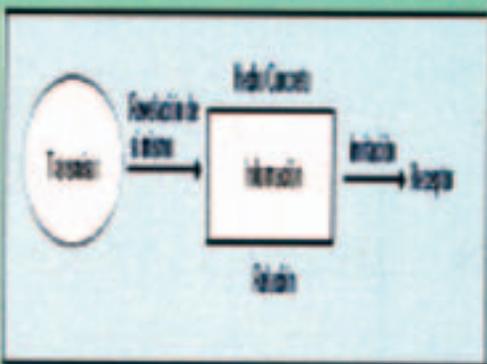
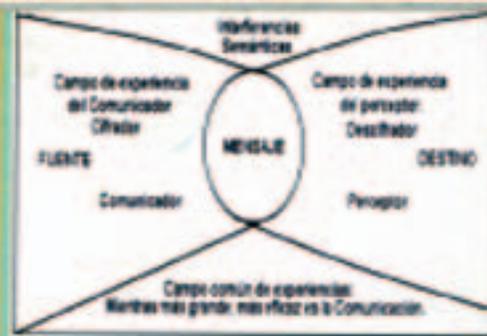


Universidad Nacional Agraria



TECNICAS DE COMUNICACION

MSc. Lea Catalina Escoto Rivas





UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA
FACULTAD DE DESARROLLO RURAL
Departamento de Desarrollo Rural
Área de Idiomas

**TEXTO DE TECNICAS DE
COMUNICACION**

Autora: MSc. Lea Catalina Escoto Rivas

Managua, Nicaragua
Junio del 2008

I. INTRODUCCIÓN

El texto actual de la asignatura de “Técnicas de la Comunicación” forma parte de la formación académica del nuevo Ingeniero agrónomo, carreras definidas dentro de la oferta académica de la Universidad Nacional Agraria.

En la formación académica del profesional, es de suma necesidad, de acuerdo al criterio de los empleadores las Metodologías Participativas, a fin de definir los indicadores de la sostenibilidad en las comunidades agrarias y dentro de estas metodologías, es básico el entrenamiento en “Las Técnicas de la Comunicación”.

La asignatura Técnicas de la Comunicación, hace énfasis en los conocimientos y Técnicas de la comunicación grupales a nivel de fincas de las comunidades s de nuestro País. Aborda entonces las dificultades de la comunicación y las soluciones del intercambio entre el técnico y los productores a nivel grupales (familias). Esta asignatura se relaciona superficialmente a las dificultades de la comunicación a nivel de masas, los Métodos y Técnicas para la difusión de la Tecnología a nivel de Programas, Comunidades, Municipios o Cuencas.

Esta asignatura se imparte en el 02 semestre del primer año de Ingeniería Forestal e Ingeniería en Recursos Naturales, con el fin de formar un Ingeniero capaz de resolver los problemas de la comunicación técnica en su desempeño Profesional.

Hagamos ahora algunas consideraciones sobre el código lingüístico:

El que una persona hable determinada lengua materna, obviamente se basa en la adquisición en la vida cotidiana; en realidad es un código, convencional, sistemático, reglamentado, etc., pues cada vez que expresamos una idea estamos aplicándolo, es decir, codificamos para crear un mensaje, y cada vez que recibimos un mensaje, lo desciframos o descodificamos. A este proceso circular que se establece entre emisor y receptor los lingüistas lo denominan “circuito del habla” y presupone que subyace tanto en el hablante como en el oyente el mismo sistema o código lingüístico.

El código es, entonces la acumulación de un determinado saber lingüístico en la mente del hablante y desde luego, también del oyente, que intercambian elementos constitutivos de este código en forma de mensaje, el cual es el acto de plasmar en una manifestación concreta, tanto en el tiempo como en el espacio, parte de ese conocimiento lingüístico, para establecer comunicación entre ambos.

A Ferdinand de Saussure (1857 – 1913), nacido en Ginebra Suiza, se deben las investigaciones y el enfoque de la lingüística moderna, pues tuvo una especial visión para el análisis de diversos fenómenos lingüísticos; su curso de Lingüística general publicado póstumamente por sus discípulos en 1916, ha sido considerado como clásico en dicha materia. A partir de él, al código lingüístico se le ha llamado técnicamente “**Lengua**” y al mensaje se le ha denominado “**Habla**”.

A hora bien, tanto el código como su manifestación: el habla, se relacionan definir el fenómeno social que se hace evidente en una comunidad determinada, prefiriendo ciertos hábitos lingüísticos, de todo el conjunto de elementos que conforman una lengua, la cual dentro de su estructura contiene muchas posibilidades de realización.

Así, en el realidad apreciamos que un colombiano, un argentino, un español y un mexicano no se expresan igual, aun cuando todos hablen la misma lengua, y que incluso dentro de un mismo país como hombre iletrado no habla igual que uno instruido; es decir en cada contexto social se concretiza un número limitado de posibilidades de un habla determinada. En este hecho influye no sólo la personalidad de cada individuo, sino de algo más definitivo: la sociedad en la que se vive y se interactúa.

Cada comunidad tiene entonces su forma peculiar de realizar una lengua, escogiendo de un número general de posibilidades con que cuenta, unas cuantas manifestaciones particulares, determinado así un vocabulario, un número limitado de construcciones lingüísticas, formando así una subestructura que construye la forma de hablar, dentro de una estructura más extensa, que es la lengua.

En cuanto a la norma, esta constituida por la selección de determinadas formas y estructuras de una lengua, que se usan en una comunidad determinada.

Por todo lo antes expuesto y ya determinado que el ser no está inerme ante su medio, pasemos a considerar que aquél se acerca, adquiere y tiene contacto con la lengua materna a temprana edad, como ya expusimos, y dando por sentado que es un ser con todas sus facultades de aprehensión, que son sus sentidos; posteriormente, al contacto con su familia pasa a aprender en una institución denominada "escuela" en donde va a integrar a sus conocimientos el manejo sistemáticos del código lingüísticos del que ya hemos hablado someramente

OBJETIVOS GENERALES

- Emplear correctamente el lenguaje Oral y Escrito como instrumento eficaz de técnicas de comunicación.
- Utilizar adecuadamente la Biblioteca especializada y general como fuente de información, investigación y renovación de conocimientos.
- Relacionar los niveles de comunicación aplicando las Técnicas grupales estudiadas y empleando medios visuales y audiovisuales en la comunicación rural.
- Aplicar las técnicas generales de investigación científica y documental en las diferentes áreas del saber humano.

INDICE GENERAL	Página
UNIDAD I: TÉCNICAS DE LECTURA PARA COMUNICACIÓN GRUPALES	2
UNIDAD II: TÉCNICAS DE EXPRESIÓN ORAL Y ESCRITA	12
UNIDAD III: PREPARACIÓN DE MEDIOS DIDÁCTICOS Y AUDIOVISUALES	30
UNIDAD IV: TECNICAS DE COMUNICACIÓN RURAL	40
UNIDAD V: MEDIOS DE INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL GRUPALES	54
BIBLIOGRAFÍA	64

UNIDAD I: TÉCNICAS DE LECTURAS PARA COMUNICACIÓN GRUPALES

OBJETIVOS

- Determinar los factores que intervienen en el proceso de las técnicas de lectura para captar los mensajes con corrección.
- Destacar la importancia del conocimiento del Español como medio de comunicación eficaz.
- Emplear la comunicación grupal Oral y Escrita para transmitir mensajes con corrección y claridad.

ORIENTACIONES METODOLÓGICAS

Unidad 1. Técnica de Lecturas para Comunicación Grupal.

Durante el curso se emplearán, atendiendo el área de conocimiento de Ciencias Forestales, sobre los contenidos de las lecturas que se impartirán con las FOES, de conferencias introductorias, dinámicas o dialogadas sobre la problemática general del sector de los Recursos Naturales y además de trabajos individuales y grupales que relacionen al estudiante con la problemática actual de los actores del sector Forestal (basados en informes, artículos, resúmenes analíticos y documentos técnicos).

INTRODUCCIÓN

La primera unidad expone, de manera global, las distintas concepciones y el desarrollo del proceso de la comunicación a través de la historia.

Los objetivos principales de esta unidad son: determinar el origen de la comunicación y los propósitos que ha tenido a través de la historia, así como reconocer los elementos que componen el proceso de la comunicación, y las distintas formas en que se pueden expresar o comunicar diferentes sujetos entre sí.

• **Reseña Histórica**

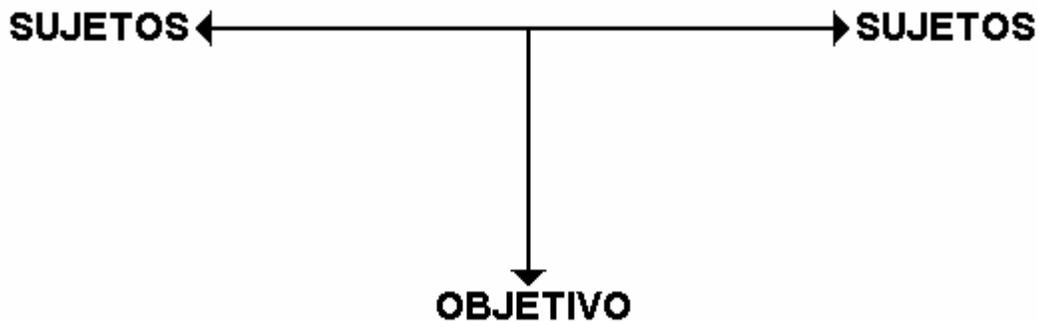
En los primeros tiempos de la sociedad humana, cuando se vivía de la caza, la pesca y la recolección de distintos frutos, los distintos sujetos se comunicaban por señas y sonidos guturales.

Posteriormente estos grupos nómadas se fueron asentando para formar tribus, clanes, etc; y así, mientras los hombres cazaban, las mujeres y los niños se encargaban de las tareas domésticas, entre ellas la agricultura y las artesanías. Con la aparición del trabajo, que debería realizarse colectivamente dentro de estas comunidades primitivas, surgió la necesidad de comunicarse para coordinarse en los quehaceres; a raíz de esta necesidad, el desarrollo del trabajo físico o manual, permite el desarrollo del cerebro y la generación de los primeros sonidos con significado; el lenguaje.

Podemos entonces concluir que, a partir del trabajo se desarrolla el cerebro, y a partir de necesidades del trabajo colectivo, surge la necesidad de la comunicación y la generación del lenguaje.

Así cada grupo genera su propio lenguaje, sus propias formas de comunicación que les permite, a los miembros del grupo, relacionarse, entenderse, compartir conocimientos entre ellos y de generación en generación. La comunicación en estos tiempos, se daba entre sujetos con respecto a un objeto. Es decir,

varias personas se relacionaban entre sí, de manera horizontal, para discutir sobre un objeto concreto. Podemos graficar este proceso de la siguiente manera:

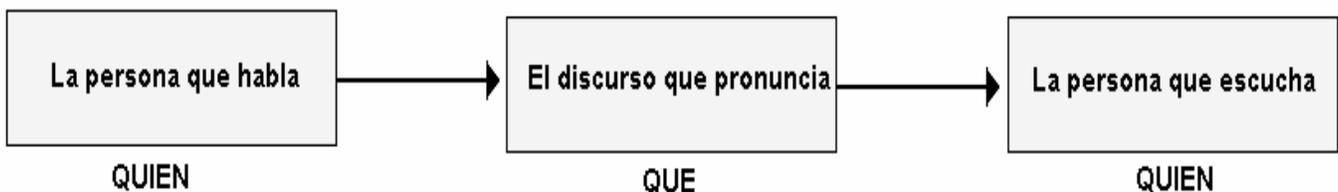


El proceso de la comunicación se fue perfeccionando a través de la historia y los hombres fueron generando formas de comunicación no sólo oral si no escrita. A partir de esta fecha la historia puede irse registrando para conocimientos de otros, para disponerla y compartirla con otros sujetos. Algunas técnicas utilizadas en aquellos tiempos para comunicarse fueron canciones, poesías, escritos, gráficos y la más utilizada, la comunicación interpersonal directa.

Aristóteles (384-322 A.C.), **definió científicamente** la comunicación (retórica), por primera vez, como la “búsqueda de todos los medios posibles de persuasión” (Nixon.1963.p.13). Organizó su trabajo en tres capítulos;

1. La persona que habla - **QUIEN**
2. El discurso que pronuncia - **QUE**
3. La persona que escucha - **QUIEN**

El modelo que Aristóteles determinó graficarlo de la siguiente manera:



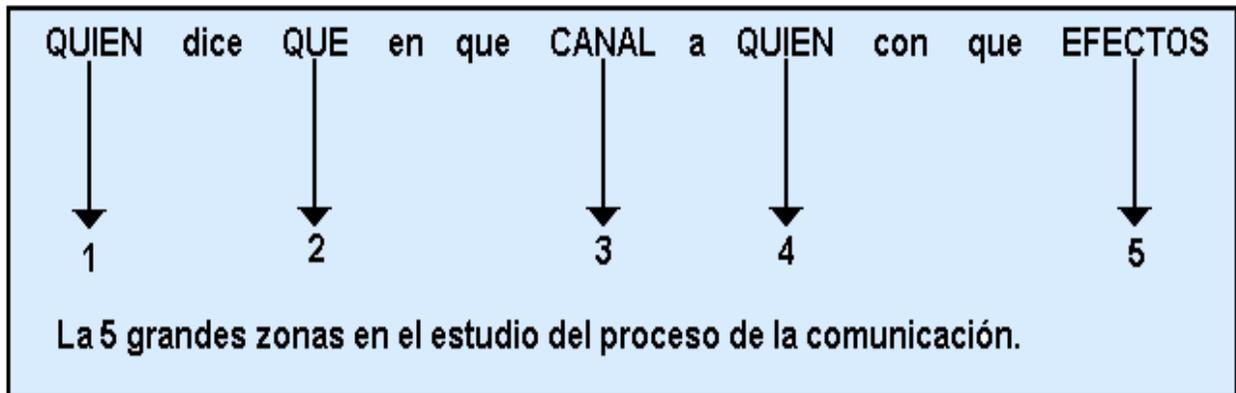
Desgraciadamente, Aristóteles, al elaborar sus tres capítulos, olvidó que el que escucha también habla; por tanto, aunque su modelo expone dos sujetos (QUIEN), no plantea la retroalimentación, el intercambio de conocimientos entre los distintos sujetos que participan en la comunicación.

Esto es comprensible si se toma dentro de su contexto histórico, ya que Aristóteles plantea este modelo dentro del marco de su experiencia con sus estudiantes o aprendices, y en ese tiempo, el estudiante escuchaba y obedecía ciegamente a su maestro.

En la década de 1930, un grupo de sociólogos, psicólogos, antropólogos, estadistas, etc., se interesaron por los estudios científicos de la comunicación. Los “indicadores” de esta tendencia, conocidos como los “padres de la comunicación” son Lazarsfeld, Lewin, Lasswell y Hovlan (Schramm. 1967. p 2).

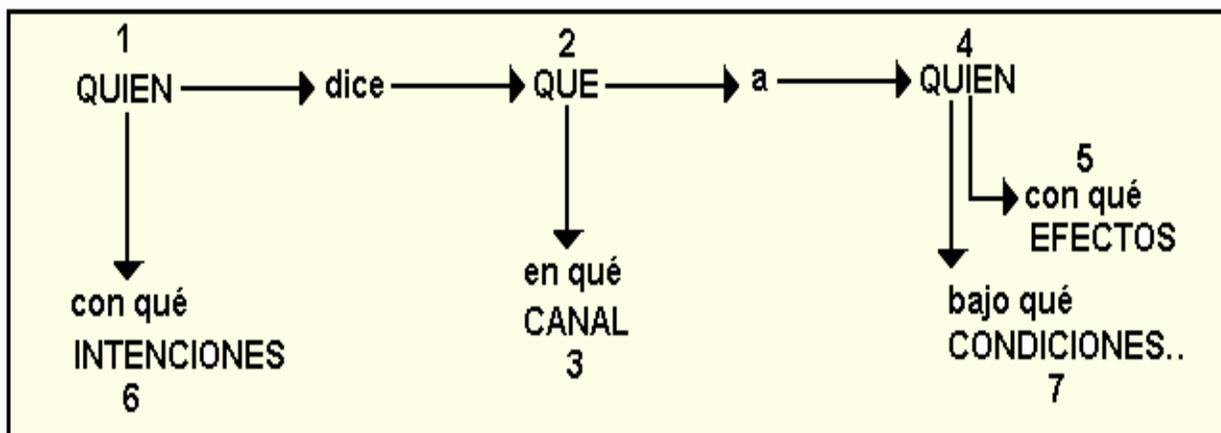
Lasswell introduce dos elementos más a los tres mencionados por Aristóteles, en el proceso de la comunicación: el canal en el que se transmiten los mensajes y los efectos en que se producen.

**El modelo planteado por LASWELL puede graficarse de la siguientes manera
DIAGRAMA DE LASWELL**



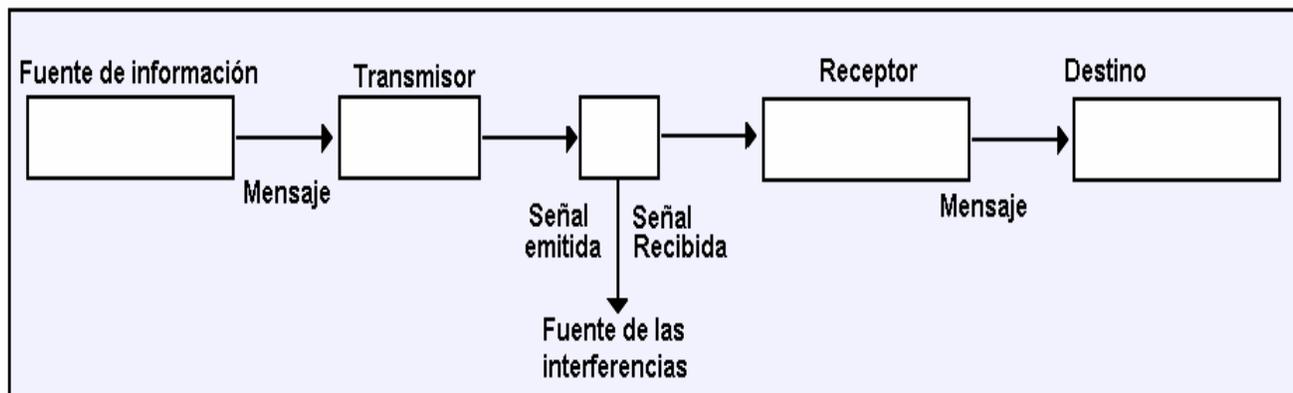
Posteriormente, estudios sobre persuasión, conducidos por el grupo de HOLLAND en YALE, como consecuencia de los resultados de la propaganda nazi de la segunda guerra mundial principalmente, llevan a NIXON (1963. p 17) modificar el modelo de Laswell, introduciendo dos elementos más en el proceso de la comunicación: las intenciones del comunicador y las condiciones en que se escribe el mensaje. La gráfica la podemos apreciar a continuación.

DIAGRAMA DE LASWELL CON MODIFICACIONES DE NIXON



En 1947, Shannon y Weaver (1949.p5) diseñaron uno de los modelos contemporáneos de la comunicación electrónica más usado que explica, por ejemplo, un circuito radiofónico o telefónico pero que también logra explicar parte del proceso de la comunicación.

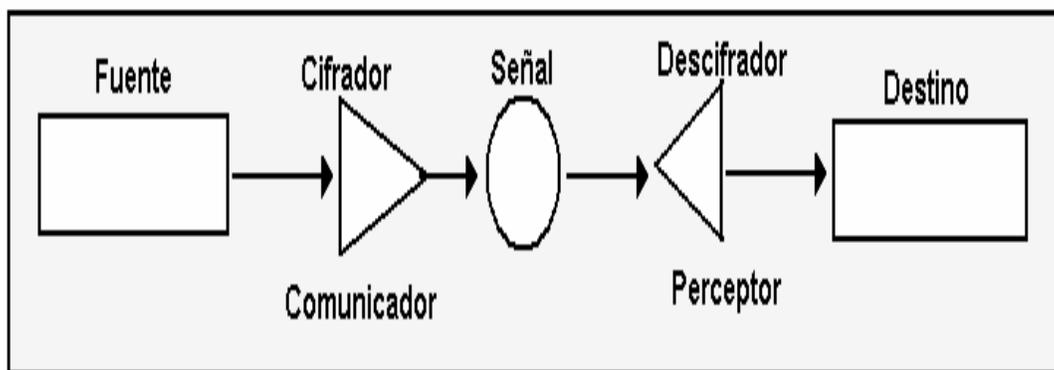
DIAGRAMA DE UN SISTEMA GENERAL DE COMUNICACIÓN ELECTRONICA SHANNON Y WEAVER



Schramm (sf.p4) adapta el modelo anterior al sistema de comunicación humana. Dice: “substitúyase comunicador con micrófono y perceptor con audífono y estaremos hablando de comunicación electrónica. Considérese que la fuente y el comunicador son una persona, que el perceptor y el destino son otra y que la señal es el lenguaje y estamos hablando de la comunicación humana”.

Se introduce además el concepto de la codificación del mensaje o sea, la colocación de éste en una clave (cifrado por el comunicador), y el descifrado de esta clave hecho por el perceptor de mensaje. Además, el modelo contempla la percepción psicológica del significado del mensaje a diferencia de la recepción física del modelo de la comunicación electrónica.

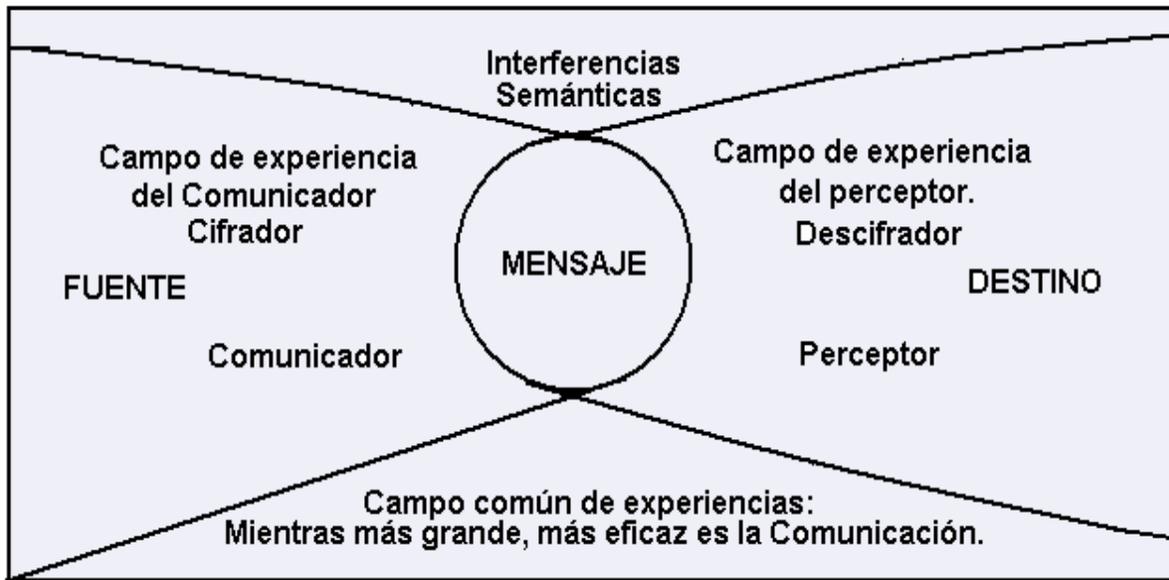
SCHRAMM: ADAPCIÓN DEL MODELO DE SHANNON Y WEAVER AL SISTEMA DE COMUNICACIÓN HUMANA



Schramm (1961.p5) contempla la posibilidad de que la fuente y el comunicador sean la misma persona; y que el perceptor y el destino sean otra persona, en la comunicación humana. Pero establece como condición esencial para la percepción del mensaje la experiencia común de comunicador y perceptor con la clave y el significado del mensaje. Si los campos de experiencia del perceptor no son los mismos que los del comunicador, no se comprende el significado del mensaje. La utilización de claves (lenguaje, por ejemplo) no comunes, produce las “interferencias semánticas”, así como las interferencias atmosféricas dificultan la recepción de los mensajes electrónicos.

