. Debe examinar el uso que en el mismo se está haciendo de los medios de comunicación colectiva en el sentido de multiplicar la difusión de información sobre el desarrollo.
3. En la medida en que el planeamiento es posible, un país en desarrollo debe planear un crecimiento equilibrado y calculado de sus medios colectivos, teniendo en cuenta las relaciones entre los diversos medios y las que existen entre los medios y otros aspectos del desarrollo.
4. Un país en desarrollo (así como los países que le brindan asistencia financiera) no deben vacilar en invertir fondos en un programa bien estudiado de desarrollo y uso de los medios de comunicación.
5. Debería tratar de establecer una relación cooperativa entre los órganos del gobierno responsables del desarrollo de los medios de información y de aquellos responsables de la educación y otros desarrollos relacionados.
6. Un país en desarrollo debe tomar medidas para facilitar la circulación de las noticias.
7. Debería procurar hacer tan fácil como sea posible el establecimiento y mantenimiento de "órganos locales de comunicación".
8. Debe dar especial atención a combinar los medios de masas con la comunicación interpersonal.

9. Debería revisar las restricciones impuestas a la importación de materiales de y para información.
10. Debe considerar la posibilidad de establecer industrias de comunicación (papel de diario, receptores de radio, televisores, etc.).
11. Debe proveer adiestramiento adecuado a su personal de información.
12. Debe procurar obtener la mayor cantidad posible de comunicación de retorno, de y sobre los públicos de los medios de información colectivos. 1/
13. Debe preparar una legislación especial para la comunicación e información, al mismo tiempo que prepara un plan para el desarrollo económico y social, y dicha legislación debe ser adaptada, mediante sucesivas revisiones, a las sucesivas fases del desarrollo nacional.
14. Un país en desarrollo no debería vacilar en hacer uso de las nuevas técnicas en comunicación, en los casos en que estas nuevas técnicas se adaptan a sus necesidades y capacidades.
15. Los países debieran compartir su experiencia en el uso de los medios colectivos y de otros canales de información, para acelerar el desarrollo económico y el cambio social.

Este librito de Schramm no debería faltar en la biblioteca de los comunicadores profesionales (que lean inglés), así como de los planeadores nacionales del desarrollo.

1/ Se refiere al hecho de que en general los gobiernos y los medios de comunicación colectiva (radio, prensa, etc.) no toman todo el interés que sería conveniente en escuchar la voz del pueblo y averiguar sus aspiraciones, necesidades e intereses, así como su reacción frente al contenido de los medios de comunicación oficiales y privados.

INDICE DE AUTORES

AUTORES	PAGINA
Abelson, Herbert I.	59
Alers-Montalvo, Manuel	76
Arce, Antonio M.	73 - 81
Arensberg, Conrad A., y Arthur H. Niehoff	95
Beal, George M., Joe M. Bohlen y J. Neil Raudabaugh	39
Berelson, Bernard y Gary A. Steiner	56
Campbell, James H. y Hal W. Hepler	17
Erasmus, Charles J.	100
Foster, G. M.	104
Friedman, John	115
Hagen, Everett E.	85
Hovland, Carl I., Irwin L. Janis y Harold H. Kelley	61
Kindleberger, Charles P.	110
Klapper, Joseph	23
Krech, David y Richard S. Crutchfield	50
Leonard, Olen y Roy Clifford	74
Lerner, Daniel	82
Lewis, Arthur	112
Lionberger, Herbert	106
McClelland, David	53
Mead, Margaret	93
Medina Echavarría, José y Benjamin Higgins	67
Miller, Neal y otros	32
Nafziger, Ralph y David Manning	35
Fierce, J. R.	29
Ras, Norberto	71
Roggers, Everett M.	108
Ruesch, Jurgen y Weldon Kees	21
Schramm, Wilbur	9-122
Spicer, Edward M.	90
Suárez de Castro, Fernando	78
Tinberger, Jan	119
Vries, E. de y José Medina Echavarría (editores)	64
Wright, Charles	14

FECHA DE DEVOLUCION

**IICA
B-5**

Autor

Título **Obras básicas en Comunicación para el Desarrollo**

Fecha Devolución	Nombre del solicitante

(A yellow paper triangle is placed over the bottom right portion of this form.)