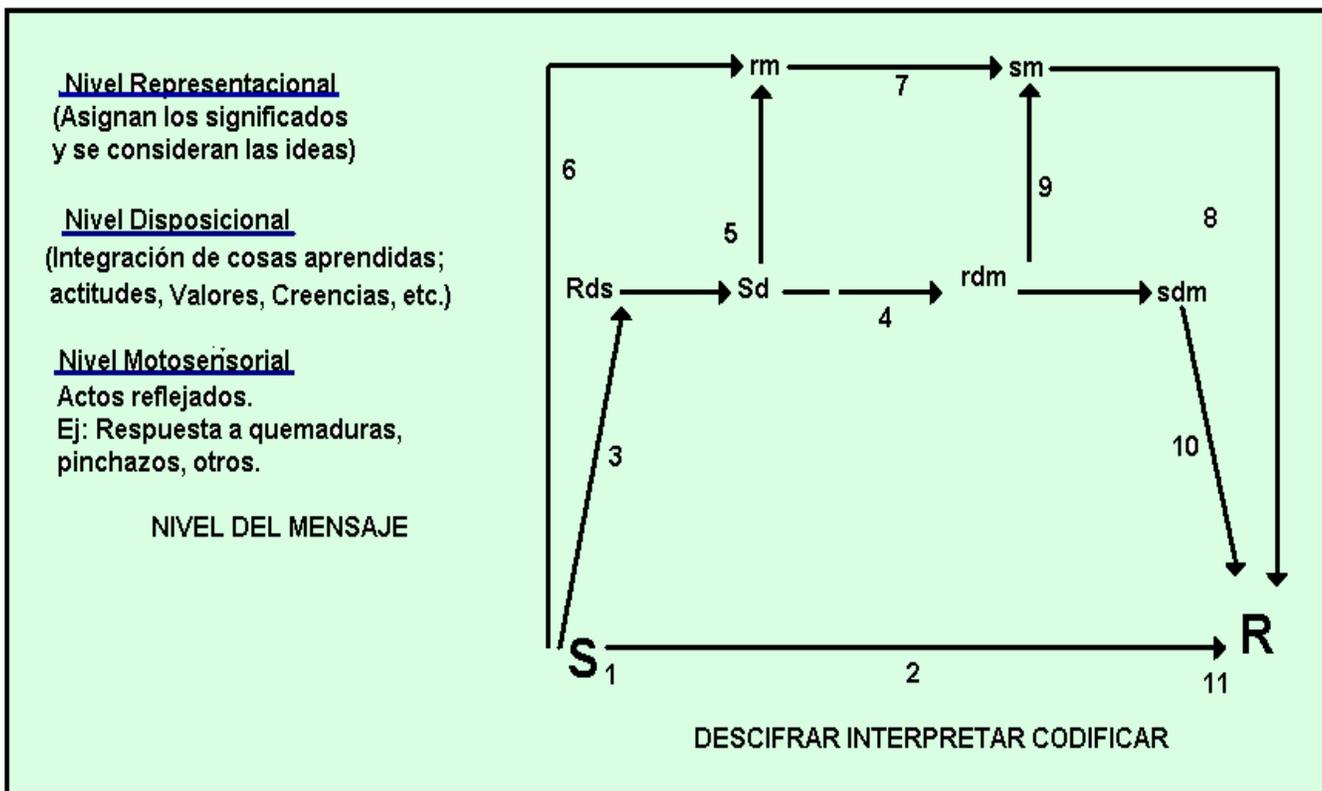
A partir de esta concepción, Schramm elabora el siguiente modelo.

**** MODELO DE SCHRAMM ****

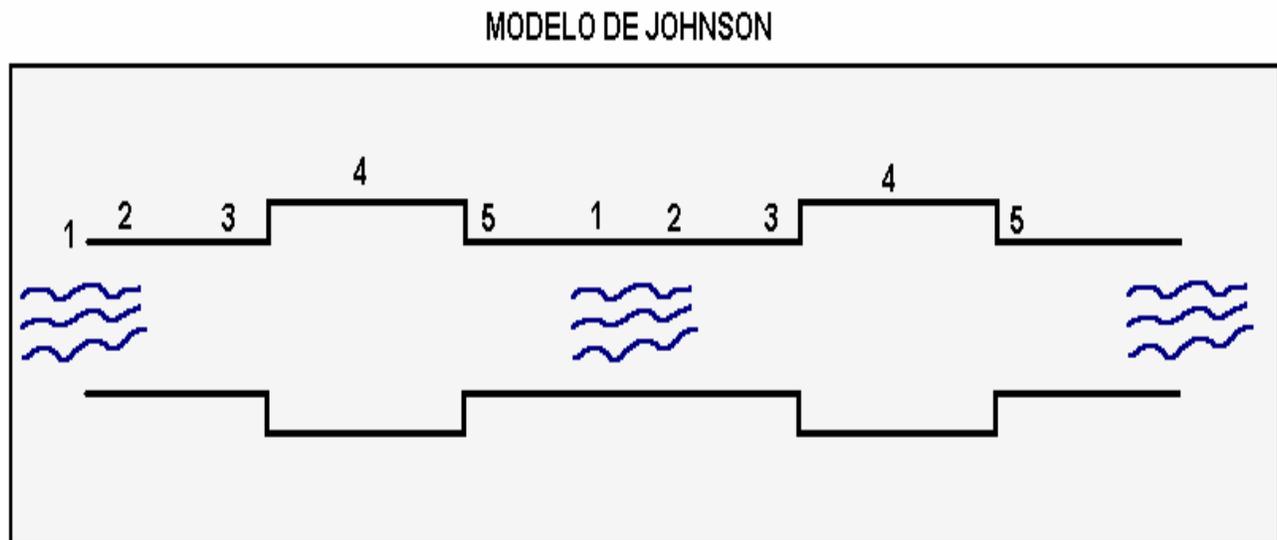


Osgood, en 1940, citado por Shramm (1967) había realizado un estudio, en base a la teoría del aprendizaje de estímulo-respuesta (S: R), del proceso que sigue internamente en un sujeto cuando recibe el mensaje. Este modelo sólo considera al receptor y su proceso intrapersonal, y puede graficarse de la siguiente manera:

**** MODELO DE OSGOOD ****

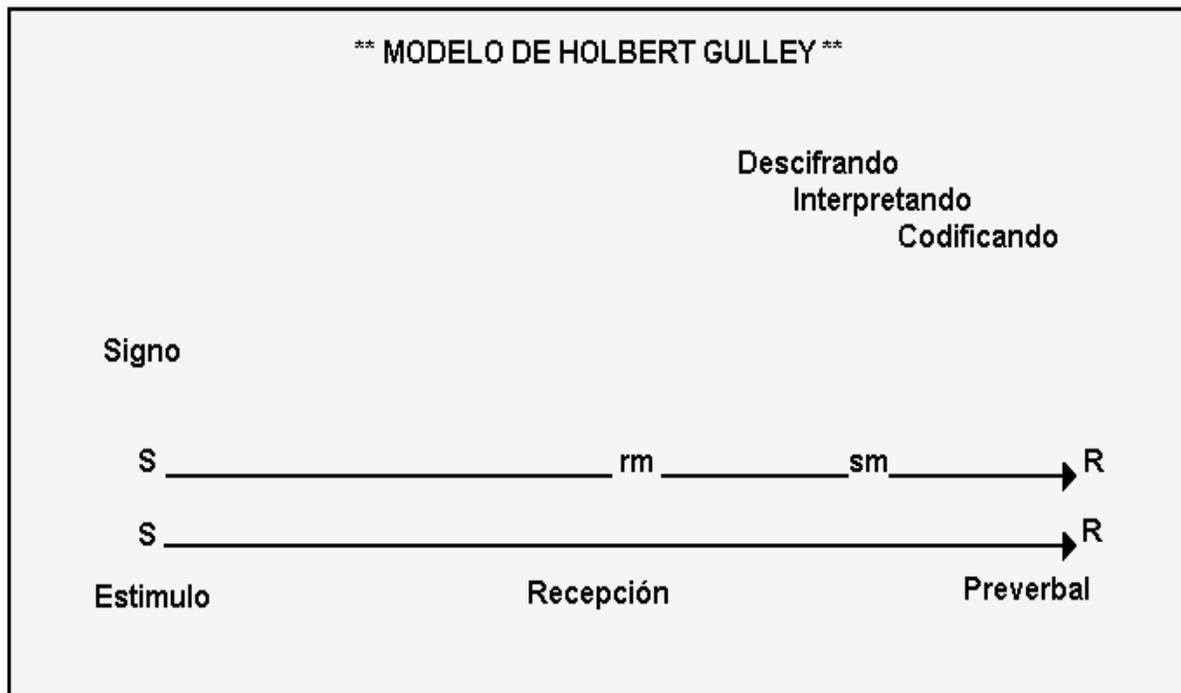


Por su parte, Jonson (1953) hace un análisis fisiológico del proceso. Se interesa en descubrir los elementos principales y las formas en que deben aparecer. No explica que pasa dentro del sujeto que envía o recibe el mensaje y plantea su modelo de la siguiente manera.

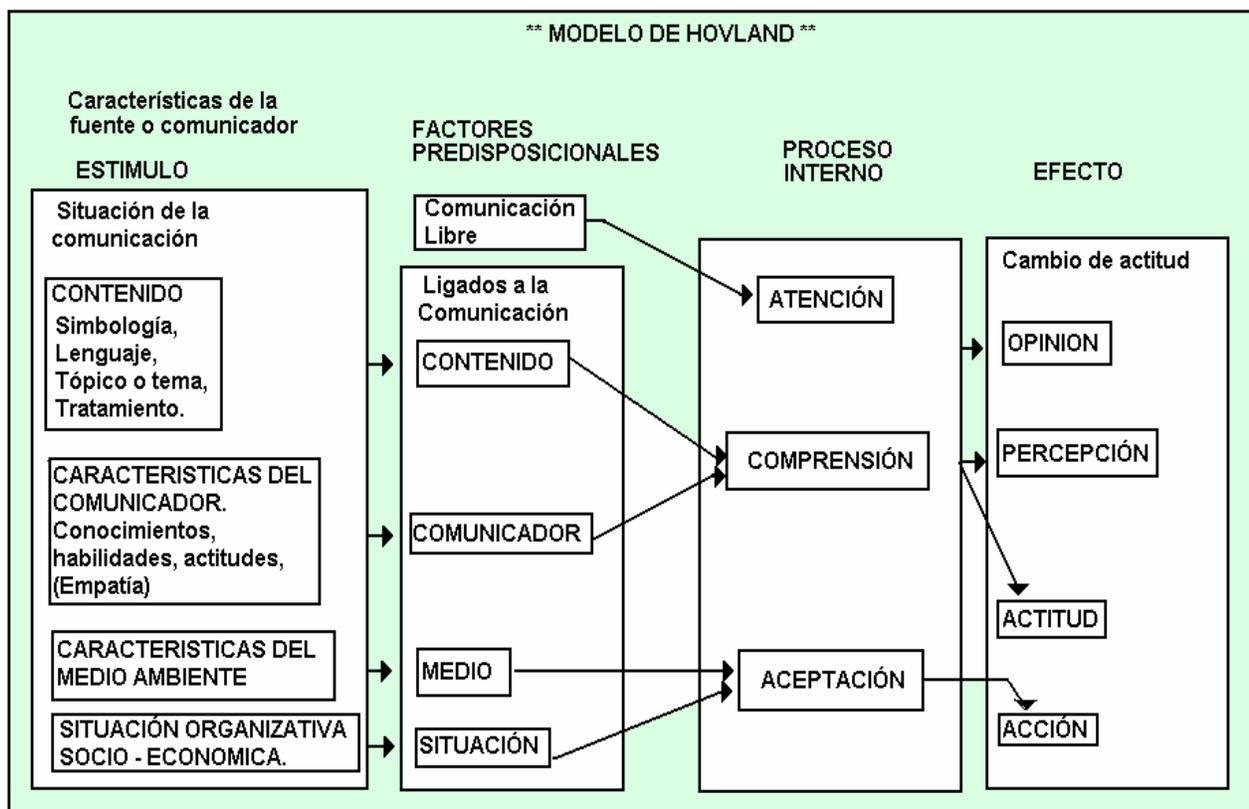


Helbert Gulley trata de cambiar los modelos de Jonson y de Osgood, enfatizando la naturaleza del proceso de la comunicación. Helbert plantea dos características principales:

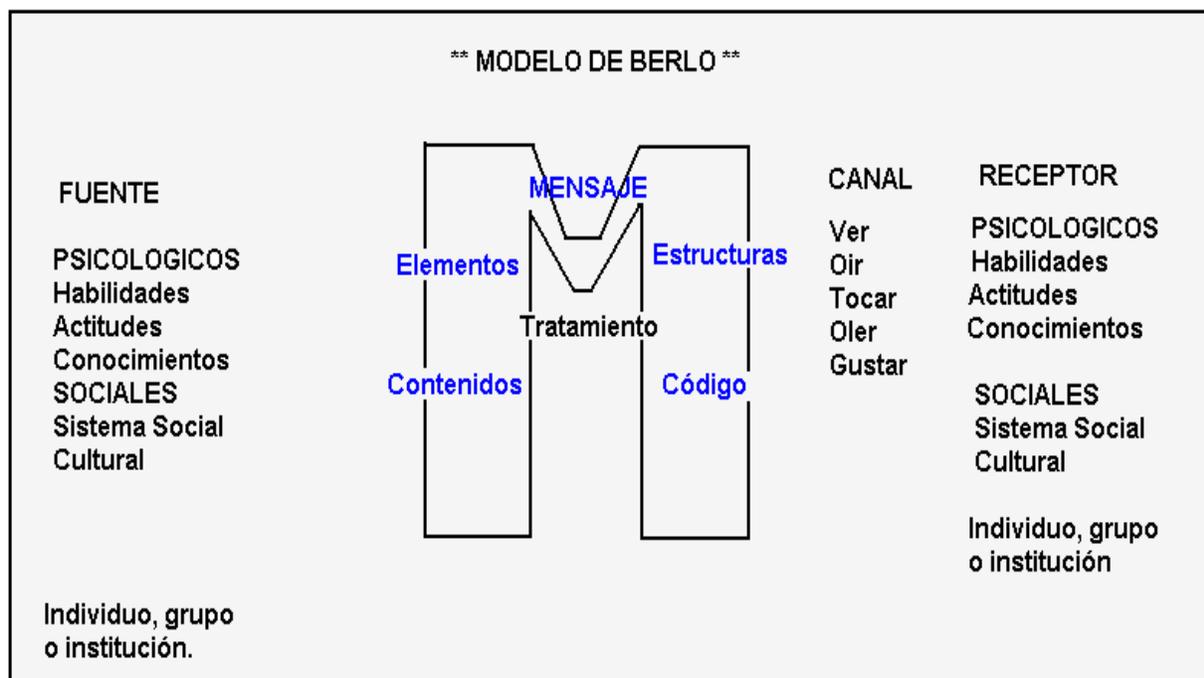
1. Enfatiza en el proceso de la comunicación
2. Expone la relación entre la percepción del objeto y el mensaje final; supone una fuente y un receptor. Su planteamiento puede resumirse en el siguiente modelo.



A su vez Hovland (1959) elaboró un modelo tratando de plantear distintos aspectos que tratan a formar parte del proceso de la comunicación.



Tenemos también a David Berlo quien toma en cuenta la fuente y al receptor en su contexto, y además los elementos del mensaje y el canal. Plantea cuáles son los factores que hay que tomar en cuenta para hacer más eficiente la comunicación. Podemos observar estos factores en la siguiente gráfica.



F: Factores delimitantes de la fuente

- .- Habilidades: para codificar, escribir, hablar, dibujar, razonar.
- .- Actitudes; predisposición a actuar o responder ante una situación
- .- Conocimientos: del público y del tema.
- .- Contexto socio-cultural: papel de la institución dentro del desarrollo del receptor; a que grupo pertenece la fuente y qué papel juega la fuente.

R: Factores delimitantes del receptor

- .- Habilidades: para captar, leer, escuchar, escribir, razonar.
- .- Actitudes: disposición para recibir y asimilar el mensaje (debe haber actitudes convergentes).
- .- Conocimientos: Estar dentro del ámbito de la experiencia común.
- .- Contexto socio-cultura: A qué pertenece.

M: Mensaje

- .- Código: símbolo o signo.
- .- Conteniendo: tema (utilidad del tema en un momento dado).
- .- Tratamiento: forma. Involucra la selección del código, el contenido y el medio.
- .- Elemento: las ideas, sonidos, palabras, frases.
- .- Orden de los elementos.

C: Canal

- Toma un enfoque biológico: los sentidos por orden estará el mensaje.

Para pardinas (1978), todo evento en que intervienen seres humanos es un evento de comunicación social. "...Tanto las relaciones sociales (Relaciones entre seres humanos), como los hechos culturales (La conformación de los modos de proceder o conductas que cada grupo prefiere) son resultados de la comunicación social".

Pardinas distingue varios tipos de comunicación entre ellas, la intra personal que se refiere a la comunicación interna, debido a que la conducta exterior no es el único modo de proceder, sino que es un reflejo de lo que piensa el cerebro humano. La biológica que se refleja a la comunicación entre diferentes seres mediante las señales (ejemplo, síntoma que el cuerpo humano puede emitir), por otro lado, también expone la comunicación social como flujo de mensaje y respuestas entre transmisores (personas que emiten el mensaje) y receptores (personas que lo reciben). Cada ser humano desempeña alternadamente el papel de transmisor y receptor.

Para Freire (1983), el mundo humano es un mundo de comunicación. Como cuerpo consciente (conciencia intencionada hacia el mundo, la realidad), el hombre actúa, piensa y habla sobre esta realidad, que la mediación entre él y otros hombres, que también actúan, piensan y hablan.

Freire plantea que el objeto (el mundo, la realidad), al ser el mediatizador de la comunicación, como contenido de la comunicación, no puede ser comunicado a otro sujeto. La comunicación implica una reciprocidad entre los comunicados, que no puede romperse. Por tanto, en la comunicación no hay sujeto pasivo: los sujetos co-intencionados al objeto de su pensar, se comunican su contenido entre

ellos: por ello, lo que caracteriza la comunicación es que ella es diálogo, así como, el diálogo es comunicativo.

1. Resumen Analítico.

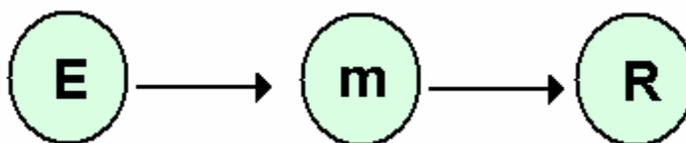
Los distintos modelos vistos anteriormente pueden resumirse en tres tipos de modelos que a continuación se nombran:

1.1. Modelo que ponen énfasis en los contenidos:

Es un tipo de modelo tradicional (vertical y unidireccional).

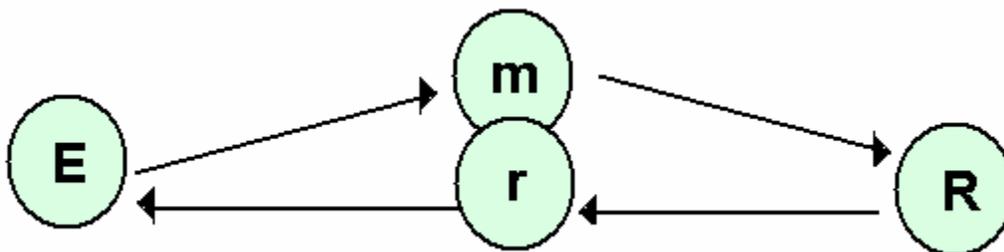
“El que sabe” transmite, enseña, comunica “al que no sabe”. Esto es, un emisor (E) transmite un mensaje (m) a un receptor (R).

Gráficamente, se puede representar así:



1.2. Modelo que ponen énfasis en los efectos:

Estos modelos hacen énfasis en la persuasión: no se trata sólo de transmitir o enseñar, sino de convencer para lograr un cambio de actitud. Además de esta diferencia se encuentra otra muy importante: siguiendo un emisor (E), dueño de la comunicación, que envía un mensaje (m) a un receptor (R), el cual siempre tiene un papel pasivo, sin embargo se toma en cuenta su respuesta o reacción, llamado retroalimentación (r) que es captada por el emisor. Dicho modelo se puede graficar así:

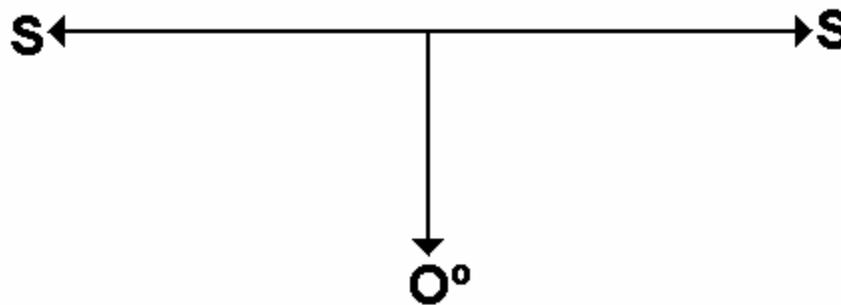


1.3 Modelo que pone énfasis en el proceso:

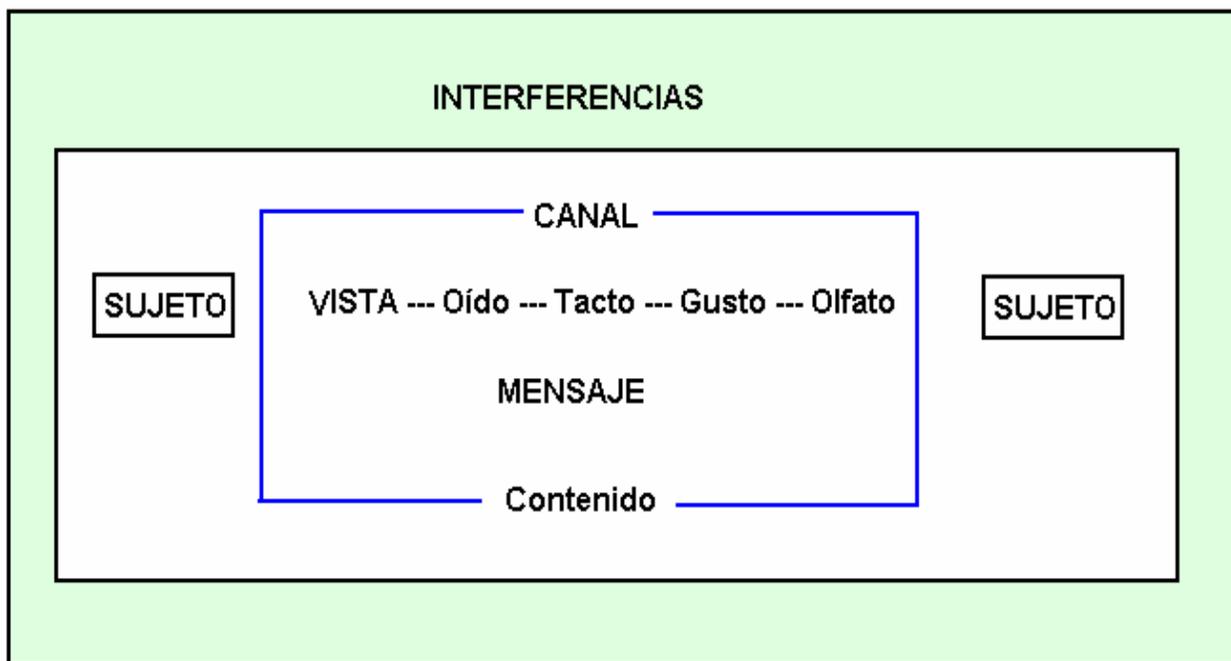
Estos modelos no tienen como fin principal ni la información ni la conformación de comportamientos, sino que persiguen formar a los sujetos para que transformen su realidad.

Es un proceso de acción-reflexión-acción por medio del cual el sujeto descubre su realidad: la analiza en sus partes para detectar los problemas y sus causas; la sintetiza en un conocimiento teórico para determinar alternativas de solución integral y aplica estas conclusiones, estos conocimientos concretos a la realidad para transformarla.

Estos modelos aunque no descartan la necesidad del contenido y los efectos, lo que hace es desmitificarlos como únicas vías para lograr el desarrollo del hombre y la sociedad, podríamos graficarlo de la siguiente manera:



Por otro lado, es importante concluir que la comunicación es un proceso que tiene tres componentes fundamentales los sujetos que se comunican, el contenido o mensaje que se intercambian o comunican o mensajes, y el canal que utilizan para comunicarse.



Contexto
Conocimientos
Habilidades
Actitudes...

Campo de experiencia
Común.

Contexto
Conocimiento
Habilidades
Actitudes...

UNIDAD II: TÉCNICAS DE EXPRESIÓN ORAL Y ESCRITA

OBJETIVOS

- Emplear las técnicas de Expresión Oral y Escrita con precisión correctiva.
- Expresar sus ideas con claridad e interprete y analice el mensaje Oral y Escrito.
- Aplicar Técnicas de la Redacción en los diversos escritos y formas de expresión (Oral y Escrito).

ORIENTACIONES METODOLÓGICAS

Esta unidad aborda las Dinámicas de grupos abiertos y cerrados formales e informales. Técnicas de comunicación que se aplican a pequeños grupos de discusión y análisis de la problemática Forestal. Las conferencias abordarán soluciones planteadas por los actores de los Recursos Naturales a nivel Técnico. Se considera importante el trabajo grupal para seleccionar y discutir las soluciones más adecuadas a la Realidad de los actores Forestales.

LA TÉCNICAS DE EXPRESIÓN ORAL

La técnicas de comunicación oral tiene elemento comunes con la comunicación escritas, estos son: claridad precisión, correcto uso del lenguaje, orden, fluidez y otros.

La comunicación oral tiene mayores ventajas, que la escritura; en ella el hablante se ayuda a que le entiendan mejor mediante: el tono de voz, la expresión del rostro, los gestos, el contexto. Se notan menos los errores, es más dinámico y persuasiva.

El lenguaje oral alcanza su mayor expresión cuando se habla en público; es decir cuando se hace una exposición oral.

ELEMENTOS PARTICULARES DEL LENGUAJE HABLADO

- Seguridad.
- Naturalidad.
- Equilibrio psíquico (Esto se logra mediante la práctica de ejercicios).

CONCEPTO DE ESTILO (ORAL)

La manera que cada uno tiene para expresar su pensamiento por medio de escritura o de la palabra.

El estilo es el ropaje del pensamiento (**CHESTERFIELD**)

CUALIDADES DEL ESTILO

Cualidad: Vocabulario al alcance de la mayores.

Concisión: Utilizar las palabras necesarias y significativas.

Coherencia: Orden, evitar que sea el oyente quien ordene las ideas del expositor.

Sencillez y naturalidad: No hablar complicado, ni rebuscar el vocabulario.

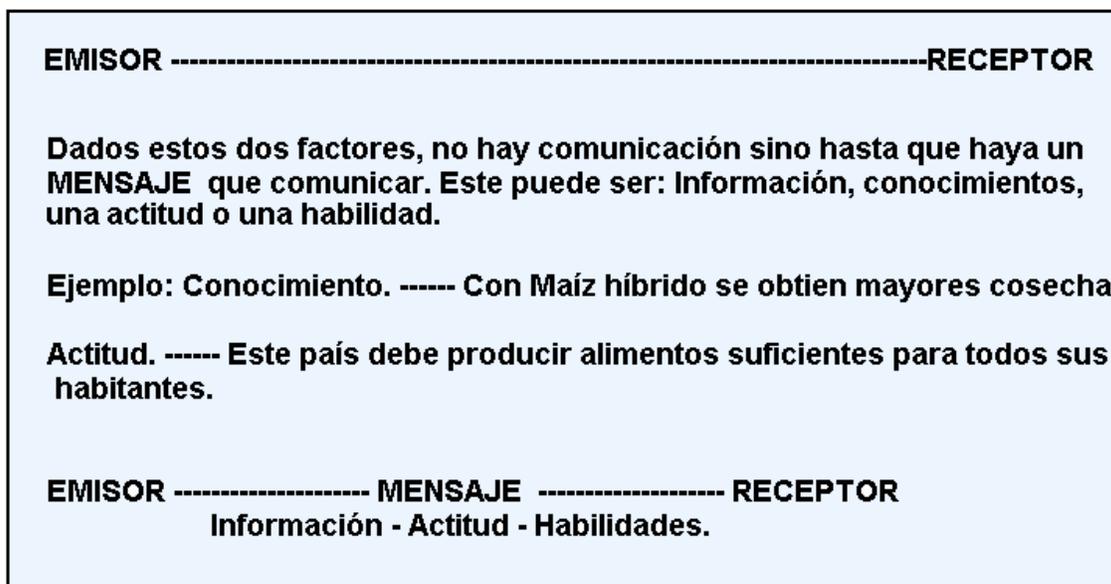
ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN

La comunicación entre los seres humanos por medio de sistemas de signos convencionales es propia de la vida en sociedad. Por medio de la lengua y mediante códigos podemos hablar y relacionarnos e integrarnos a la comunidad y contribuir a la preservación y desarrollo de la cultura con sus aportes científicos o culturales.

El termino "**Comunicación**" básicamente significa compartir o tener algo en común. En nuestra vida la mayor parte del tiempo la pasamos comunicándonos con un propósito, pero a veces no logramos ese propósito, en ese caso tenemos que examinar que está pasando.

La comunicación tiene muchos aspectos que debemos conocer, para mejorar nuestra habilidad de comunicar, también para ser más eficientes en nuestro trabajo, así como para tener un concepto claro de la comunicación.

Es obvio que para que la comunicación puede efectuarse, se necesitan que intervengan cuando menos dos personas. En cualquier momento dado una de estas personas (O grupos) actúa como la fuente o el emisor, por otros llamados transmisores, mientras que la otra persona es el receptor o destinatario (O el objetivo).



O antes que la comunicación pueda efectuarse, se necesita un canal o conducto portador del mensaje. Este es el medio a vehículo portador del mensaje. Los canales o medios de comunicaciones más comunes la voz, ademanes, la escritura y las ilustraciones.



Aunque todos estos elementos estén presentes para la comunicación, el proceso puede no ser efectivo.

Para ilustrar esto vamos a presentar el ejemplo de un esquimal que desea describir un IGLOO a un aborigen de Australia.

Tenemos para esto: **UN EMISOR, UN RECEPTOR, EL MENSAJE QUE ES LA DESCRIPCIÓN DE UN IGLOO, EL CANAL LA VOZ DEL ESQUIMAL.** Se llevará a cabo la comunicación? Será efectiva? Entenderá el aborigen lo que el esquimal trata de explicar? Las diferencias versátiles presentan una barrera infranqueable a la comunicación, por tanto para que sea efectiva, debe existir un **CODIGO** o lenguaje que sea comprensible mutuamente. Aún teniendo el mismo código, no basta, el esquimal con sólo palabras no comprenderá que es la nieve o el hielo, ya nunca ha visto esto; porque no ha tenido nunca una experiencia previa, como podemos ver los límites a la capacidad tanto del emisor, como al receptor para comunicarse.

Aún en el mismo idioma, la comunicación se interrumpe debido a que una palabra puede tener diferentes significados.

- .- **Falta de atención:** Carencia de interés, distracción.
- .- **Diferencia de Vocabulario:** Choclo, mazorca = espiga de maíz.
- .- **Mala pronunciación:** Estático, Exático.
- .- **Expresión deficiente:** Incapacidad de expresar en palabras sus propios pensamientos.
- .- **Significados múltiples:** " Punto " tiene muchos significados.
- .- **Asociaciones de ideas:** Significados atribuidos debido a experiencias.

La comunicación es un proceso que se efectúa en dos direcciones: Cuando el receptor reacciona al mensaje del emisor, automáticamente envía en respuesta un respuesta; denominándose a esto: **RETROALIMENTACIÓN.** (Respuesta, evaluación).

Existen diferentes modelos de elementos de la comunicación. Entre ellos tenemos los modelos de los conocidos: Padres de la comunicación. Aristóteles, Laswel, Mosle y Lazanfeld.

LA CONFERENCIA – DSERTACIÓN – CHARLA – DISCURSO

La conferencia es una disertación que se utiliza para manifestar lo que se piensa o se siente. Es un tipo de expresión oral de carácter individual, está basada en un trabajo de preparación (No es una exhibición personal) y tiene las siguientes características:

1. Implica un grupo
2. Requiere previsión y preparación.
3. Tiene una función aclarativa e informativa.
4. Es formativa.
5. Se propone aumentar conocimientos del auditorio sobre un tema determinado.

Además de lo anterior, la conferencia requiere tener muy en cuenta los siguientes aspectos:

1. **Conocimiento físicas:** Ventilación, iluminación, asientos, medios, audiovisuales, número de participantes.
2. **Conocimiento del tema a tratar:** (Tanto el orador, como e alguno por parte de los receptores).
3. **Conocimientos socio – sicológicos del grupo:** Aunque sea de manera somera.

Los propósitos de una conferencia pueden ser:

1. **Entretener:** Buscando en el auditorio una respuesta de agrado, diversión o complacencia.

2. **Informar:** (O conocer) Persiguiendo la clara comprensión de un asunto, de una idea o resolviendo una incertidumbre.
3. **Convencer o persuadir:** Se quiere influir sobre el oyente para modificar o transformar sus opiniones.

La exposición individual o conferencia es un medio de expresión oral que se caracteriza por UNILATERALIDAD de la comunicación.

La exposición **puede presentarse** como:

1. **Síntesis:** (Recapitulación o resumen).
2. **Informe O Comentario.**
3. **Descripción o relato.**

FORMAS DE PRESENTAR UNA CONFERENCIA

1. **Improvisada:** Se habla de lo que se conoce y por necesidad, no se debe emplear.
2. **Memorizada:** Es rígida y rápida. No se debe utilizar.
3. **Reparada por guión / o siguiendo un guión:** En e este nota todo los temas y subtemas, para seguir el orden lógico, explicando cada asunto.
4. **Leída:** Leer con acento y detenidamente. (Hacer uso de la lectura oral: expresiva).
5. **Extempore:** Se trata de procedimiento combinado de las formas mencionadas. Las charlas de clase pueden considerarse la mayor parte de las veces de este tipo.

PREPARACIÓN DE LA CONFERENCIA

Para preparar una conferencia se debe planear, como cualquier tipo de comunicación y seguir el proceso de prelación o planeamiento que comprende:

1. Selección del tema.
2. Recopilación de información y materiales.
3. Analizar el tema (Delimitarlo).
4. Elaborar un esquema /o bosquejo.
5. Preparar la exposición (Practicar).

PASOS DE LA CONFERENCIA

1. Breve introducción: En este parte de las conferencias deben tomarse en cuenta algunos aspectos como: referirse al tema de la ocasión en forma breve, explícito y práctico, a su personalidad en forma modesta y sincera, formular interrogantes, anunciar un acuerdo audaz o sorprendente (Conocido como shock técnica), para despertar el interés, emplear una cita.

Se debe entender que no han de usarse todas en su conjunto, sino emplear indistintamente algunas de ellas. La introducción debe tratar de despertar el interés del auditorio, expresando algo de los intereses de los oyentes.

- 2. Desarrollo del tema:** Se realiza la exposición con ejemplos siguiendo estas recomendaciones:
- Expresión oral clara, es decir utilizando términos fáciles de comprender.
 - Corrección gramatical, sin caer en ambigüedades.

- Evitar repeticiones y muletillas o frases gastadas.
- Mirar de vil en cuando al auditorio.

3. Conclusión: Es el punto más estratégico de un discurso. Lo que se dice al final es lo más que se recuerda. Aquí debe extenderse la idea central que se ha desarrollado a través de la exhortación. Es recomendable que la conclusión contenga los siguientes aspectos.

- El recuerdo o breve explosión de las diversas recurridas.
- Reformular el punto de vista del orador y valorar los métodos de la solución que se ha propugnado.
- Finalizar con una frase vigorosa, una fórmula valiente, una cita elocuente relacionada con lo expuesto.

CONVERSIONES O ASAMBLEAS

Concepto y objetivos:

Las convenciones o asambleas, llamadas también conferencia, son unos medios de trabajo, que reúnen con los motivo más diversos a personas vinculadas por un propósito común, para llegar mediante una exposición democrática de ideas y criterios, a conclusiones determinadas en torno a un problema de importancia capital.

Estas reuniones, ya se trate de conferencias a nivel nacional o internacional, pueden tener objetivos políticos, académicos, sociales, económicos, culturales o profesionales y comprenden generalmente un número considerable responder al empleo de técnicas adecuadas que garanticen su existo.

EL DIRECTOR DE LA CONVENCION

El director debe tener una idea bien clara y definida de la finalidad perseguida con la convecino, para pueda darla a conocer en términos perfectamente claros a todos cuando se hallen vinculados al conjunto de la operación.

El documento que se utilice para este propósito deberá contener:

- a. El asunto de la conferencia.
- b. Patrocinio y dirección de la misma.
- c. Objetivos que se persiguen.
- d. Procedimiento a seguir.
- e. Tipo de informe a redactar una vez finalizada la conferencia.
- f. Lugar y fecha de su celebración.
- g. Condiciones para participar en ella.

Entre sus funciones principales cabe señalar las siguientes:

1. Enviar a los participantes, delegados o representantes el documento básico de la convención a que nos hemos referido anteriormente.
2. Organizar dirigir el grupo de planeamiento de la convención o asamblea, reuniéndose con el mismo periódicamente.

3. Delegar todo el trabajo de organización del evento, pero consciente de que sobre el recae la responsabilidad final y que por tanto ha de estar informado de cuanto se haga.
4. Asumir la responsabilidad final del presupuesto que prepare y contabilice el organizador de la convención.
5. Hallarse elementos viables tanto para consultar como para asesoramiento, durante todo el periodo preparatorio.
6. Actuar como anfitrión en el acto social de la inauguración y dirigir las palabras de apertura.
7. Elaborar el informe final y si la conferencia o convención lleva consigo decisiones, poner en práctica las resoluciones aprobadas.

EL ORGANIZADOR

El organizador, poniendo a contribución de su trabajo una gran dosis de imaginación, previsión, paciencia, buen humor, orden, energía, flexibilidad y conocimiento de otros idiomas si se tratase de conferencia internacionales, se ocupará de problemas tales como grabaciones, mecanografiado, transportes, compras y en general cuanto sea burocrático y funcional del evento.

En su compleja labor tendrá que atender que atender lo mismo al problema que se cree por la interrupción de los micrófonos, que al que originen los delegados que cambian de hotel sin haber informado de ello previamente. Para que la conferencia pueda celebrarse adecuadamente deben estar bien coordinadas las funciones del organizador y el director a lo largo de todo el proceso, es decir, durante la preparación, el desarrollo y la fase posterior de la convención.

EL COMITÉ DE PLANEAMIENTO

Este comité estará constituido normalmente por director de la conferencia, que lo presidirá, el organizador de la misma y un pequeño grupo de asesores que deberán ser especialistas en el asunto sobre el que vaya a versar la convención o en alguno de los aspectos particulares del programa.

Las responsabilidades principales de este comité son las siguientes:

- a. Determinar la finalidad y tema de la conferencia o convención.
- b. Discutir y elaborar el presupuesto.
- c. Fijar fecha y lugar de la conferencia.
- d. Elaborar el programa de discusión y la agenda.
- e. Seleccionar las personas que tienen que hablar en la convención.
- f. Preparar el programa social.
- g. Trazar la política a seguir en cuanto a publicidad.

AGENDA, PROGRAMA DE DISCUSIONES Y ORADORES

Determinado por el comité de planeamiento el tipo de duración de la convención, este procederá a preparar la agenda y dividir el tiempo en sesiones de trabajo, seleccionar al personal que va presidirla, lo oradores que han de intervenir y el procedimiento que se van a intervenir y el procedimiento que se van a seguir para llevar a acabo cada sesión.

Es de gran importancia informar previamente a cada uno de los oradores sobre los siguientes aspectos:

- 1.- Tiempo disponible para hacer sus discursos o presentación.
- 2.- Tipo de auditorio al que va a dirigir, indicándole si se trata de personas expertas en la materia y si se hallan profesionalmente cualidades sobre el tema que motiva su exposición.
- 3.- Si se trata de una conferencia internacional, los idiomas que se van a traducir los discursos o presentaciones.
- 4.- Si fuera posible, quienes van hacer los demás oradores o encargados de presentar temas.

NORMAS A OBSERVAR POR PARTICIPANTES O DELEGADOS

De las reglas que se han ofrecidos sobre el modelo de proceder de un delegado, escogemos como las más atinantes al problema concreto de las comunicaciones orales, las siguientes:

- a.- Trate de descubrir lo que esperan de usted y procure responder al compromiso contraído.
- b.- Cíñase a cuanto se establezca sobre duración de sus intervenciones.
- c.- Lea y asimile toda la información que se le entregue por anticipado sobre la conferencia.
- d.- Organice y prepare su intervención.
- e.- Adaptarse a la mentalidad de otras sociedades y civilizaciones y los mecanismo y procedimiento que deban observarse..
- f.- Exponga sus ideas con claridad, precisión y cerciorase de la importancia de la misma para el asunto concreto que esté tratando..

TÉCNICAS DE EXPRESIÓN ESCRITA

1. INFORME

Concepto General: En todas las funciones que corresponden a un cargo están incluidos las fases de transmisión y análisis de datos, resultando de inspección, de comprobaciones y de investigaciones; es decir, el informe.

El informe es una relación de hechos analizados, dirigidos a orientar a la autoridad superiores hacia una acción determinada.

En general, informa todo lo que da noticia de un hecho, pero desde el punto de vista del trabajo, el informe es un documento donde se vuelcan por escrito los detalles de hechos, operaciones o acontecimientos, presenciados o no por el informante, pero de los cuales ofrece el resultado de sus averiguaciones a las personas o organización que le ha confiado el estudio de una situación determinada. El informe pone como, explica, justifica y propone.

CARACTERÍSTICAS

Según Golanó y Flores, los informes, proyectos y memorias son instrumentos que sirven para:

- Alimentar la información.
- Explicarla y disponerla en una estructura lógica.
- Ponerla al alcance de todos los miembros de la organización.

Los informes responden a necesidades concretas de la organización. Aunque son documentos diferentes, presentan características comunes que permiten tratar su redacción de manera conjunta:

- Suelen ser escritos de “larga duración”, es decir, su contenido se mantiene vigente durante meses e incluso años.
- Requieren una escritura reflexiva y analítica. No se limitan a constatar hechos, sino que analizan información y proponen soluciones.
- Presentan los datos de manera elaborada, con el fin de que la dirección o una unidad de la organización puedan acceder a ellos cuando sea necesario.
- Son documentos estructurados, es decir, las partes se ordenan siguiendo un orden preciso.
- Requieren un estilo conciso pero exhaustivo. No basta con presentar una lista de frases desconectadas.
- Utilizan recursos visuales, como gráficos y tablas, para representar los datos.
- El informe contiene una completa descripción de los detalles y hechos sucedidos en el trabajo.
- El estilo de los informes dependen de la naturaleza técnica de la materia.
- Se debe emplear la tercera persona al escribir. Hacer énfasis en el método cuantitativo, aún cuando se empleen afirmaciones cualitativas.
- El lenguaje del informe es impersonal, calmado y moderado.

PASOS EN LA PREPARACIÓN DE INFORMES.

Para la preparación de un informe, es aplicable el método científico usual. La secuencia de operaciones incluye los siguientes pasos:

1. Determinación de la naturaleza de la información que se desea y el valor de la solución que se anticipa.
2. Definición y limitación de la tarea y tareas a realizar, incluyendo autorizaciones de gastos y empleo de personal para alcanzar el objetivo que desea.
3. Recolección de los hechos pertinentes, experiencias, ideas y suposiciones que tengan que ver con los objetivos que se buscan o con los procedimientos para alcanzar esos objetivos.
4. Análisis y asimilación de la información reunida: correlación, comparación, organización, selección y evaluación en términos del objetivo.
5. Síntesis del análisis para alcanzar todas las soluciones específicas posibles que puedan satisfacer el objetivo.
6. Evaluación de los resultados que conducen a decisiones positivas en la solución o selección de la información, y verificación de la exactitud y solvencia de los datos y procedimientos técnicos.

7. Organización y preparación del informe para someterlo al superior o cliente.

Estos pasos son importantes porque representan un método lógico de pensar. El tenerlos en mente ayudará al investigador y acelerará su pensar.

ESTRUCTURA.

Según Golanó y Flores (s.f.20-22), “una receta de cocina, una noticia de prensa, un cuento [...] Cada uno de estos textos presenta una estructura determinada que podemos identificar fácilmente”. Al leer una receta de cocina nos resulta fácil localizar los ingredientes que necesitaremos para preparar el plato. Nuestra experiencia como lectores nos ha enseñado que esta información suele aparecer en la parte superior del escrito, antes de las instrucciones para preparar el plato. De manera parecida, encontraremos la información más relevante de una noticia de prensa en el titular o leemos un cuento hasta el final para conocer el desenlace.

En efecto, la comprensión de los escritos se apoya en gran medida en la costumbre. Cada tipo de comunicación cuenta con unos esquemas consolidados y conocidos por el lector. ¿Se imagina una receta de cocina redactada como una noticia de prensa?. Después de la sorpresa inicial, el lector difícilmente podría acceder a la información. La estructura de un escrito debe guiar los pasos del lector y en ningún caso confundirle.

La estructura asegura que el escrito cumpla su función, sea dar instrucciones para preparar un plato, informar sobre un hecho o relatar una historia. En un texto bien estructurado hay un objetivo y la estructura es el plan para conseguirlo. Por lo tanto un escrito está bien estructurado cuando:

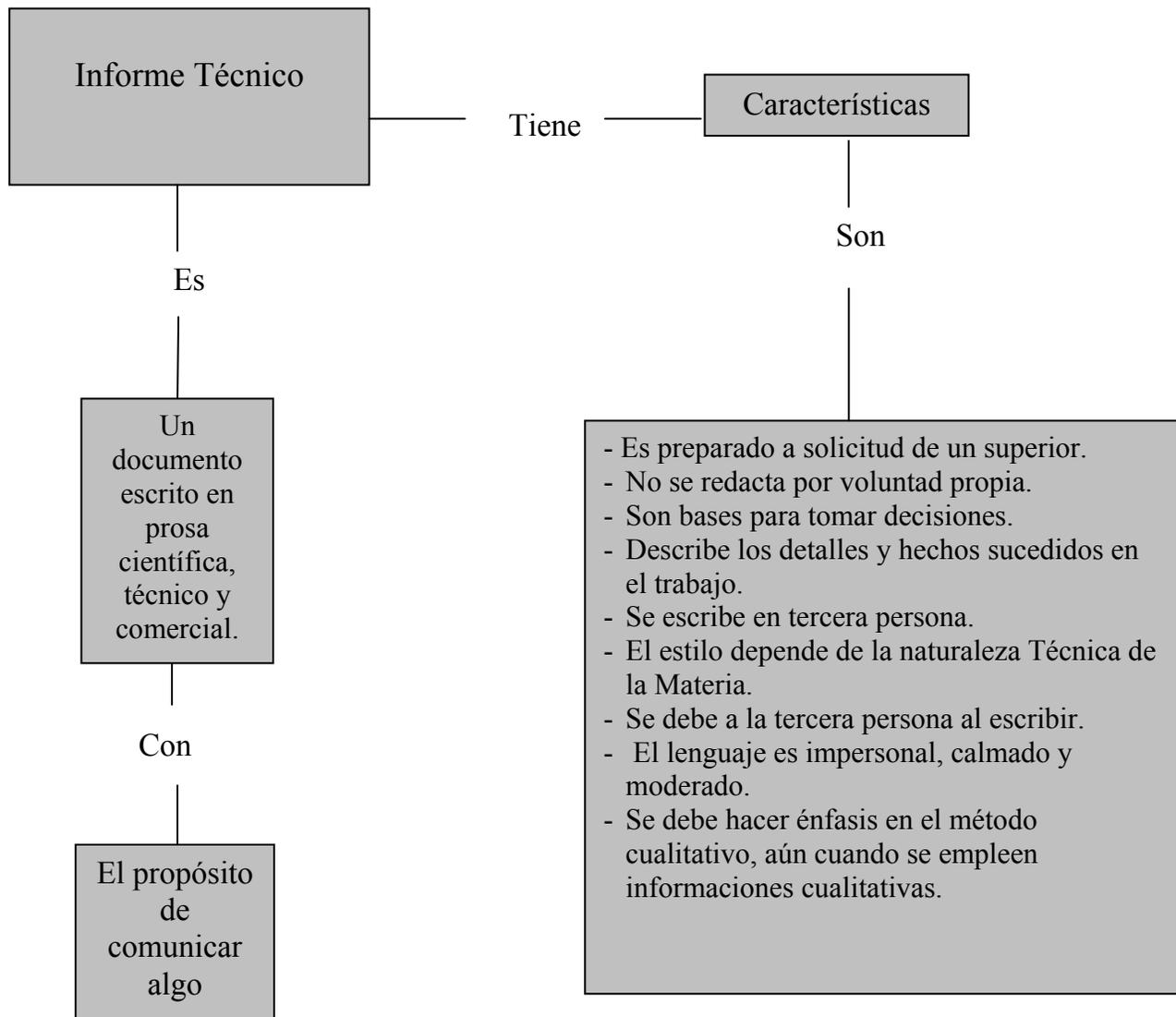
- Presenta pocas ideas, pero bien desarrolladas.
- La estructura salta a la vista.
- La información avanza de manera lógica.
- Respetar las convenciones del género respecto a forma y contenido.
- Permite diferentes ritmos de lectura.
- Facilita varios accesos a la lectura.

Un escrito está mal estructurado cuando:

- Presenta muchas ideas sin conexión entre ellas.
- No se diferencian las partes del texto.
- Resulta difícil seguir el hilo hay saltos y discontinuidad en la información.
- No respeta convenciones de forma y contenido.
- No permite otro ritmo de lectura que el lineal.
- No incorpora puntos diferentes de accesos a la lectura.

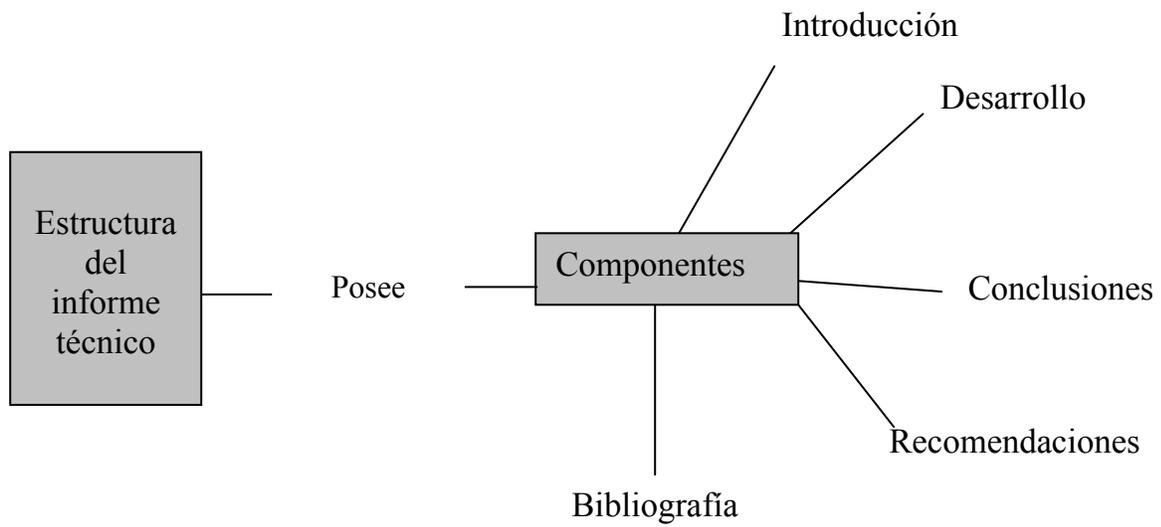
GUIA DE ESTUDIO No. 1

El Informe Técnico.

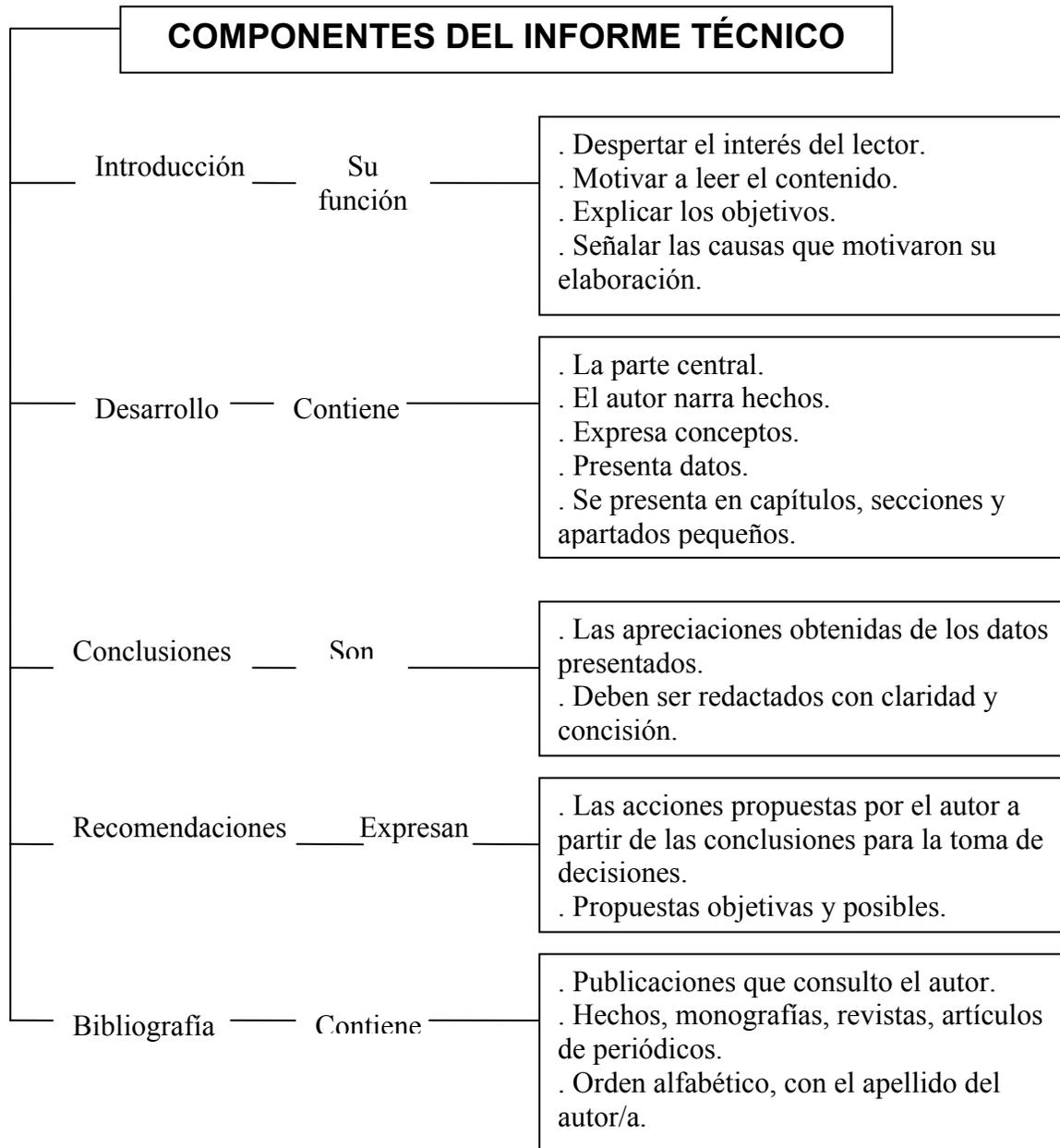


GUIA DE ESTUDIO No. 2

Estructura del Informe Técnico.

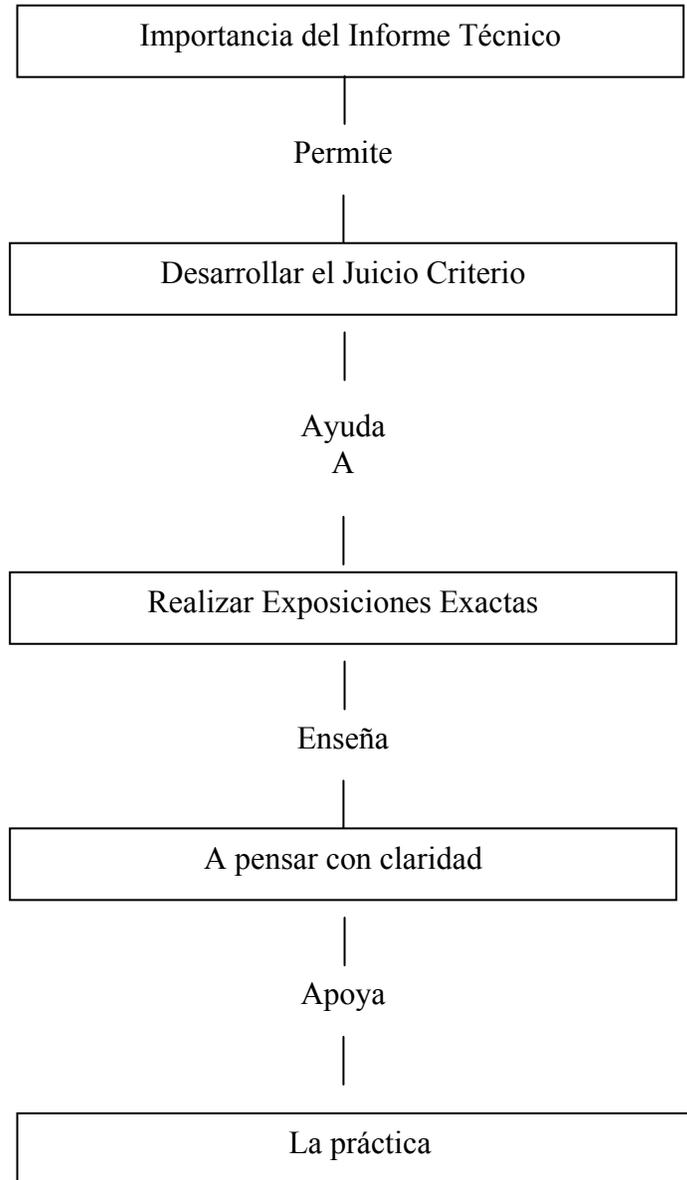


GUIA No. 3 COMPONENTES DEL INFORME TÉCNICO



GUIA No.4

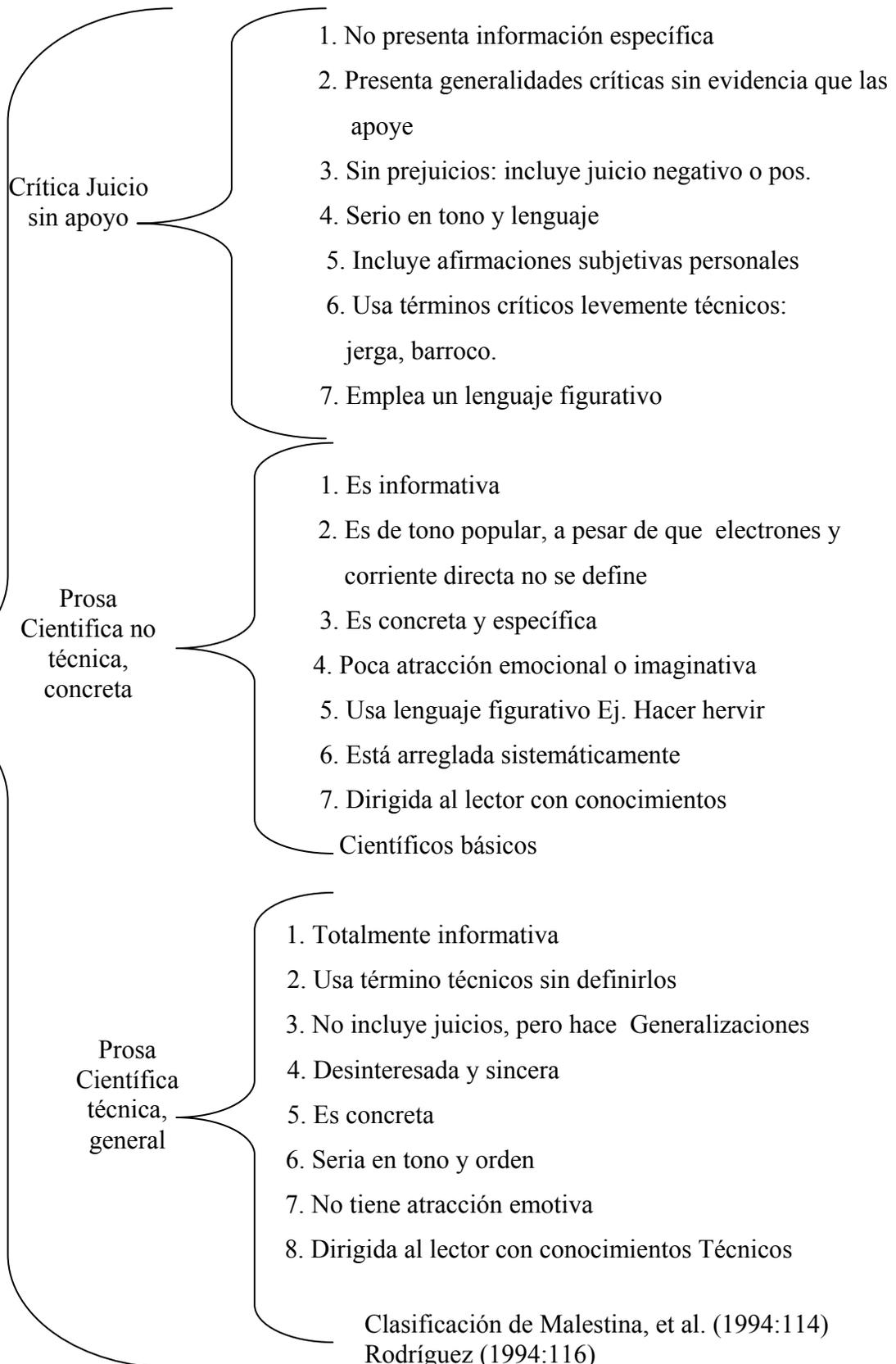
La importancia del Informe Técnico.



GUIA No. 5

Tipos de Informes técnicos.

Tipos de Informes Técnicos



INFORME TÉCNICO

Concepto técnico del informe: El informe técnico es un documento escrito en prosa científica, técnica o comercial con el propósito de comunicar información a un nivel más alto en una organización. Presenta hechos obtenidos y verificados por el autor. Generalmente no sólo contiene la solución sino también los datos y el método empleado para arribar a la solución del problema o para obtener la respuesta a una consulta técnica; Malestina (1994: 110-112).

Estos informes están basados en recomendaciones, investigaciones, estudios y labores realizadas. La preparación del informe técnico requiere conocimientos de primera mano, comprensión y contacto con la materia.

Características:

- Es preparado a pedido o a solicitud de un superior, rara vez es redactado por iniciativa propia.
- No se lee por voluntad propia, ni se prepara (porque se desea), sino como un deber.
- Los informes son bases para tomar decisiones de parte de los superiores del autor.
- El informe contiene una completa descripción de los detalles y hechos sucedidos en el trabajo.
- El estilo de los informes dependen de la naturaleza técnica de la materia.
- Se debe emplear la tercera persona al escribir. Hacer énfasis en el método cuantitativo, aún cuando se empleen afirmaciones cualitativas.
- El lenguaje del informe es impersonal, calmado y moderado.

Estructura del informe técnico:

1. **Introducción:** Su función es despertar la atención del lector, motivarlo a leer el documento; explica los objetivos del informe y las causas que motivaron la elaboración del mismo.
2. **Cuerpo o desarrollo:** Es la parte central y el autor narra hechos, expresa conceptos y presenta datos. Si es muy extenso, conviene dividirlo en capítulos. Si es breve en secciones y apartados más pequeños.
3. **Conclusiones:** Son las apreciaciones obtenidas de los datos presentados. Deben ser redactadas con claridad y concisión.
4. **Recomendaciones:** Expresan las acciones propuestas por el autor a partir de las conclusiones, para realizar cambios en la institución o empresa. Deben ser lo más objetivos posibles.
5. **Apéndices:** Es la sección donde se recopilan los materiales relacionados con el informe tales como gráficos, tablas, etc.

PROCESO DE COMPOSICIÓN DEL INFORME TÉCNICO.

Entre estos modelos el más significativo y práctico es el modelo de Hayes y Flower (Cassany, 1994:73), el cual se basa en el estudio del proceso de escritura y no en el producto obtenido. Considera tres operaciones fundamentales: Planificación, textualización, revisión y corrección.

Escribir no es una habilidad que se adquiere espontáneamente, sino a través de la práctica constante. La persona que escribe no vuelca sus ideas de la cabeza al papel, sino que realiza una serie de actividades, tales como reflexionar sobre la situación de comunicación, buscar ideas y apuntarlas, hacer esquemas, redactar, revisar, corregir, redactar de nuevo. Las etapas del proceso de composición son las siguientes:

Planificación: en esta fase los estudiantes deben tener una representación mental de las ideas relevantes y significativas que tendrá el texto, no necesariamente un esquema acabado, porque éste se irá complementando en la medida que avanza el proceso de escritura.

Es importante que los alumnos antes de escribir piensen en las personas a quienes dirigirán su escrito, pues ello les permitirá seleccionar el léxico y el tono adecuado, también es de suma necesidad elaborar un plan previo que permita la organización y la precisión necesaria para poder obtener un escrito coherente.

También es importante planificar el texto. Para ello, el autor toma notas, elabora esquemas, ordena ideas que le servirán de guía para empezar a escribir. A medida que redacta relee, a fin de comprobar si las ideas expuestas se ajustan a lo que quiere expresar, a la imagen mental del texto o al esquema elaborado anteriormente. La revisión del texto permite introducir cambios, reformular ideas, etc.

Esta representación a la vez comprende tres aspectos: generar ideas, organizarlas y formular objetivos. El proceso de generar ideas desempeña un papel importante en la creación de otras nuevas se encarga de agruparlas, cambiarlas de un lugar a otro, organizarlas y ordenar lógicamente, buscar ejemplos adecuados en cada caso y a veces formular nuevos conceptos y valoraciones. En la organización, el autor discrimina las ideas principales de las secundarias, las ordena de acuerdo al lugar que ocuparán en el texto; de manera general, se ocupa de la coherencia textual, y contextual. La formulación de los objetivos es de vital importancia, porque a través de ellos el escritor se plantea metas concretas y define los aspectos que según su criterio debe contener el texto, considerando las características del destinatario y la situación comunicativa.

Textualización: consiste en todas las tareas que el escritor tiene que realizar para transformar los contenidos en un lenguaje escrito, organizado en forma lógica y lingüísticamente comprensible e inteligible para el lector. Implica exigencias ortográficas, léxicas, morfológicas, sintácticas, etc. lo cual obliga a revisiones frecuentes, cambios estructurales y conceptuales, de acuerdo con necesidades de la situación comunicativa.

Revisión: tiene como objetivo fundamental motivar a los alumnos a examinar sus escritos y buscar las estrategias adecuadas para mejorarlos. La revisión debe orientarse hacia dos grandes aspectos: la coherencia y la cohesión, no es un procedimiento que surge espontáneamente de los alumnos, sino que es el maestro quien tiene la responsabilidad de enseñarles a revisar sus escritos, a través de un trabajo cuidadoso y sistemático a lo largo del proceso de escritura.

En la coherencia debe considerarse la estructura del texto, la claridad y relevancia de las ideas, cantidad de información obtenida a través de diversas fuentes, la cual depende de factores contextuales:

propósito del emisor, conocimientos previos del receptor, tipo de mensaje y convenciones de acuerdo a la situación comunicativa.

La cohesión considera las articulaciones gramaticales del texto que hacen posible la codificación y decodificación, tales como: puntuación, conjunciones, artículos, pronombres, sinónimos, etc. Además de los aspectos de la normativa: caligrafía, márgenes, limpieza y estilística.

Corrección: es considerada como un aspecto más dentro del proceso global de la composición de textos; bien utilizada constituye un instrumento eficaz de aprendizaje. En el proceso enseñanza-aprendizaje de la expresión escrita tiene como propósito fundamental demostrar a los estudiantes de qué manera pueden mejorar sus textos, ofreciéndoles sugerencias oportunas y precisas en los aspectos que ameriten una atención especial.

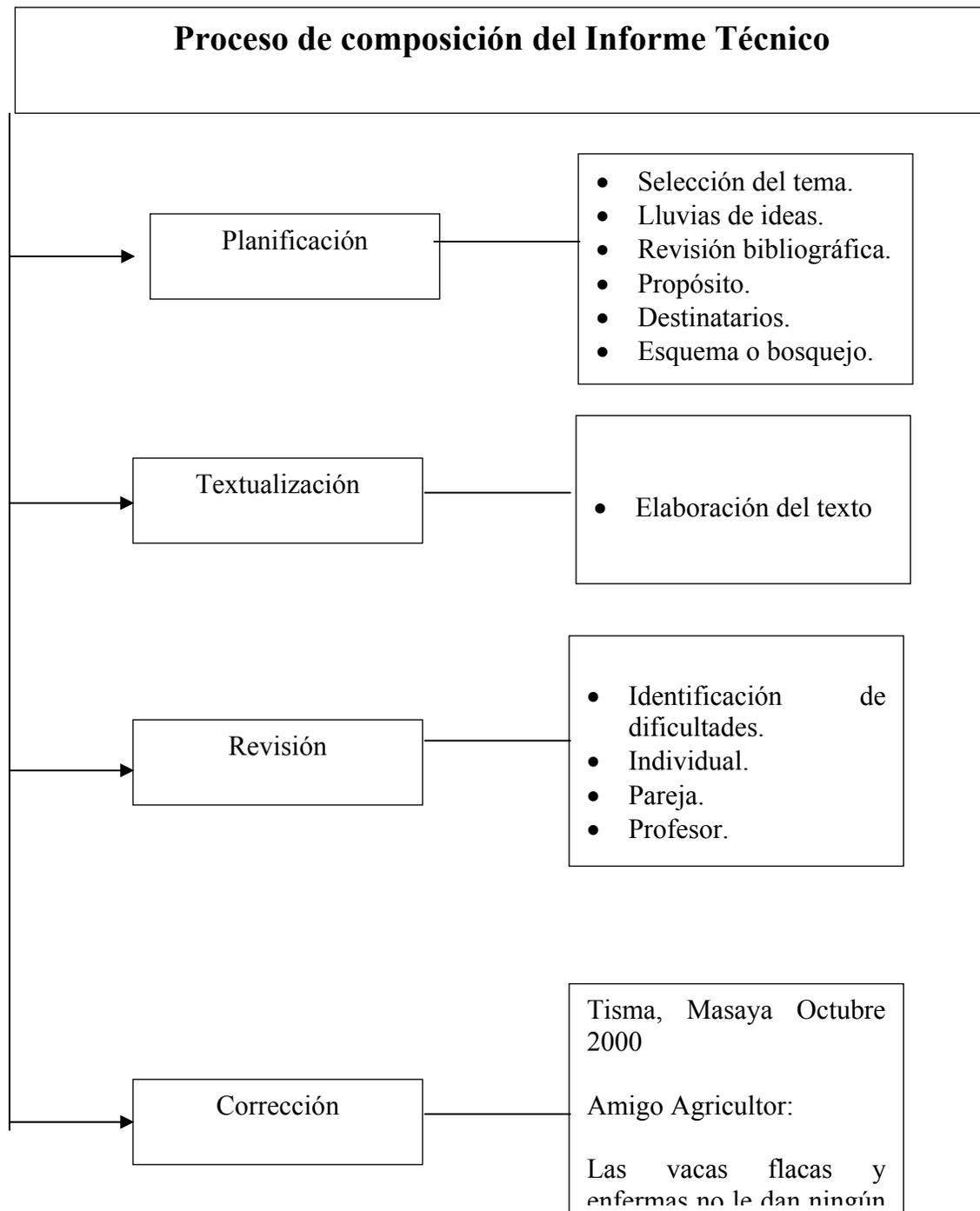
La corrección debe concebirse como una técnica didáctica más y no como una operación de control obligatorio, al final de cada texto. Esta actividad puede ser un elemento muy rico por las posibilidades de aprendizaje que ofrece. Una buena parte del éxito se haya en conocer técnicas variadas de corrección y su utilización en el momento preciso con las personas adecuadas.

En la actividad de corrección es muy importante definir los objetivos didácticos que se pretenden alcanzar y tener mucha claridad en cuanto a qué corregimos, cómo y cuándo. La corrección del maestro debe guiar y reforzar el trabajo del estudiante, especificándole qué tipo de proceso puede realizar en cada momento.

La interacción verbal es de suma importancia, porque favorece el desarrollo de las capacidades metalingüísticas y la relación de éstas con el texto escrito. Además el estudiante pone en marcha operaciones mentales más complejas que las que llevaría a cabo de forma individual. De tal manera que un texto elaborado en conjunto es de hecho, más complejo y mejor procesado, constituyéndose en el instrumento idóneo del trabajo cooperativo a través de proyectos. Además promueve el desarrollo personal y colectivo.

La escritura en colaboración, es característica de los proyectos de escritura, permite llevar a cabo procedimientos complejos donde los miembros del grupo asumen roles distintos en el control y gestión del escrito: mantener el tema, atender el punto de vista de los lectores, la intención, controlar la selección léxica, la ortografía, revisar la sintaxis, etc. además se debe tener siempre presente que el lenguaje es un producto social y que en el proceso de conceptualización son fundamentales las funciones comunicativas y representativas, las cuales están íntimamente interrelacionadas.

GUIA DE ESTUDIO No. 7
Proceso de composición del Informe Técnico.



UNIDAD III: PREPARACION DE MEDIOS DIDACTICOS Y AUDIOVISUALES

OBJETIVOS

- Relacionar los niveles de comunicación aplicando las Técnicas estudiadas y empleando medios Didácticos y Audiovisuales.
- Elaborar con corrección el material didáctico y audiovisual que le permita comunicarse de forma eficaz con los demás.
- Utilizar los medios didácticos y audiovisuales como forma de comunicación con los demás.

ORIENTACIONES METODOLÓGICAS

Las conferencias abordarán las técnicas de preparación de medios Didácticos y audiovisuales a nivel grupal. La revisión de textos y revistas permitirán seleccionar y analizar el uso de medios didácticos y audiovisuales en el sector de Recursos Naturales. El trabajo grupal hará énfasis en las propuestas didácticas y audiovisuales que superan los limitantes de la comunicación de pequeños grupos forestales y su capacidad productiva.

INTRODUCCIÓN

En esta unidad abordaremos las técnicas de preparación de medios didácticos y audiovisuales a nivel grupal. La revisión del texto y revistas le permitirán seleccionar y analizar el uso de medios didácticos y audiovisuales a los estudiantes. El trabajo grupal hará énfasis en las propuestas didácticas y audiovisuales que superan los límites de la comunicación de pequeños grupos y su capacidad productiva.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

El auge que han tenido los medios de comunicación y el impacto que este cúmulo de mensajes visuales y auditivos tiene la población, han sido una de las grandes preocupaciones de autores e investigadores que han visto en este nuevo y rico lenguaje algo susceptible de ser aprendido y utilizado a través de estrategias de lectura y producción de imágenes.

En una estrategia de comunicación se debe de tomar en cuenta para la transferencia de innovación las siguientes actividades.

1. Hacer uso del lenguaje: total: rescatar las posibilidades de aprendizaje de las formas perfectibles que integran la vivencia y el ejercicio en la experiencias comunicativa va de los lenguajes verbales y no verbales.
2. Juicio crítico: integral pensamiento y efecto en diversos niveles de realización creativa, considerando que la utilización de los medios requiere de una planeación y sistematización de las actividades, permitiendo ello el desarrollo de habilidades de análisis para la organización del trabajo.

3. Romper barreras crear un proceso de aprendizaje del trabajo. Comunicación en el extensionista que posibilite el protagonismo, no solo como un receptor pasivo, sino que promueva y genere el un proceso de reconocimiento de sus propias motivaciones y habilidades comunicacionales.

4. Apreciar el avance de nuevas tecnologías. Estudiar el lenguaje audiovisual es parte fundamental para disfrutar plenamente la riqueza expresiva de los márgenes, desempañar sus mensajes y obtener el placer estético de lo mismo.

5. Lectura y escritura de imágenes. Estudiar los materiales audiovisuales desde la producción hasta los ámbitos de recepción de los mismos, desentrañando los mensajes que recibieron, para elaborar sus propios mensajes, imprimiéndoles su sello personal.

La capacidad de ver semejanza, que se nos escapan a la mayoría de nosotros, constituye el sello de la persona verdaderamente creativa (Bronoski). Si los estudiantes consideran iniciar esta actividad se propone alcanzar los objetivos específicos de esta actividad, que son los siguientes:

1. Distinguir la función de la extensión para el cambio tecnológico en las estrategias de transferencias (políticas).

2. Demostrar la estrategia adecuada sobre medios en la extensión y capacitación del personal bajo condiciones de transferencia de tecnología.

3. Experimentar los elementos del proceso de comunicación en una propuesta de transferencia de tecnología.

4. Reconocer la actuación adecuada al extensionista en la aplicación de los métodos de extensión a nivel comunitario.

5. Reconoce la importancia de la comunicación a partir del rol de agente de extensión en los procesos de extensión.

6. Apreciar la labor de las instituciones y de su capacidad para la transferencia de tecnología a nivel de zona o región.

A. Problema de Comunicación

- ❖ Uso de tecnicismo
- ❖ Prejuicios
- ❖ Desconfianza
- ❖ Confusión
- ❖ Incumplimiento
- ❖ Conducta inadecuada
- ❖ Indisposición

La información llega a nuestras mentes por medio de los cinco sentidos. Hay muchos ejemplos de problemas de comunicación. Muchos extensionistas usan un lenguaje demasiado técnico. El buen extensionista tiene una mente abierta y trata de dominar sus prejuicios la desconfianza es otra situación que se da frecuentemente, la tiene que saber introducir paulatinamente, y evitar situaciones que causen desconfianza. El extensionista debe evitar la confusión y dar indicaciones claras y por escrito.

Las ayudas visuales más accesibles al extensionista son el pizarrón, rotafolio, proyector de transparencia, el video e impresos. Entre otros, por su cualidad debajo costo, facilidad de transportar, uso y atraktividad, el rotafolio con láminas a colores, es el medio audiovisual más utilizado.

B. Medios de Comunicación

Según el cuadro comparativo de seis medios de comunicación cada medio tiene sus condiciones de uso, desarrolla ciertas funciones posibles en comparación con el tamaño del grupo, sin embargo presenta ventajas e inconvenientes a tomarse en cuenta. Estos medios son cine, video, proyectores de filminas, impresos, rotafolios y pizarrón. Sin embargo, otras ayudas didácticas son el retroproyector las demostraciones, sociodramas, títeres, maquetas en tres dimensiones, objetos reales y la radio.

Quizás por ser la ayuda más conocida la pizarra es también la peor utilizada. Se escribe en letra caligráfica muy pequeña y débil, se llama la pizarra de letras y dibujos, se habla al mismo tiempo que se escribe, se ubica mal. Sin embargo tiene en común con los otros medios el mensaje de la imagen o ilustraciones.

Muchas personas tienen poca capacidad para interpretar las ilustraciones la interpretación de las ilustraciones es una capacidad adquirida por la experiencia igual que la lectura. La manera de ilustrar el objeto también sobre la capacidad de interpretación.

El punto de arranque en el estudio de la imagen tiene que hacer hincapié en un ejercicio inevitable de distinción entre estas y la realidad, porque al hablar de imagen estamos hablando de la reproducción parcial de un aspecto de la realidad.

Y es que los medios de comunicación se expresan a través de imágenes visuales y auditivas, que son elegidas, manejables, segmentadas en forma en que los creadores de los medios han dispuesto.

Cary Bazalgette en su esquema de análisis propone una serie de preguntas indicadoras que corresponden a área interdependientes del que se pueden generar alrededor de los medios.

1. Agencia de los medios ¿quién comunica y porqué?
2. Categorías de los medios ¿de que tipo de texto se trata?
3. Técnicas de los medios ¿cómo se produce?
4. Lenguaje de los medios ¿cómo sabremos lo que significa?
5. Público de los medios ¿quién lo recibe y que sentido le da?
6. Representación de los medios ¿cómo se presenta el tema que trata?

Los medios independientes si son impresos, audiovisuales o informáticos pueden ser susceptibles de un análisis que ayude a descubrir las situaciones que están atrás de las imágenes y contenidos expuestos, y los efectos que pueden producir en los receptores.

C. Elementos de La Imagen

Las imágenes transmiten conceptos que impactan la mente sobre todo su lenguaje se dirige hacia las emociones, crean un mensaje que tiene una intención con un efecto estético, informativo y vivencial.

El lenguaje audiovisual es un lenguaje complejo, entrelazado y construido con diferentes elementos básicos como son: la composición, el encuadre, la luz y el color, que son utilizados por los creadores imprimiéndoles a esta su sello personal.

Una composición puede ofrecer sentimientos de equilibrio, armonía o sensaciones de incomodidad, angustia, según la elección y combinación de los elementos que el creador de la imagen haga. Cada imagen tiene una composición de las personas, objetos, gráficos y escenarios que son representados, a los que se han dado un valor visual manejando el tamaño, distancia, color e intensidad, y obteniéndose como resultado un sentido, una idea guía, un estilo.

La unidad más simple que podamos hallar en una composición es el punto, que ejerce una fuerte atracción visual sobre el ojo una serie de puntos guían la visión, crean una direccionalidad hacia la parte de la imagen que llama más la atención. Es importante al analizar una imagen identificar cuales son los puntos de mayor atracción donde comúnmente esta concretado el mensaje.

Respecto a la línea que tradicionalmente es definida como una sucesión de puntosa, es un elemento de gran apoyo para la expresión de diversos contenidos según su grosor, textura y dirección. En términos generales las líneas horizontales pueden ofrecer sensación de quietud, así como las curvas y oblicuas dar sensación de movimiento.

Un elemento importante de toda imagen es el encuadre, que es la parte de la realidad que es representada en la imagen. En la definición de este aspecto visual de halla parte de la intención expresiva del autor: los acercamientos, el ángulo desde el cual son tomadas las imágenes el tamaño de las mismas. En el encuadre podemos distinguir los planos en que es tomado el ser humano y que va desde una panorámica general a un primer plano, que es muy utilizado para profundizar en el interior y sentimientos de los personajes. En el encuadre el creador de la imagen nos dice que quiere que miremos, como quiere que o hagamos.

Un elemento expresivo muy utilizado es la luz ya sea natural o artificial que permite crear sombras, ayuda a resaltar colores y a destacar volúmenes, todas estas funciones de la luz ayudan para transmitir sentimientos, crear ambientes y situaciones la luz es la que no permite percibir las imágenes de ella depende la dirección la intensidad y la luminosidad que incide en el objeto y determinar su color.

Otro elemento importante a la imagen es el color, el cual está íntimamente ligado a las emociones, transmiten gran cantidad de información y es una de las experiencias visuales más importante. El color posee una carga de significados culturalmente determinados.

En el lenguaje audiovisual el cromatismo narrativo utiliza el color para expresar diversos momentos dentro de la acción, expresar ideas a través de una determinada tonalidad o combinación de colores, la reversión de atmósfera de una época y acentuando determinados ambientes.

Imágenes Sonoras

En el lenguaje audiovisual nada es diferente, todo tiene su significado, cada forma, color, melodía, ruidos, etc., expresan algo por si mismos. En ese sentido el análisis de los aspectos auditivos es importante porque a través del sonido podemos recrear imágenes mentales, provocar atmósferas emocionales y transmitir estado de ánimo, ya que este tiene gran capacidad como disparador de la imaginación, incluso que la imagen visual y un gran poder de evocación.

Los elementos del lenguaje sonoro son: 1) La palabra con todas las múltiples alternativas que ofrece su entonación, énfasis y cadencia de pronunciación, exclamaciones, etc., asimismo, 2) El silencio que tiene un valor en si mismo, para la recreación de ambientes y significados, es un recurso realmente rico ya que estamos tan acostumbrados al sonido que el silencio nos provoca un cúmulo de sensaciones, que van de la paz tranquila a la inquietud y el temor. 3) La música es recurso utilizado para la ambientación de épocas, caracterización de personajes y situaciones psicológicas, de la narración o protagonismo, cada vez adquieren más relevancia en las producciones audiovisuales los efectos sonoros que son de gran utilidad para recrear la realidad, en las producciones tanto radiofónicas como en el cine, la TV etc.

D. Características de La Imagen

La creación con imágenes es un juego de posibilidades expresivas, susceptibles de clasificación y análisis a través de ellas el ser humano se expresa, goza, canaliza inquietudes, transmite información. Podemos decir que no hay imágenes puras, atrás de ellas siempre existe una intención con la cual es creador, así cada una adquiere por la combinación de calidad y cantidad de sus elementos, rasgos que le son característicos.

a. Iconidad – abstracción

Si bien una imagen es siempre la representación de algo, es importante decir que hay algunas que son más parecidas que otras a los objetos que representan. Al grado de semejanza entre el objeto y su imagen se llama ICONICIDAD: a mayor parecido entre ambos es más alto el grado de iconicidad de la imagen. Por el contrario el grado en que el parecido de la imagen se aleja del objeto real se llama abstracción, la imagen es más abstracta a medida que es identificada con el objeto a través de rasgos que le son característicos y esenciales, pero sin tener realmente un parecido con el objeto mismo.

b. Denotación – connotación

El aspecto de denotación de una imagen a la descripción de los elementos observables de la misma, corresponde a lo que literalmente este representado en ella, el ambiente, los decorados, objetos como muebles, adornos, utensilios, etc., respecto a las personas sus características físicas, su indumentaria, postura corporales, gestos acciones, etc., esta descripción debe ser lo más objetiva posible, sin valoraciones personales y deben inducirse además de los descritos anteriormente: la forma, la luz, los colores, composición y relación que guardan entre sí los elementos que la conforman.

El aspecto de connotación por el contrario es la descripción personalizada de lo que despierta la imagen en el observador, todo aquello que nos es mostrado abiertamente o no y que tiene un valor de evocación en relación con la historia personal de cada uno; en esta lectura intervienen de una manera directa el contexto y la experiencia previa, ya que cada persona le da una interpretación en base a su propia ideología, es una lectura subjetiva que se refiere al análisis del mensaje interno, a los significados personales que se dan, las posibles intenciones e informaciones que el creador que el creador de la imagen intentó comunicar.

c. Mensajes subliminales

Un tema polémico por excelencia es el de los mensajes subliminales que la publicidad vierte constantemente a través de los medios de comunicación. Precisamente, la eficacia de los anuncios publicitarios consiste en un mensaje dentro de otro mensaje, uno directo y otro a nivel más profundo

dirigido a las motivaciones, necesidades, aspiraciones, frustraciones del público al que van dirigidos la capacidad humana de percibir y recibir información subliminal. Se considera subliminal todo estímulo (no visual) que no es percibido de manera consciente, pero que puede condicionar el comportamiento.

Factores que favorecen los mensajes subliminales son enmascaramiento o camuflaje, hiperestimulación sensorial por bombardeo de datos, comunicación indirecta y alto componente emocional.

d. Simplicidad – complejidad

El nivel de simplicidad de una imagen es aquel en que podemos comprender sus significados y si esto son claros, precisos y sin prestarse a ambigüedades. Por otro lado, la complejidad requiere de mayor atención por parte del espectador y un esfuerzo para alcanzar una buena comprensión de la misma.

Esta característica de la imagen es independiente del número de personas, animales objetos y grafismo que hallemos en ella; es decir, una imagen simple puede tener varios de ellos, pero la composición y las relaciones que guardan entre sí, expresan el mensaje de manera sencilla. Por el contrario, una imagen con pocos elementos pero con una determinada combinación hace una imagen complejidad en su comprensión. Se puede decir que el grado de complejidad está más ligado a las relaciones que guardan entre si los objetos y la forma en que está realizada la composición que al número de estos, aunque es factible que una imagen con gran número de elementos sea más complicada de analizar por la dificultad de hacer directas y encontrar mensajes escondidos.

e. Originalidad – redundancia

Una imagen puede ser analizada desde su propia originalidad es decir, si se tras de una producción única, creativa, con un planteamiento estético innovador o puntos de vista sugerentes. Por otro lado, una imagen puede tener una característica de redundancia que se determina por la transferencia con la que podemos hallarla o encontrar imágenes parecidas a ellas. Un aspecto importante a observar en este rubro es que en muchas imágenes redundantes se utilizan estereotipos, esto puede comprenderse al mirar detenidamente los anuncios publicitarios, ya que en ellos se presenta composiciones comunes, poco originales, usando frases trilladas.

Un estereotipo es un compuesto de características que se asignan a personas o situaciones por el solo hecho de pertenecer a un grupo determinado. En general, podemos identificar diversos estereotipos relacionados con la raza, el nivel socioeconómico, la condición social, etc., y aunque cada ser humano es diferente, los prejuicios y la actitud que tenemos para conocerlos a través de los medios, hacen que distorsionemos y pasemos por alto las diferencias que tienen y los juzguemos arbitrariamente.

f. Monosemia – polisemia

Hay imágenes que se no presentan dificultad para desentrañar su significado, al contrario de otras cuyo sentido son tan diversos y ambiguos que cada persona puede encontrar mensaje diferentes frente a ella.

Cualquier imagen tanto visual como auditiva comunica un mensaje que puede uno o varios niveles de significación. Las imágenes que tiene un solo significado se llaman monosemica y su lectura es sencilla, no se presta a interpretaciones o conjeturas y el mensaje es comprendido con facilidad, por todos y de igual manera.

Por otro lado cuando una imagen expresa muchas cosas y encierra varios significados se llama polisémica. Este tipo de imágenes son ambiguas y se prestan

A diferentes interpretaciones, y a que cada sujeto que las contempla recurra a sus propias vivencias y significaciones internas para tener una comprensión de las mismas. En este aspecto el sonido puede evocar diversos sentimientos, sensaciones, imaginaciones y reflexiones, en este sentido podemos llamarlo polisémico.

g. Programa de comunicación de apoyo

A nivel comunitario, se entiende por comunicaciones a todas las formas que se usan para dar a conocer a la comunidad y las instituciones que apoyan, las actividades que se realizan, los avances y logros obtenidos en el trabajo realizado.

La comunicación es permanente al interior y exterior de la comunidad e instituciones lo importante es hacer un plan para que sea permanente. Para lograr que en la comunicación participen todos los involucrados deberá practicarse la comunicación formal e informal.

Comunicación de apoyo es el uso de diferentes métodos de comunicación con el propósito de centrar la atención en problemas de comunicación y ofrecer una solución que permita acelerar el desarrollo de la comunidad.

Con la comunicación buscamos que la comunidad y las instituciones consideren como propios los proyectos y acciones que se realizan en la comunidad.

E. Fase de Planificación

Esta fase de planificación es para la solución de uno o mas problemas, o el logro de objetivos la planificación como proceso es una secuencia de decisiones que culminan en un acuerdo referente a que se hará, cuando y por quién?

FASE DE PREPARACION

Es una serie de acciones que incluyen la preparación del personal, desarrollo de materiales de comunicación, asignación de dinero y administración de todo el proceso de comunicación.

FASE DE IMPLEMENTACION Y EVALUACION

Es la secuencia de actividades para implementar el programa de comunicación, estas actividades tienen seguimiento y evaluación para alcanzar los objetivos acodados.

La comunicación informal se hace en el contacto diario entre extensionistas, agricultores, técnicos y las instituciones con el objeto de dar a conocer actividades y logros. Otros tipos de comunicación informal son los concursos, las visitas de campo, giras a las parcelas y ensayos y desde luego las capacitaciones. La comunicación formal, se planifica con anticipación, se ejecuta por medio de jornadas divulgativas, boletines, cartas informativas, revistas, videos, programas de radio y televisión con el objetivo de dar a conocer las actividades, y lograr la participación de la comunidad e instituciones.

TRADICIONALMENTE EN LA TRANSFERENCIA DE INNOVACIONES los medios y las formas a ser utilizadas dependerá de los recursos disponibles: medios masivos (radio, periódico, afiches, panfletos, cartas, vallas, calcomanías, calendarios, carteles, folletos, televisión, exhibiciones y ferias); medios grupales (rotafolio, diapositivas, acetatos, pizarra, carteles, etc), son algunos posibles medios de comunicación para alcanzar grupos de interés.

Otros materiales comunicacionales, auxiliares de la extensión disponibles son materiales impresos (manual, libro, cuaderno de trabajo, guías didácticas, suplemento, historietas, mapas, planos revistas, boletín, folletos, desplegables, cartillas, fax) materiales audiovisuales (computadoras, video, celular etc.)

PERIODICO POPULAR CARACTERISTICAS

Las funciones reseñadas, que en general cumple todo periódico popular, determinan una serie de características que se tienen en cuenta en el proceso de elaboración, difusión y recepción del mismo.

El periódico popular no es un fin en si mismo sin existencia obedece siempre a la necesidad concreta de organizarse e informarse colectivamente. Se combaten las tendencias del perfeccionismo y esteticismo. El periódico debe ser bien hecho, bien escrito, con diagramas, fotografías y dibujos claros y expresivos que traiga a los lectores que cumpla los objetivos deseados.

Es un producto de la comunidad no resulta fácil y posible que toda la comunidad, grupo o sector lo elabore los responsables de esa tarea serán los representantes del grupo y de sus mensajes.

El periódico popular refleja con claridad su identidad, es decir, desde su nombre hasta los temas que en el se tratan, la manera de enfocarlos es coherentes con el grupo y los intereses que representa. Es un instrumento de trabajo comunitario, hay discusión grupal de los mensajes.

El periódico popular refleja la problemática de la comunidad en el sentido global tales como costumbres, tradiciones y creencias; asimismo aspectos relacionados a la vida específica: problemas laborales habitacionales educativos de organización, etc., la problemática estructural más amplia regional, nacional y continental.

El equipo de trabajo lo integran de 10 a 15 personas, ello depende de las posibilidades y también de la importancia que se asigne dentro del grupo a la labor de prensa. El equipo determina las tareas a realizar, los horarios y la dinámica de trabajo.

En general, las tareas a cumplir para la confección de un popular son la siguiente: recolección de información y materiales (es una tarea permanente, utilizan todos los medios a su alcance para informarse dando importancia a todos aquellos aspectos a la realidad). Organización del material (análisis de los temas que se incluirán; estas determinaciones se hacen en función de dos aspectos los objetivos y la coyuntura, redefine la información significativa para el grupo). Elaboración del material (comprende la redacción de las noticias y de todo el material escrito, como la preparación del material gráfico titulares, fotos, dibujos, etc. Para que aumente esta labor se realiza casi siempre en pareja luego es necesario que todo el equipo discuta los materiales elaborados y los corrija). Diseño o diagramación (distribución del material en las páginas del periódico, el trabajo gráfico, realización de dibujo, recuadros, numeración de las páginas, etc.) impresión (fotocopias, mimeógrafo, imprenta, a máquina o mural). Difusión (distribución y venta, discusión de grupo, interesar a otros en la tarea de prensa). Recolección de información sobre el periódico (recoger opiniones, críticas y aportes en el proceso de difusión). Evaluar (establecimiento de aciertos, errores y forma de superarlos etc.).

LA CARTA CIRCULAR

Un medio de comunicación con las masas que solo llega a sectores restringidos de la población rural. No es demasiado difícil escribir bien una carta. La carta es un medio de comunicación interpersonal a distancia, capaz de producir en el destinatario el tipo de reacción intelectual, emocional o de conducta. La carta es personal, lleva en nombre del destinatario, el tono es cordial, y el lenguaje respetuoso pero personalizado.

La carta circular es característicamente un medio usado para alcanzar objetivos de información y de promoción. Por ejemplo, usted puede apelar a la carta circular para anunciar una serie de demostraciones de métodos. Es de corta extensión la siguiente carta tiene una finalidad informativa y premotiva.

Tisma, Masaya Octubre 2000

Amigo Agricultor:

Las vacas flacas y enfermas no le dan ningún beneficio y comen lo mismo que las vacas con buena salud. ¿porqué no las atiende antes que entre el verano? Recuerde que los precios pueden mejorar en el verano.

Algunos piensan que la transfusión de sangre es complicada. Pero en realidad es sencilla ya hay varios agricultores que lo hacen en Tisma en el proyecto de transferencia agropecuario de la Universidad Nacional Agraria y están conformes con el resultados que tuvieron usted puede hacer lo mismo.

Aprenda usted también a realizar la transfusión de sangre en sus vacas. Venga a la demostración que haremos el viernes 15 de diciembre a las 3:00 de la tarde en la Escuela de la Comunidad Montañita No. J. Lo invitamos con gusto. Esta demostración será de mucha utilidad para usted no falte a ella. ¡le conviene!

Hasta el viernes, le saluda cordialmente,

Sergio Téllez
Extensionista

En cualquier caso, la carta circular requiere de: básicamente su público (a quien irá la carta, cual es su situación económica, nivel cultural, experiencias previas y actitudes respecto al mensaje) definir su objetivo (precisar la reacción que la gente espera tras leer su carta). Precisar el tema, asunto o mensaje que aspira a transmitir, reflexionar).

En el caso de la circular, el método incluye dos aspectos: la redacción y la presentación la redacción a su vez, envuelve dos aspectos: la lectura y el tratamiento. La presentación, por su parte, se desglosa en las siguientes etapas: la ilustración; la impresión y el plegado.

¿Qué se debe entender por estructura de la carta circular? Simplemente el orden que irán las ideas que forman el mensaje la prelación, la secuencia del pensamiento tiene mucha importancia en la comunicación.

Hay más de una estructura recomendable para la carta circular pero lo más común es la “pirámide normal” o sea que se comienza por lo menos importante y se desemboca en lo substancial. La carta circular tiene una introducción, un cuerpo y un cierre o resumen.

El extensionista debe empeñarse por escribir con un lenguaje eficaz, pero además, familiar, amigable, que consiga que cada lector se sienta aludido personalmente; en la introducción, se plantea o sugiere el tema muy brevemente y se dedica más que a todo a motivar. El mensaje fundamental está en el desarrollo o cuerpo que es la parte principal y mayor de la carta. Aquí se expone peso la idea central hecho aquello, se apela a una frase reiterativa que inste a la acción. Por supuesto, la carta comienza y termina con los saludos del caso.

Exponga una idea central, use frecuentemente los pronombres y las referencias personales, diga lo que tiene que decir con un mínimo de palabras, que el promedio de palabras por oración no pase de 10, que ningún párrafo tenga más de 100 palabras, no pase de una página. Expresé cada concepto mayor en una oración separada. Evite los pronombres relativos (lo cual, por lo cual, con lo que), los gerundios (siendo, quedando) y las cláusulas interpersonales mediante guiones, paréntesis o comas, no emplee términos ajenos a la experiencia de los agricultores.

Prefiera expresar su mensaje con verbos los sustantivos suelen ser pasivos en el lenguaje. Que su mensaje no este lleno de calificativos pocos útiles. Recuerde que la gente espera recompensa a sus acciones, pero no exagere el incentivo, ni aventure promesas.

Apele al ejemplo, la comparación y al testimonio. Su planteamiento puede fortalecerse con analogías y con referencias use formas de saludo sencillas no es indispensable pero un buen título coto, claro, sugerente y activo hará mucho bien a su carta circular.

UNIDAD IV: TECNICAS DE COMUNICACIÓN RURAL

OBJETIVOS

- Conocer los elementos de la comunicación Rural oral y escrita eficazmente.
- Conocer las Técnicas de Comunicación Rural escrita, aplicando los conocimientos adquiridos con corrección.
- Decodificar el lenguaje empleado en la Comunicación Rural con sentido analítico y crítico.

Orientaciones Metodológicas

Las técnicas de comunicación interpersonal se abordarán en las conferencias. La revisión de textos y documentos emitidos por los diferentes actores del sector forestal y/o Recursos Naturales a nivel grupal, van a ser seleccionados por los estudiantes a fin de caracterizar los entornos del trabajo técnico y las dificultades de la comunicación. Finalmente el trabajo grupal se reunirá para analizar las técnicas de comunicación Rural más adecuadas para superar los limitantes de los procesos productivos y comunales de beneficiarios del sector forestal.

A.- ¿Qué es comunicación Rural?

Según Díaz Bordoneare, J.E. (1987) Habíamos revisado antes que, el comunicador rural tiene a su disposición un vasto arsenal de medios de comunicación, ya que además de contar con todos los canales tradicionales usados por los habitantes del campo (ferias, exposiciones, líderes naturales, párrocos y sacerdotes, reuniones comunitarias, camioneros, teatro popular, alto parlantes, etc.) nada impide que se utilicen los medios modernos de comunicación: publicaciones, radio, televisión, videocasetes, grabadoras de casetes y recursos visuales en general. No obstante, es en la elaboración del mensaje donde el comunicador rural mostrara que conoce las características peculiares de la población del campo. Algunos de los medios más frecuentemente usados en comunicación rural son:

B.- Comunicación escrita:

1. Los medios. Los medios más usados para difundir los mensajes en regiones agrícolas son el periódico, el periódico rural, las revistas agrícolas, los folletos y boletines, las cartas circulares, los almanaques y los volantes. Es oportuno señalar que estos medios no solo son utilizados por los servicios oficiales de comunicación rural sino por numerosas empresas y servicios.

2. Los mensajes. Los mensajes escritos dirigidos a un público rural deben tomar en cuenta las características de los factores potenciales: poco hábito de lectura, interpretación literal concreta, poco período de atención, falta de familiaridad con el vocabulario científico -* técnico, etc.

- Sustituir las palabras difíciles por palabras equivalentes más fáciles:

Más difícil	Más Fácil
Comercialización	Venta
Adquirir	Comprar
Requisito	Necesidad
Obstáculo	Barrera

- Usar el nombre vulgar de las plantas y animales u otros en lugar del científico o técnico y/o, abreviado.

Científico, técnico y O abreviado	Nombre común	Científico, técnico y o abreviado	Nombre común
Ha Oficio % Micosis	Hectárea Víbora Por ciento Hongo	Solanum sculentum S.A. Fertilizante NPK	Tomate Sociedad Anónima Abono "

Dividir las frases largas en varias frases cortas, al mismo tiempo, suprimir las palabras innecesarias. Ejemplo:

Original: el nuevo formulario de contrato que se adoptó por recomendación del comité de agricultores y que permite que las partes firmantes puedan reconsiderar la negociación dentro de un plazo razonable, viene a sustituir el tradicional y controvertido contrato anteriormente usado.

Mejor: El nuevo formulario de contrato sustituye al que antes se usaba. Fue adoptado por el comité de agricultores. Permite que las partes firmantes puedan reconsiderar la negociación dentro de un plazo razonable.

Otro ejemplo de poda de palabras

La importancia reunión de socios de la cooperativa Lázaro Cárdenas, que fuera lamentablemente postergada varias veces debido a las abundantes lluvias que cayeron en nuestra región los últimos meses del año, finalmente, para agrado de todos, fue realizada en la sede de la cooperativa, el domingo 16 del presente mes, habiendo contado con la presencia de 500 personas, número bastante mayor del que los directivos de la cooperativa esperaban, dado el poco tiempo del que se contó para divulgar la fecha de la reunión.

Simplificando

La reunión de la cooperativa Lázaro Cárdenas, postergada varias veces por las lluvias, se realizó el domingo 16 en la sede de la misma, con la presencia de 500 socios. La asistencia fue mayor de lo que los directivos esperaban tomando en cuenta el poco tiempo que tuvieron para la divulgación.

También es importante recalcar que el uso de la voz pasiva y la segunda persona es necesario verificar su uso en la población real. Sin embargo en otros ambientes rurales, es perfectamente valido usar la segunda persona, dirigiéndose directamente al lector.

El siguiente ejemplo compara dos tratamientos del mismo mensaje. En el segundo se aplicaron varias recomendaciones ya orientadas:

Tratamiento A

Comercialización del maíz

El método de la comercialización de la zafra de maíz puede afectar los ingresos agrícolas de este año e influir en las ganancias de uno o dos años.

Para los productos existen diversas formas de comercialización de su maíz la primera es mandar al mercado hasta el último hilo en vivero, y guardar sólo lo suficiente para alimentar al ganado hasta que crezcan los forrajea de verano. Otra forma es criar puercos hasta que tengan bastante peso; criar mayor número de ellos en la primavera y alimentar ganado, o comprar más para la engorda.

Una tercera forma sería vender solamente la cantidad necesaria para su subsistencia, almacenar el resto o vender todo al contado.

Tratamiento B

¿Qué hacer con su maíz?

¿Ya pensó que debe hacer con el maíz que cosechó? De su decisión va a depender lo que usted generará este año, y también en el próximo; enseguida van más sugerencias:

- a.- Mande hasta el último kilo al mercado en invierno. Guarde solo el maíz que necesita para alimentar su ganado hasta que aparezca el forraje en verano;
- b.- De a sus puercos todo el maíz posible. Crié puercos en la primavera para que coman lo que quieran de la cosecha. Compre ganado y engórdelo.
- c.- Guarde en su almacén todo el maíz que pueda. Venda sólo lo necesario para su sustento diario u en tal caso venda el maíz al contado.

C.- Comunicación visual y audiovisual

1. Los medios

Los medios visuales y audiovisuales son particularmente indicados para la comunicación rural, por diversas razones. Una de ellas es que la cultura rural es inminente oral y la otra es el hecho que las imágenes atraen y mantienen la atención de manera poderosa. ¿A que se debe entonces que los servicios de comunicación rural utilicen más las publicaciones que los medios visuales y audiovisuales? Se trata de un contra sentido, ya que nadie desconoce los elevados índices de analfabetismo, bajo hábito de lectura, y la amplia dispersión geográfica de la población rural.

Los medios más usados en la comunicación visual o audiovisual: laminas o cartel, rotafolio o albul seriado, tranelógrafo, diapositiva, retroproyector, grabadoras, videocasetes, cine, televisión, teatro de títeres, juego de simulación y la radio;

2. Los mensajes

En relación a mensajes visuales o audiovisuales (...) ¿la percepción visual y auditiva del hombre que vive en el campo es la misma que la del hombre que vive en la ciudad? Es proverbial la agudeza con que el hombre cerca de la naturaleza percibe e interpreta los signos visuales y auditivos típicos de su ambiente. Por otro lado, las formas visuales utilizadas ordinariamente en la comunicación, tales como figuras, fotografías, palabras impresas y otras que son de introducción relativamente reciente en el medio rural, aun se enfrentan con una decodificación o interpretación difícil.

A continuación presentamos algunas características de la percepción visual de las personas que viven en el campo; grado de detalle (...) si se incluye demasiados detalles la comprensión disminuye (...) familiaridad (...) objetos familiares en la ilustración ayudan en la comprensión de la misma (...) interpretación literal (...) acostumbrado a tratar con cosas concretas, el hombre del campo interpreta literalmente lo que ve representando en las ilustraciones, no percibiendo el sentido figurado de algunos dibujos. Puntos de vista originales (...) la forma de interpretar ciertas representaciones visuales presentadas al público general rural y especialmente a los analfabetos, muchas veces sorprende por la originalidad de la lógica y de los puntos de vista de estos aplicados en la decodificados en la decodificación. Percepción de la pares (...) muchos analfabetos forman el significado de cada determinada representación con base a penas de una parte del objeto, que confunden con el todo. Lectura de la perspectiva (...) los habitantes de las zonas rurales no aprendieron a leer en perspectivas en ninguna parte (...) cuadro individual contra serie de cuadros, mostrar la serie de acciones, secundarias de las prácticas o de la vida rural a ilustrarse (...) imágenes crispadas contra imágenes seleccionadas.

No obstante los recursos audiovisuales utilizados a través del proceso una serie de códigos que conforman el lenguaje de los medios, estos es un sistema de signos y de símbolos determinados culturalmente, con los cuales el conocedor de los mismos puede comprender y emitir mensaje. Consiste en dar a comprender el lenguaje de imágenes tanto visuales, como auditivas, los esquemas de análisis de cómo son producidas y de los ámbitos de recepción donde ejercen su unción como mediadores.

D.- La apropiación del conocimiento

El educando como sujeto alcanza perspectivas superiores respecto a su conocimiento y su posicionamiento en el mundo a través de la interacción y la comunicación con otros. Bruner concibe a la parte sustancial del aprendizaje como una actividad comunitaria, como un compartir el conocimiento y la cultura.

Una cultura es foro de negocios de acciones y significados en el papel activo y creador de todos los participantes. No obstante, el gran desafío de todo proceso de conocimientos es que los involucrados no permanezcan siempre necesitados y dependientes del apoyo, sino que llegue a tomar por si mismo el control del proceso.

Ausell, recomienda “ordenar la secuencia del cuerpo de conocimiento a ser enseñados, construyendo su lógica interna y su organización”. El desarrollo del pensamiento esta determinado por el lenguaje (...) el de desarrollo de la lógica es una función directa del lenguaje socializado (...). El crecimiento intelectual depende del dominio de mediadores sociales del pensamiento, esto es, del dominio de las palabras. El lenguaje es la herramienta lingüística del pensamiento. Educar el lenguaje es educar el pensamiento.

Ahora bien ¿cómo llega el sujeto al dominio y apropiación de esa herramienta indispensable para construir pensamiento y conceptuar?, según Vygotski, asevera que las categorías de estructuración del pensamiento proceden del discurso y del intercambio. Es gracias al ejercicio social como se accede a la facultad de abstracción que denominamos pensamiento.

De este modo el lenguaje, cuya función es la comunicación y se adquiere en el intercambio social, entra en una indisoluble relación con la capacidad de abstracción y generalización que se halla en la base de la actividad presente

Cuando el sujeto logra expresar una idea de modo que otros puedan comprenderla, es cuando el mismo la aprende y la comprende verdaderamente. Análoga experiencias de Julio Ramón Ribero, Peruano, con la comunicación escrita, refiriéndose que escribir, más que transmitir un conocimiento, es acceder a ese conocimiento (...) muchas cosas las comprendemos sólo cuando las escribimos (...).

Por otra parte, una vez que iniciamos muestras las actividades se generan a través de una estrategia de comunicación, las acciones donde se toman en cuenta las siguientes ventajas:

- a. Hacer uso de un lenguaje total
- b. Juicio crítico
- c. Romper barreras
- d. Apreciar el avance de nuevas tecnologías
- e. Lectura y escritura de imágenes.

Nadie aprende algo caído del cielo, que no pasa de ser una abstracción. El aprendizaje es una experiencia vivencial. La empatía es clave en la comunicación. Comunicar es aptitud pero también – aun más- es una actitud: la de compenetrarnos con aquellos con que queremos comunicarnos. La psicología tiene un nombre técnico para asignarla: la empatía. Podría definirse como el esfuerzo consciente y deliberado que hacemos para ponernos en el lugar de otros, y es el componente clave de toda comunicación.

Los medios de comunicación expresan a través de imágenes visuales y auditivas, (que son elegidas, manejadas, sementadas y presentadas). La realidad que percibimos. La lectura de imágenes implica la mayor posibilidad de percibir con mayor profundidad los mensajes.

Los medios independientemente si son impresos, audiovisuales o informáticos pueden ser susceptibles de un análisis que ayude a descubrir las intenciones que están detrás de las imágenes y contenidos expuestos, y los efectos que pueden producir en los receptores.

Las siguientes preguntas indicadoras, se pueden aplicar a las áreas interdependientes del que se puede generar alrededor de los medios:

- | | |
|-------------------------------|---------------------------------------|
| 1. Agencia de los medios | ¿Quién comunica y porque? |
| 2. Categoría de los medios. | ¿De que tipo de texto se trata? |
| 3. Técnica de los medios. | ¿Cómo se produce? |
| 4. Lenguaje de los medios. | ¿Cómo sabemos lo que significa? |
| 5. Público de los medios. | ¿Quien lo recibe y que sentido le da? |
| 6. Presentación de los medios | ¿Cómo se presenta el tema que trata? |

Elementos de la imagen

El mensaje audiovisual es un lenguaje complejo, entrelazado y construido con diferentes elementos básicos como son: la composición, el encuadre, la luz y el color, que son utilizados por los creadores en producción visuales imprimiéndole a estas su sello personal.

La imagen expresa la intención con la cual es creada, así adquiere por la combinación de cantidad y calidad de sus elementos, rasgos que le son característicos.

- a. Iconicidad – abstracción

- b. Detonación – connotación
- c. Mensaje subliminales
- d. Simplicidad – complejidad
- e. Originalidad – redundancia
- f. Monosemia – polisemia

La redacción del texto: El lenguaje (infante (1993) y Holmberg (1987)).

- En la facilidad de lectura de un texto inciden la mayor o menor longitud y complejidad de las oraciones.
- La mayor o menor longitud de las palabras empleadas.
- El mayor o menor grado de familiaridad de los destinatarios.

En una investigación llevada a cabo en republica dominicana (Jiménez y Navarro, 1983) se pudo comprobar la pronunciada diferencia que existe entre el lenguaje popular y el normalizado respecto al empleo de verbos, sustantivos concretos y abstractos, adjetivos y adverbios. La comparación, en base a muestras reales, se estableció entre campesinos, obreros y profesionales de la clase media.

Estructura vocabulares según la muestra (R.D)

	Campeños	Obreros	Profesionales	Texto
Adverbios	9.6%	9.2%	8.5%	6.6%
Adjetivos	1.8%	12.9%	14.3%	23.6%
Sustantivos concretos	30.6%	27.0%	20.0%	9.6%
Sustantivos abstractos	14.0%	18.3%	27.5%	43.6%
Verbos	35.0%	32.6%	29.7%	16.7%

Estamos frente a estructuras de pensamientos y universos vocabulares diferentes. El habla popular se centra en lo tangible y activo, y se advierte en ella una baja presencia de la expresión abstracta.

Según Rodríguez S.R. (1996), en relación al pensamiento campesino, “El saber tecnológico que sirve al productor no es una suma de partes, sino que es una transformación cognoscitiva del aporte teórico del aporte práctico del campesino, para crear un nuevo saber hacer, que articula científicamente la propuesta tecnológica de innovar la producción con la acción de cambiar la tradición de producción del agricultor”.

“La transformación debe ser sintética, analítica o científica, y significa tomar distancia, criticar o mejorar con el aporte innovador de la ciencia, su propia práctica productiva. En este sentido lo sintético expresa un cambio en la conciencia y en la conducta productiva del productor, al decidir realizar una acción innovadora y ver los resultados posibles en su propia experiencia productiva hacer propio, que le da identidad cultural y lo proyecta productivamente en la sociedad como una unidad sistemática familiar; independiente de la condición de tenencia de la tierra”.

Quien hace producir la tierra desarrolla una lógica de decisiones económicas y sociales, mantiene una serie de actividades, valores y voluntades de acciones individuales y colectivas, y en su conjunto, constituye una situación existente y estructural que le es propia.

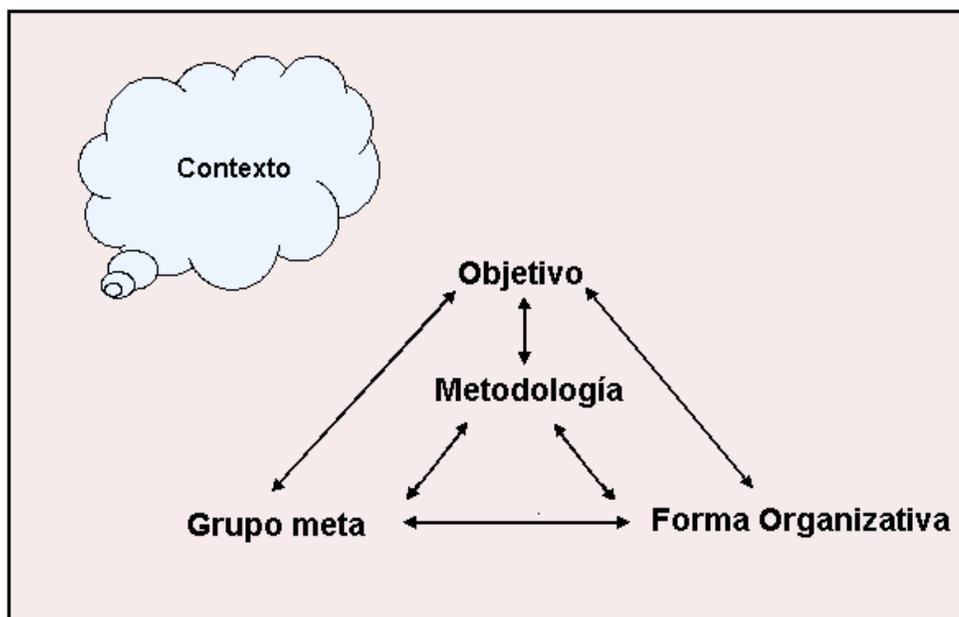
Todos los agricultores de Nicaragua desean mejorar su nivel de ingresos y el nivel de vida de su familia. Esto no es nada fácil, en parcelas hasta de 2 manzanas, el suelo y el agua escasos y caros, plagas y enfermedades difíciles de combatir, precios de los productos muy cambiantes y precios de los mismos aumentando cada año. Esta situación se agrava más, cuando las instituciones de desarrollo e investigación, encargadas del desarrollo tecnológico no trabajan en armonía con los productores (ras); instituciones que en su gran mayoría transfieren tecnologías no inapropiadas.

Desarrollo sostenible es el proceso de cambio en el cual los recursos agroecológicos, económicos y sociales de una comunidad, zona o país, se articulan para obtener bienes y servicios cuyo valor presente representan más que el valor de los insumos incorporados, cuidando al mismo tiempo la productividad futura.

E.- Enfoques de extensión (Boliller, .Et al)

Un enfoque de extensión consiste en un conjunto de procedimientos de planificación, organización y administración de la institución de extensión, así como la implementación del trabajo práctico de extensión. Estos procedimientos se ajustan unos a otros y son complementados por personal técnico y metodológicamente calificado, con la ayuda de medios necesarios y apropiadamente adaptados.

Un enfoque depende de: el contexto en el que se realiza, la escala de valores y principios imperantes, los objetivos de la actividad, la institución asesora con su propia escala de valores, principios y forma de organización, la población meta con su escala de valores, principios y formas de organización resultantes, las funciones y la forma de procesar que derivan de los objetivos y principios de la institución y del grupo meta.



Ejemplo: C y V (Capacitación y Visitas)
 (Animación Rural, Desarrollo Comunitario)
 (Asesoramiento empresarial y/o estatal)
 G. Enfoque clásico de extensión en el desarrollo rural.

Por décadas, la extensión rural ha sido el mayor campo de aplicación de los enfoques de extensión. Ya que las poblaciones rurales han constituido un sector económico que necesitaba integrado a las corrientes nacionales como participantes de proceso orientados al cumplimiento de metas macroeconómicas establecidos por los estados nacionales.

Las preguntas básicas referidas a los grandes componentes de cualquier enfoque son:

a.- Aspectos estratégicos

- | | |
|---------------------------|--|
| 1. Entender ¿por qué? | Cuestión de objetivos |
| 2. Entender ¿qué? | Cuestión de contenidos |
| 3. Entender ¿hacia quien? | Cuestión de público/beneficiarios/clientes |

Aspectos operacionales

- | | |
|-----------------------------------|------------------------------------|
| 4. Entender ¿dónde? | Es cuestión de escala |
| 5. Entender ¿a través de quien? | Cuestión de rectores |
| 6. Entender ¿cómo? | Cuestión de métodos y herramientas |
| 7. Entender ¿con cuales recursos? | Es cuestión de donantes |

Los tres aspectos estratégicos determinan el primer nivel de coherencia, el cual refleja una concepción – implícita o explícita – de la participación popular. Cada componente operacional necesita ser coherente con la estrategia general.

F.- Extensión participativa

Las limitaciones y efectos colaterales de las viejas políticas de desarrollo y la limitación creciente de la capacidad de interpretación de las instituciones gubernamentales, han obligado a los desarrollistas a concebir estrategias y enfoque alternativos. Todos los proyectos son participativos. Todos los documentos de proyectos llaman a la participación de hombres y mujeres del campo en el uso sostenible de recursos naturales bajo modalidades de auto – ayuda. El discurso de la participación ya no es exclusivo de las organizaciones de base, teólogos progresistas, u ONG s de vanguardia. El discurso de la participación transformacional, concebida como una propuesta radical de democratización de la sociedad, a menudo ha dado paso a concepciones de participación muy restringidas e instrumentales en la cual la gente del campo participa de modo limitado.

La extensión es básicamente cuestión de manejo del conocimiento y de la información. Un mejor entendimiento de la naturaleza del conocimiento debería la base del diseño de estrategias, enfoques y modelos de extensión o comunicación.

En años recientes muchos trabajos se han conducido para conceptualizar, la pluralidad del conocimiento. El conocimiento técnico local o indígena ha sido reconocido como valido y juega un rol en los sistemas de manejo locales.

¿Qué es un sistema de conocimientos?

Un sistema de conocimientos no es un corpus estático, es dinámico y evoluciona para adaptarse a condiciones siempre cambiantes. El conocimiento según Havelock, 1986 y Roling dicen “es un atributo

de la mente que no puede ser transferido, y que el conocimiento local es un conocimiento compartido y acumulado en el marco de la experiencia colectiva.

Tales definiciones tienen fuertes implicaciones para la extensión.

- El conocimiento no puede ser transferido como tal de un sistema de conocimientos dado a otro; necesita ser procesado y recreado.
- La construcción del conocimiento local es un proceso o colectivo dentro de un ambiente compartido.

Paul Lorian, ha propuesto una tipología funcional del conocimiento humano, el cual es bastante útil para el entendimiento de la transformación del conocimiento. El autor establece distinción entre conocimientos procedimental, preposicional científico, empírico e histórico – clínico.

Pasos en el manejo del conocimiento:

Paso 1. Investigación exógena ==> Producción de conocimiento científico.

Paso 2. Capacidad del personal de extensión ==> Comunicación de conocimiento preposicional.

Paso 3. Actividades de Extensión ==> Comunicación de conocimiento.

Paso 4. Esfuerzos de adaptación de los campesinos ==> Recreación del conocimiento.

Pasos en el manejo del conocimiento de extensión alternativa

1. Comprensión de beneficios de la interacción externa. Identificación del problema, formulación de agendas.
2. Experimentación propia; adaptación de tecnologías compartir prácticas; controlar el proceso de construcción de conocimientos.
3. Comprensión del sistema en su contexto. Fortalecimiento de la capacidad campesina. Ayuda a la experimentación con campesinos (as). Facilitando encuentros entre conocimientos locales. Facilitar el proceso campesino de construcción de conocimientos.

El conocimiento campesino parece estar inserto en sistemas de conocimientos locales dinámicos, los cuales son un conjunto socialmente construido y adaptable en el cual ningún conocimiento nuevo o exógeno puede simplemente inyectarse sin ser recreado por los propios campesinos.

Conclusiones

1. La comunicación no es el uso de instrumentos de divulgación de instrucciones, propaganda y persuasión sino incluir instrumentos de diagnóstico de problemas, articulación a cargo de los propios agricultores y comunicación de los agricultores hacia los centros de discusión y apoyo.
2. Según la GTZ, la extensión es un proceso en el cual se intenta motivar y capacitar al asesorado a actuar de manera apropiada para solución de problemas agudos. El conocimiento de las interrelaciones de los problemas impulsa a los afectados y da sentido a su actuación. Es una relación de compañerismo el asesor sólo tiene como meta el bienestar de las personas a la cual está asesorando. Debe garantizar la autorresponsabilidad y libertad de decisión del asesorado ya que sólo él carga finalmente con las consecuencias de su actuación.

3. La extensión y la actividad pecuaria deben compararse y analizarse en el marco de la difusión de información de tecnologías de producción, la economía de la producción y la política de producción. En la gestión de la extensión se aplican métodos para la toma de decisión de recursos, comportamiento humano, factores de localización y gestión por objetivos.
4. Durante el proceso de adopción de tecnologías se aplican diversas formas de comunicación tanto para el conocimiento inicial, el convencimiento, la capacitación, la prueba, como para la adopción definitiva.
5. Boleller, E. Et al indicar que la comunicación puede definirse como el intercambio de mensajes entre dos o más interlocutores. La comunicación se basa en nuestra capacidad de percepción y de emisión.
6. Regla: Cuanto más pasivo el receptor, menos es su cuota de retención.
7. Según Zandstra, H.G. (1975)... la aplicación por parte de los pequeños agricultores ha sido muy limitada y como consecuencia, no se ha producido un desarrollo equitativo de la población rural...
8. Un buen comunicador conoce a la gente y a su saber, usa vocablos adecuados, escucha, verifica la comprensión del mensaje, tiene una actitud abierta y entiende los vocablos del interlocutor.
9. En la comunicación rural es importante revisar los medios y mensajes, tanto de la comunicación escrita como de la comunicación visual y audiovisual.
10. El lenguaje es la herramienta lingüística del pensamiento. La empatía es la clave de la comunicación. Los medios expresan a través de imágenes la realidad.
11. Estamos ante estructuras de pensamientos y universos vocabulares diferentes. El habla popular se centra en lo tangible y lo activo y se advierte en ella baja presencia de la expresión abstracta.
12. Diversos estudios demuestran que el agricultor tiene un saber hacer propio, que le da identidad cultura y lo proyecta productivamente en la sociedad como una unidad sistemática familiar, independiente de la condición de tenencia de la tierra.
13. Un enfoque depende del contexto en que se realiza, la escala de valores y principios imperantes, los adjetivos de la actividad, la institución asesora con su propia escala de valores, principios y formas de organizar; la población meta, con su propia escala de valores, principios y forma de organización resultantes; las funciones y forma de proceder derivan de los objetivos y forma de proceder derivan de los objetivos y principios de la institución y del grupo meta.
14. Los componentes de cualquier enfoque son aspectos estratégicos (¿para qué?, ¿qué?, ¿hacia quién? Y aspectos operacionales (¿cómo?, ¿dónde?, ¿cuáles?, ¿a través de quien?).
15. Paul Lorion, ha propuesto una tipología funcional del conocimiento humano: conocimiento procedimental, preposicional, científico, empírico e histórico clínico

Resumen

El concepto de comunicación extensión y comunicación rural, se trata de abordar desde la óptica del intercambio de mensajes, uso de medios y recursos en la agricultura en general. A nivel introductorio

se presentan algunas partes generales para caracterizar los medios de comunicación, la apropiación del conocimiento y los elementos de la imagen en el saber hacer tecnológico de los campesinos. Finalmente se considera que los enfoques, pueden ser clásicos y enfoque participativos, ambos tienen una base teórica, sin embargo, el conocimiento campesino parece estar inserto en sistemas de conocimientos locales dinámicos, los cuales son conjunto socialmente construidos y adaptables en el cual ningún conocimiento nuevo exógeno puede simplemente inyectarse sin ser recreado por los propios campesinos.

Se concluye que la comunicación y la extensión tiene una aplicación importante en la actividad pecuaria, durante el proceso de adopción de tecnologías, el intercambio de mensaje, el uso de vocablos adecuados, tanto para la comunicación escrita, como la comunicación visual y audiovisual.

El lenguaje es la herramienta lingüística del pensamiento, la empatía es la clave de la comunicación, estamos inmersos ante estructuras de pensamiento y universos vocabulares diferentes; sin embargo, el agricultor tiene un saber hacer propio que le da identidad cultural, que los enfoques deben respetar en los aspectos estratégicos como operacionales.

Materiales comunicaciones auxiliares de la extensión.

Materiales Impresos	Materiales Audiovisuales
a. Cartel o afiche	a. Radio
b. Manual	b. Cine
c. Libro	c. Televisión
d. Cuaderno de trabajo	d. Video
e. Guías didácticas	e. Televisión por cable
f. Suplementos	f. Video disco
g. Historietas	g. Vídeo casete
h. Mapa	h. Vídeo juegos
i. Plano	i. Vídeo tex
j. Revista	j. Computadora
k. Boletín	k. Diapositiva
l Folletos	l Franelógrafo
m. Desplegables	m. Retroproyector
n. Periódico	n. Sonovisu
o. Cartillas	o. Telecelular
p. Fax	
q. Rotafolio	

A. Orientación para la próxima actividad

En la próxima conferencia introductoria abordaremos en mayor profundidad los elementos del proceso de comunicación y los marcos de referencia de los modelos clásicos y la diagnosis comunicacional. Nos relacionaremos con la información estadística, el uso de satélites a nivel de proyectos y periódicos locales siempre haciendo un trabajo grupal y uso de herramientas participativas: 8.1 Mapa de intercambios y 8.2 Censo de problemas a nivel de comunicación/intercambio.

B. Orientación para el trabajo independiente.

Al igual que en la conferencia anterior, la presente se propone:

a.- Dominar los conceptos básicos de la extensión rural.

b.- Sólo para esta conferencia, analizar las estrategias de difusión de información haciendo uso de los medios en el proceso de la comunicación.

A continuación daremos pautas concretas y principios metodológicos para el aprendizaje.

1. Favor leer el siguiente texto sobre la actitud comunicativa y luego efectúe un resumen con “poda de palabras” de 200 palabras.

EL HOMBRE SE POSEE EN LA MEDIDA EN QUE POSEE SU LENGUAJE

No habrá ser humano completo, es decir que no se conozca y se dé a conocer sin un grado avanzado de posesión de su lengua. Porque el individuo se posee a sí mismo, se conoce, expresando lo que lleva dentro y esa expresión sólo se cumple por medio del lenguaje. Ya Lazarus y Steinthal, filólogos germanos, vieron que el espíritu es el lenguaje y se hace por el lenguaje.

Hablar es comprender y comprender es construirse a sí mismo y construir el mundo. A medida que se desenvuelve este razonamiento, se advierte esa fuerza extraordinaria del lenguaje en modelar nuestra misma persona, en formarnos, se aprecia la enorme responsabilidad de una sociedad humana que deja al individuo en estado de incultura lingüística. En realidad el hombre que no conoce su lengua vive pobremente, vive a medias, aun menos. ¿No cause pena a veces oír a alguien que **pugna** en vano, por dar con las palabras, que al querer explicarse, es decir expresarse, vivirse ante nosotros avanza dándose golpazos de impropiedad en impropiedad y sólo entrega al final una deforme semejanza de los que hubiese querido decirnos?

Esa persona sufre como una rebaja de su dignidad humana. No nos hiera su deficiencia por vanas razones de hablar, por ausencia de formas bellas, por torpeza mecánica, no. Nos duele en lo humano porque ese hombre denota con sus tanteos, sus empujones a ciegas por las tinieblas de oscura consciencia de la lengua, que no llega a ser completamente, que no sabremos nosotros encontrarlo. Hay muchos inválidos del habla, hay muchos cojos, mancos tullidos de expresión.

Una de las mayores penas que conozco es la de encontrarme con un mozo joven, fuerte ágil, curtido en los ejercicios gimnásticos; dueño de un cuerpo, pero cuando llega el instante de contar algo, de explicar algo, se transforma de pronto en un **baldao** espiritual, incapaz casi de moverse entre sus pensamientos. Podrán aquí salirme al camino los defensores de lo **inefable**, con su cuento que lo más

hermoso del alma se expresa sin palabras. No lo se. Me aconsejo a mí mismo una cierta precaución ante eso de lo inefable. Puede existir lo más hermoso del alma sin palabras, acaso, pero no llegará a formar su humanidad completa, es decir convivida, consentida, comprendida por los demás. **(Pedro Salinas: El Defensor)**

LA EROSION EN EL SUELO

La erosión es un fenómeno muy importante debido a su incidencia sobre la producción y la productividad agropecuaria que a su vez se refleja en la situación socio – económica del país. En Nicaragua la erosión se considera como la forma más importante de degradación de los suelos. Sin embargo otra forma de degradación es el deterioro de sus propiedades físico – químicas como: acidificación, salinización, solidificación, compactación y otros.

La erosión es un problema ambiental vinculado a la interacción entre el uso de la tierra, las características naturales del suelo y su vegetación, el relieve y las fuerzas erosivas del agua y del viento. Se inicia por desequilibrios en el ecosistema al deforestar y establecer cultivos o pastizales sin proteger el suelo.

Además de lo mencionado, en Nicaragua son causas importantes de la erosión: deforestación indiscriminada, crecimiento desordenado de la agricultura y la ganadería, inadecuado uso y manejo del suelo, predominancia del sistema de producción de monocultivos anuales, uso de los suelos en acuerdo con sus potencialidades. Contribuyen asimismo la indefinición de la tenencia de la tierra, desconocimiento del problema ambiental en general y de las medidas para frenar el deterioro del suelo en particular.

En cuanto a las causas ligadas a la legislación y políticas, lo más relevante es la anuencia de leyes que regulen el uso y manejo del suelo, existiendo solamente una ley de control de erosión para la región del pacífico. Las políticas de desarrollo del sector agropecuario representan muchas debilidades e inconsistencias y en general no conceptualizan la erosión del suelo como una problema a incluir o considerar en sus políticas.

El desarrollo desordenado de la agricultura y la ganadería se ha caracterizado por la incorporación de áreas extensas(5 millones). En períodos cortos (1960 – 1990) de los cuales el 20% corresponde a cultivos anuales en surco, cultivados sin la implementación de prácticas de conservación. A esto hay que agregar el laboreo excesivo de la tierra, la erodabilidad de los suelos y la erosividad de las lluvias sumadas a la incorporación progresiva a la agricultura de suelos cada vez más delgados y en pendientes más fuertes.

En ganadería, las cuestiones claves que han favorecido la erosión son pastoreo excesivo, uso de tierras cada vez más inclinadas y de poco espesor, establecimiento de pastizales en suelos ya erosionados y ausencia de prácticas de conservación de suelos. A nivel nacional, los registros de producción muestran disminución de los rendimientos particularmente en cultivos anuales en surco. En suelos erosionados de 20cm de espesor se han encontrado disminuciones de rendimiento de hasta 82% en maíz (400 a 80 qq/mz) en un período de 9 años.

Los planes de producción del sector agropecuario muestran la misma tendencia de las décadas anteriores, en cuanto al sistema monocultivo, ausencia de prácticas de conservación de suelos y escasa diversificación de la producción. Las estrategias propuestas, muestran una tendencia marcada a

continuar con formas de producción que han estado vinculadas a procesos de erosión. Si tomamos en cuenta el estado actual de degradación de los suelos y el deterioro de su productividad, es evidente que la prevalencia de situaciones que han propiciado la erosión, conduzcan a un mayor deterioro del suelo y en muchos casos a su abandono por disminución drástica o total de su productividad. En el pasado se han ejecutado muy pocos proyectos que incluyeran medidas de conservación de suelos.

UNIDAD V: MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL

OBJETIVOS

- Analizar conceptos básicos de las distintas etapas del proceso Investigativo.
- Conocer los diferentes instrumentos básicos de la Investigación y aplicarlas en trabajos definidos en el Campo de Recursos Naturales.
- Aplicar los instrumentos técnicos de la Investigación en la realización de trabajo sencillos.
- Utilizar los lineamientos y reglas generales para la estructura de sus escritos.

Orientaciones Metodológicas

La Investigación Documental será abordada a través de las conferencias a partir de la documentación técnica de las diferentes fuentes de información que atienden pequeños grupos interesados en la solución de los problemas de la comunicación grupal.

INTRODUCCIÓN

En la opinión de Díaz Bordaneve, define “el concepto de comunicación debe adoptar además de instrumentos de divulgación, propaganda y persuasión, los instrumentos de diagnósticos de problemas, articulación a cargo de los propios agricultores, comunicación de los agricultores hacia centros de decisión y apoyo”

Afirma además “creo que nadie conoce mejor sus problemas que los propios agricultores; si se les da la oportunidad de hablar y les enseñamos a comunicarse con nosotros. Es necesario montar sistemas de información provistos de la capacidad necesaria para establecer canales de diálogos y aceptación de datos que, a su vez, permitan un conocimiento más cercano y más fácil de las necesidades de la pequeña agricultura y de sus posibilidades de evaluar hacia niveles más altos de integración y de productividad”.

Por otra parte, Zandstra y sus observadores, advierten: “la asistencia técnica debe estar enfocada no tanto a la comunicación de tecnologías de producción como a la interpretación de la situación que impiden al pequeño agricultor la adaptación de sistemas de producción más rentables. “Plantear las transferencias (...) en el papel que ella desempeña...no sea colocada al servicio de tecnócratas...aunque los campesinos se mueren de hambre...sino ayudar a sus hermanos campesinos más débiles.

Una vez más debemos recordar a Boltvimik, J., que afirma, “en nuestros países se trata de desarrollar las fuerzas productivas de las tecnologías, pero hacerlo por las vías que se derivan de las condiciones propias y no de una imitación – que ha demostrado no ser viable – de los países avanzados.

No es una opción sino un imperativo si se lucha porque centenares de millones de pobres del tercer mundo superen la miseria abismal en que se debaten.

En esta actividad pretendemos abordar la importancia de la comunicación y el agente de extensión el proceso de transferencia de tecnología, enfatizando en los siguientes objetivos generales:

1. Diferenciar los conceptos básicos de comunicación/Extensión.
2. Analizar la importancia de la comunicación de la comunicación rural.
3. Relacionar el proceso de comunicación con el agente de extensión y/o grupos metas.
4. Discutir estudios de casos de la comunicación rural en el marco de las políticas de desarrollo.

DESARROLLO

A.- Tres intentos para definir la extensión (Bolliger, E)

a.- Según OECD, la extensión agrícola debe ayudar a mejorar las condiciones de vida del agricultor y su familia. El asesor tiene la función de transmitir conocimientos científicos que permita manejar su finca de manera eficiente.

Gestión (Toma de decisiones, Análisis costo beneficios...Asignación de Recursos, Comportamiento Humano, Elección de especies, Factores de localización, Gestión por objetivos, Motivación, Regulación de la Producción, Política Económica, Control de Calidad, Cuota de Producción, Desviación del uso de la tierra, Indemnización por cesantía). Servicios (Servicios Bancarios...Servicios corporativos, Servicios Profesionales, Instituciones de Educación, Sector Terciario, Turismo, Biotecnología, Propiedades Técnicas, Tecnología de Alimentos, Tecnología Apropriada, Cambio Tecnológico, Desarrollo Rural Integrado, Entorno Socio Económico, Equipo, Países en desarrollo, Transferencia de Tecnología, Anatomía Animal...Aprendizaje Animal, Bienestar animal, Biología Animal, Biotecnología animal, Ciencia Animal, Mejoramiento animal, Reproducción Dirigida...Etapas del Desarrollo animal, Relaciones Planta/Animal, Nutrición Animal, Precios, Costo, Sistemas de Valores, Asistencia Técnica, Contabilidad, Estructura agrícola).

B.- Comunicación y el Proceso de Adopción de Tecnologías

La labor de Extensión busca intensificar y acelerar el proceso normal de adopción de tecnología...la comunicación permite que los seres vivos se hallen en unión de adopción de tecnología...la comunicación permite que los seres vivos se hallen en unión con en mundo...es un mecanismo o proceso por medio del cual existen y se desarrollan relaciones humanas, mediante el cual un individuo transmite estímulos para modificar el comportamiento de otros y entre ambos utilizan signos del mismo modo...las formas de comunicación depende del lenguaje y la simbología particular que se utilice...un sistema eficiente de extensión aprovecha en forma optima los diferentes medios y métodos de comunicación.

a.- Según la GTZ (1987), la extensión es un proceso en el cual se intenta motivar y capacitar el asesorado a actuar de manera apropiada para la solución de sus problemas agudos. El conocimiento de las interrelaciones de los problemas impulsa a los afectados y da sentido a su actuación. En una relación de compañerismo el asesor sólo tiene como meta el bienestar de la persona a la cual esta asesorando. Debe garantizarse la autorresponsabilidad y libertad de decisión del asesorado ya que solo el carga finalmente con las consecuencias de su actuación.

b.- La Extensión Agrícola pretende encontrar camino, para convertir el encuentro del asesor y campesino en una experiencia humana en la cual las personas aprenden colectivamente a construir su

futuro, el mismo que debe ser fruto de su propia iniciativa, esfuerzo y creatividad, y para el cual no existen soluciones de antemano (P. Freire).

C.- Tres Interpretaciones de la extensión y/o comunicación.

a.- Según AGRIS/FAO: La extensión es la comunicación sistemática y organizada dirigida a los agricultores (en el) asesoramiento; en la selección de objetivos adecuados. Adquisición de conocimientos técnicos y de prácticas, identificación de los problemas y formulación de soluciones, resoluciones de problemas identificados, (y) evaluación de los resultados obtenidos (Por parte del) agente de extensión (Efectuando) comunicación; desarrollo y uso de los medios de comunicación de masas (periódicos, programas de radio, televisión, películas dirigidas a la población (hasta) Periodismo agrícola.

b.- Según el BM, Extensión (agrícola): es un servicio orientado a informar a los agricultores acerca de nuevas tecnologías, técnicas y prácticas agrícolas, cambios de precios y asuntos relacionados.

c.- AGROVOC (FAO): Extensión (es) Servicio profesionales (Donde) agentes de extensión avisos agrícolas, difusión de la información difusión de la investigación (Asimismo) Educación (Métodos) educación de adultos, exhibiciones, fincas experimentales (Apoyado) tecnología de la adultos, exhibiciones, fincas experimentales, (Apoyado) tecnología de la comunicación (Políticas de desarrollo) transferencia de tecnología.

D.- Un Ensayo entre 70 descriptores para la extensión y actividad pecuaria.

Extensión. Difusión de la información, Tecnologías, Producción, Producción Alimenticia, Producción Animal, Avicultura, Helicultura, Producción de Carne, Producción de Huevos, Producción de Lana, Producción de Miel de Abejas, Producción Lechera Sericultura, Producción de Piensos Producción Forestal, Producción Pesquera.. Producción vegetal, Economía de la Producción Políticas de Producción.

Cuadro. Formas de comunicación en el proceso de adopción de tecnologías

ETAPAS EN EL PROCESO	FORMAS DE COMUNICACIÓN (INTRAPERSONAL, INTERPERSONAL, GRUPAL Y MASIVA)
1. Conocimiento inicial	1.1. Oye programa radial promocional 1.2. Ve parcelas/fincas mejoradas, afiches 1.3. Lee boletines, anuncios, revistas 1.4. Oye opiniones y Experiencias
2. Convencimiento	2.1. Observa/Apoya...fincas mejoradas 2.2. Dialoga con usuarios sobre opiniones y experiencias.
3. Capacitación	3.1. Lee instructivos 3.2. Observa/Apoya, demostraciones 3.3. Escucha orientaciones de expertos 3.4. Observa laminas, fotos, ilustraciones, etc.
4. Prueba	4.1. Observa/Apoya parcela propia 4.2. Lee instructivos 4.3. Dialoga con expertos
5. Adopción definitiva	5.1. Ve aplica parcela propia 5.2. Lee instructivos/revistas 5.3. Dialoga con expertos y usuarios

Fuente: Métodos y Técnicas de Extensión.

Según Díaz Bordinave, J.E. (1987). El comunicador rural tiene potencialmente a su disposición un vasto arsenal de medio de comunicación, ya que además de además de contar con todos los canales tradicionales usados por los habitantes del campo (Ferias, exposiciones, lideres naturales, párrocos o sacerdotes, reuniones comunitarias, camioneros, teatro popular, altoparlantes, etc.) nada impide que se utilicen los medios modernos de comunicación, publicaciones, radio, televisión, videocasetes, grabadoras y recursos visuales en general.

E.- Definición de la comunicación

Bolliger, E. et al, indica que la comunicación puede definirse como intercambio de mensajes entre dos o más interlocutores. La comunicación se basa en nuestra capacidad de percepción y de emisión

Observemos detenidamente estos dos principios:

1. Percepción

A través de nuestros órganos sensoriales (ojo, oídos, manos, y otros) captamos los mensajes que nos llegan del medio ambiente y los transformamos en impresiones estructuradas. Pocos ejemplos simples pueden demostrar que nuestra percepción es selectiva, superficial e incompleta. Completamos la información elaborándola mentalmente en base a estructuras previamente conocidas (interpretación).

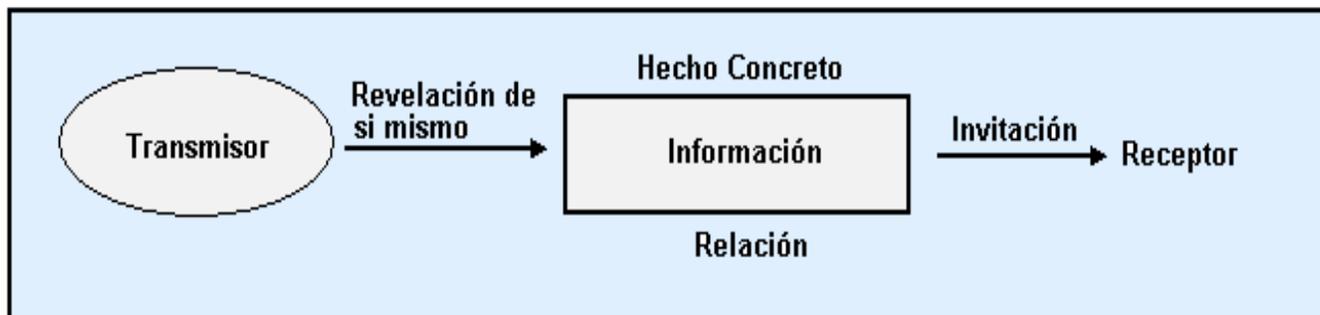
Los expertos en comunicación nos dicen que tendemos a percibir cosas que podemos entender (capacidad), cosas que esperamos (expectativa), cosas que buscamos (propósito). CUATRO OJOS VEN MAS QUE DOS

2. Comunicación

Por medio de nuestro idioma disponemos de un sistema de signos, códigos y reglas que nos permiten transmitir una noticia con un significado relativamente claro y generalmente inequívoco. Pero no nos comunicamos sólo por el idioma, sino también por el tono de la voz, la música, los gestos y nuestra expresión corporal mediante la mirada, nuestra irradiación y finalmente por nuestras acciones y comportamientos.

3. Emisión y percepción en el esquema comunicativo.

Friedenam Schulz Lon Thun...en su libro "Dialogo – perturbaciones y aclaraciones", propone un modelo de comunicación, en el cual se distinguen cuatro dimensiones de un mensaje...



¡Analizar en el futuro algunas frases dichas y oídas!...De esta forma se aumenta la capacidad de percepción o de comunicación respectivamente.

La reacción del receptor depende del oído al cual presta mayor atención: Oído hecho objetivo, oído de la investigación, oído de la relación y oído de la revelación.

En toda comunicación es útil prestar atención a los aspectos de contenido y relación:

- A nivel del hecho concreto (objetivo) se transmiten mensajes, se intercambian noticias. Sin embargo, las noticias deben ser atractivas al interlocutor.
- A nivel de relación (personal) se establece al mismo tiempo una relación social: como interlocutores preferimos personas francas, agradables e innovativas.

Regla: Cuanto más pasivo es el receptor, menor es cuota de retención.

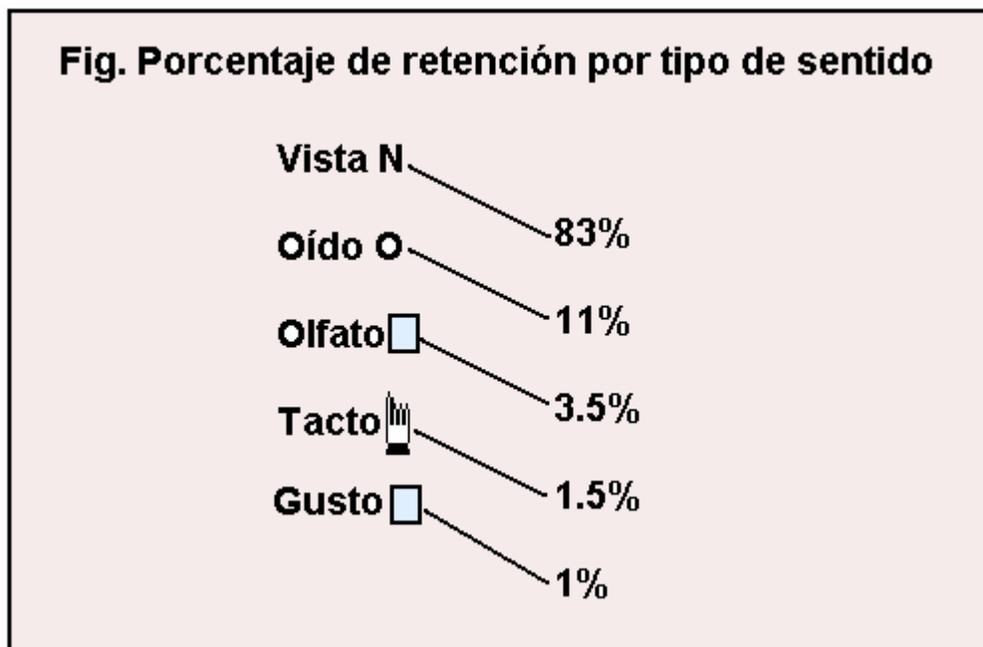
La utilización de los medios de comunicación en eventos educativos se justifica porque aumenta la cuota de retención de lo aprendido.

Actividad	Cuota de retención	Medio Utilizado
1. Leer	10%	Periódico rural, folletos
2. Escuchar	20%	Radio. Conferencia
3. Ver	30%	Afiche, foto, diapositiva
4. Escuchar/Ver	50%	Conferencia Diapositiva
5. Escribir	70%	Estudio de campo
Elaboración	90%	Trabajo de proyecto

El uso de medios de comunicación esta difundido y tiene sentido en la extensión a gran escala...Hay tendencia al monólogo en la radio, televisión, afiches, conferencias de diapositivas y tendencia al dialogo (fomenta el intercambio) gráficos explicativos, ilustraciones, palabras claves de contenido de discusión, etc... Los códigos de percepción difieren entre grupos sociales o culturales.

La información llega a nuestras mentes por medio de los cinco sentidos. Según estudios científicos, entre ellos, la vista es mucho más importante que los demás en cuanto a la cantidad de información que se retiene en las mentes.

El oído queda en segundo lugar pero esta representa la séptima parte de los que proporcionan la vista. Por otro lado, los tres sentidos restantes proporcionan el 6% de la información retenida. Hay un porcentaje mayor de percepción cuando un mensaje es recibido por más de un sentido. Otro factor de gran importancia es el grado de retención por tiempo. Por ejemplo de todo lo escuchado una persona puede retener un 70% después de tres horas y disminuye hasta que a los tres días solo es capaz de recordar un 10%, asimismo sucede con la vista y a los tres días retiene un 20% pero con la combinación la retención puede alcanzar 65%.



Tiempo de Comunicación	3 horas	3 días
Solo auditivo	70%	10%
Solo visual	72%	20%
Audio Visual	85%	65%

Caso 1. La Transferencia de Tecnología y la Teoría de Sistema

Díaz B.J. 1985 (IICA – Zona Sur)

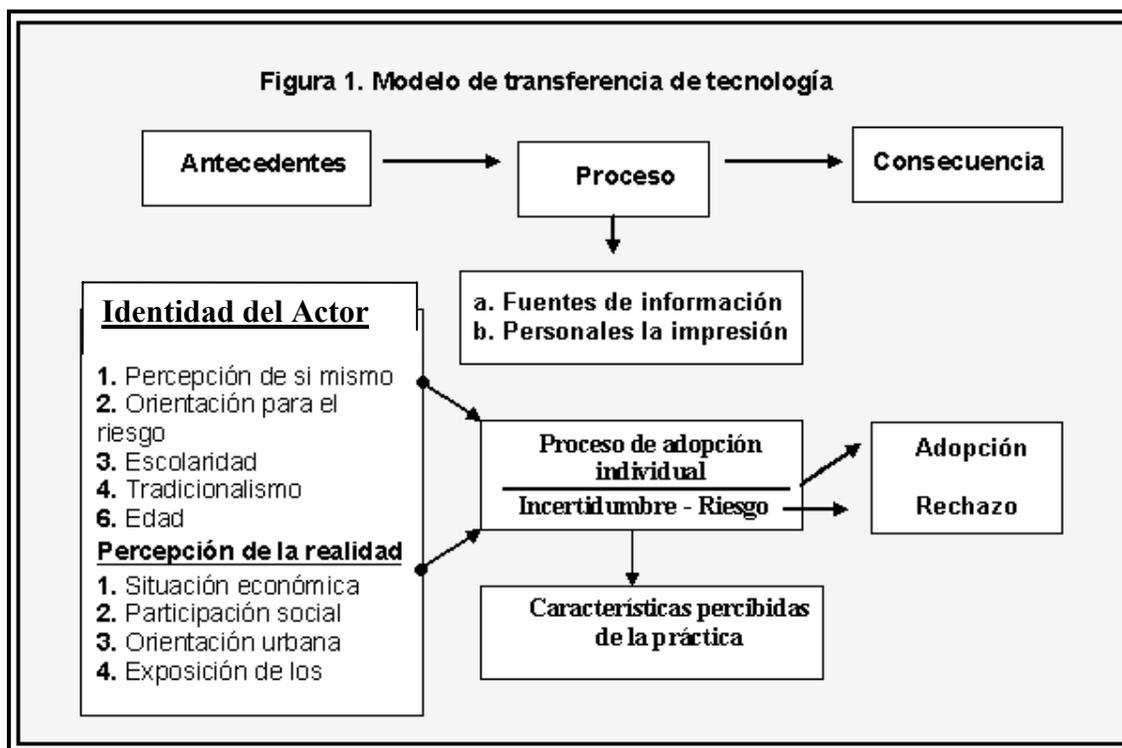
El presente trabajo constituye una incipiente y modesta tentativa de interpretar el proceso de difusión y adopción de innovaciones tecnológicas con el auxilio de la teoría general de sistema. La agricultura constituye en si misma un sistema...Dent y Anderson (1978) afirma de que una granja puede considerarse como un complejo socioeconómico, controlado por el hombre para lograr sus objetivos económicos. Los enfoques lineales y simplistas son de graves consecuencias, conviene apelar a la teoría de general de sistema para tener una mejor comprensión de la transferencia de tecnología; porque sin su auxilio, los enfoques teóricos utilizados han sido de un tipo lineal, mecanicista, simplista y generadores de una visión irreal y superficial de los técnicos y dirigentes y a través de estos, de un manejo defectuoso de los procesos de generación y transferencia de tecnología.

Las diversas tentativas que se han hecho para detallar y completar este modelo, no han conseguido alterara su carácter lineal.

En la figura 1. Se presenta el modelo utilizado por Rogers, E (1966) en el cual se incluyen factores psicológicos o de personalidad, sociológicos o de situación comunitaria y comunicacionales.

Un estudio brasileño de Molina y Burke (1976) propusieron “un abordaje sistémico de la adopción de innovaciones en la agricultura con énfasis en los factores perceptivos, que no altero básicamente el carácter lineal del modelo general, ya que solamente detallo en mayor grado el proceso fenomenológico (Enfoque teórico que coloca énfasis en el porque, que ejerce el comportamiento la

percepción que la persona tiene de si misma y del mundo exterior.) que se supone ocurre en la mente del agricultor frente a una determinada innovación.



Aunque todos estos modelos han sido cierta contribución a la comprensión del proceso de incorporación de nuevas tecnologías por los agricultores, ninguno de ellos tomados separadamente, ha conseguido explicar satisfactoriamente el fenómeno; menos ofrecer orientaciones validas para la investigación para la investigación y para la acción.

La falta de una adecuada comprensión de la complejidad y de los alcances de la transferencia de tecnología, como proceso social que afecta la producción, la productividad y consiguientemente los ingresos de los agricultores, ha tenido como resultado el trazado de políticas que favorecen más a los agricultores comerciales o empresariales, que a los pequeños productores productores. El CIMMYT (1973), indico consecuencias en el proyecto puebla, debido a ciertas políticas inadecuadas: “Debido a sus recursos limitados y a la falta de conocimientos sobre como llegar a un vasto número de agricultores, los programas gubernamentales orientados hacia el aumento de los rendimientos se dirigen primordialmente al sector de productores comerciales.

Fernández T., Antonio et al (1976) indicaron en México sobre las consecuencias de ciertas políticas inadecuadas: “El esfuerzo desplegado en el campo de nuestras instituciones de fomento, ignora en la actualidad varias de las restricciones de nuestro producto de subsistencia. Las tecnologías propuestas a nuestros productores no son evaluados desde el punto de vista de su riesgo; no contemplan restricciones de capital...ni contemplan integralmente las actividades de la unidad de producción:”

Zandstra, H. G. (1975) sobre este particular indica que “desde hace mucho tiempo, se trata de acelerara el proceso de desarrollo rural mediante la introducción de nueva tecnología agropecuaria. En los últimos 15 años el proceso logrado en la generación de técnicas que incrementan la capacidad productora de la agricultura en zonas tropicales ha sido alentador.

“Sin embargo, su aplicación por parte de los pequeños agricultores ha sido muy limitada y, como consecuencia, no se ha producido un desarrollo equitativo de la población rural. Esto probablemente se debe a que los investigadores agrícolas han utilizado como criterio selectivo de dichas técnicas, la elevación al máximo de la producción por unidad de superficie, considerando que los otros factores de producción existen en cantidades ilimitadas y que la infraestructura económica, social, cultural y política se ajusta por sí sola a los requisitos de la nueva tecnología.”

Boltvinik, L. (1976) en México, apunta sobre la tecnología que se transfiere y la manera como se transfiere, dependiendo del “modelo de desarrollo rural” que haya sido adoptado por el país, el cual puede ser: UNIMODAL, BIMODAL; de SIMPLE MEJORAMIENTO O DE TRANSFERENCIA DE ORIEWNTACIÓN ENDÓGENA O EXÓGENA.

A su vez, el modelo de desarrollo adoptado dependerá del poder relativo de los intereses creados, de la estructura social dominante, etc. En este sentido, la teoría general de sistemas – al menos en su estado actual de desarrollo – no es una panacea intelectual que permita entender todo lo que se refiere a la transferencia de tecnología en una sociedad rural determinada.

Tal vez carezca aún de los conceptos suficientes para el análisis de los procesos de dominación económica y política ejercicio por los países más adelantados sobre los países en vías de desarrollo, o en las regiones más ricas de un país sobre las pobres de otros: Proceso de dominación que a través de la ideología internalizada por dirigentes y técnicos oficiales y modos de transferirlas y de emplearlas.

Caso 2. Consejos para ser un buen comunicador

En el trabajo de la extensión el buen comunicador reúne las siguientes características:

- a) Conoce lo que la gente desea y necesita saber.
- b) Busca la manera de comunicarlo al destinatario usando un vocablo y medios adecuados.
- c) Escucha bien al receptor – fuente (el productor(a)).
- d) Mide constantemente el nivel de aceptación y comprensión de su, mensaje.
- e) Se prepara bien antes de iniciar el proceso de comunicación para que este se pueda desarrollar de manera más efectiva.
- f) Busca la situación y el momento oportuno para establecer una comunicación. conoce la situación la costumbre, conocimientos, valores culturales y las opiniones del receptor fuente (el productor(a)).
- g) Tiene una actitud abierta de aceptar y modificar sus propios conceptos; es decir que no rechaza las ideas de otros.
- h) Entiende el vocablo del receptor – fuente.

La Educación Agropecuaria en Nicaragua

Por José Andrés Mejía Torres

Ha conmocionado a la Sociedad Nicaragüense, el fenómeno social y económico de que una población de más de 800 bachilleres no haya podido ser publicada en los centros de Educación Superior. Frente a este hecho, el Concejo Nacional de Universidades, con seria preocupación y con firmeza, en consideración al sacrificio que ello implica para cada uno de los centros de estudio, respondió aprobando la apertura de una Fase Especial de ingreso para el curso 1991, en la que ofrece 1200 nuevos

cupos en las carreras de la Educación Superior, oferta que por un lado significa una reducción de un 15% de la población que no habría de entrar y por el otro, un incremento de 16%, con respecto al ingreso previsto para 1991.

No podríamos pasar por encima de esta manifestación de la existencia de un problema estructural de la Educación en Nicaragua y menos aún cuando ello generó el propósito de compartir con usted una breve exposición de elementos para la reflexión, que hemos considerado importante en relación a la Educación Agropecuaria.

Entendemos que la educación es una dimensión de la acción humana, recurso fundamental a su disposición para enfrentar su necesidad de reproducción integral. De ahí que respaldamos la afirmación de Paulo Freire, que la concibe como praxis, reflexión y acción del hombre sobre el mundo.

El significado de esta concepción nos permite comprender que la educación es un recurso que el hombre tiene a su disposición para “**ser más**”, propósito al que lo impulsa su propia naturaleza y que tiene puede concretar si la educación estimula el desarrollo de su pensamiento para trabajar simultáneamente en la integración de tres dimensiones de su propia realidad: De los componentes que conforman su propio yo: su **personalidad**.

De los componentes que conforman su colectividad: su **sociedad**. De los componentes que conforman su mundo: la relación de la **sociedad con la naturaleza** Este proceso de integración demanda primero el contacto y después la interacción de diversos niveles de profundidad y sectores de amplitud. Y precisamente, porque éstos contactos e interacciones requieren diversos niveles de abstracción para la buena realización del trabajo integral, y consecuentemente, diversos niveles de conocimientos, destreza y actitudes, la educación de concebirse como un sistema.

Un sistema debe considerarse como una unidad de componentes procesales que persigue un fin, cuya consecución descansa sobre la división de las funciones y el desarrollo y fortaleza de las relaciones de y entre los componentes.

Precisamente, la situación de crisis que se manifestó en el componente de la Educación Superior en Nicaragua, en buena medida se explica porque nuestra educación, si bien se concibe, no está actuando como sistema en función de su fin.

En forma estereotipada se privilegian dos componentes (la Educación Primaria y la Secundaria) que orientan la salida de sus productos hacia el ingreso al componente de Educación Superior, como puerta de entrada a la actividad de producción y servicio a la sociedad.

Importancia de la Investigación Científica en el Desarrollo Socioeconómico del País

Una característica generalizada de los países del Tercer Mundo lo constituye la gran brecha tecnológica existente en relación a los países industrializados. Desafortunadamente, con el correr del tiempo la situación se ha hecho más dispar. El avance de la ciencia y la técnica promovida por esas potencias industrializadas va dirigida fundamentalmente a satisfacer las necesidades de su desarrollo para dar respuesta a una realidad social, política, económica y ecológica diferente a la de un país tropical y subdesarrollado como es el nuestro. Por lo consiguiente, la aplicación de esa tecnología a nuestro país debe hacerse a través de un proceso de análisis de validación y transferencia de tales avances científico – técnicos.

Países como Nicaragua no cuenta con una política para el desarrollo científico y tecnológico, a fin de tener una opinión más ajustada a nuestras necesidades. Dentro de este contexto, la formación de recursos humanos se convierte en un factor estratégico, en el cual es preciso invertir con visión de futuro.

Así, el aspecto de la investigación científica muestra una gran debilidad debido a la carencia de recursos y estímulos para los investigadores, a pesar que en el mediano y largo plazo constituiría una verdadera riqueza y patrimonio nacional como acervo para promover el desarrollo sostenido.

Es importante señalar, que conceptualmente desarrollo sostenible es interpretado aquí, como un enfoque alternativo que tiene en cuenta la promoción del desarrollo socio – económico a la par que se garantiza la conservación de los recursos naturales y protección del ambiente. Esto es importante en nuestros países, en vista que los recursos naturales constituyen la base sobre la cual puede sostenerse el desarrollo. Dentro de esto, se enmarcan los grandes sectores de la economía del país como son el agropecuario y el forestal.

Para aprovechar adecuadamente los avances científicos – técnicos de otros países, Nicaragua debe tener una política propia y un mecanismo eficiente ágil para validar y hacer su transferencia tecnológica. Esto es todo un proceso que requiere fundamentalmente el apoyo estatal. De esta manera, el Estado debería ser el garante en realizar y promover esa inversión estratégica a mediano y largo plazo para contribuir al desarrollo socioeconómico y consecuentemente mejorar el nivel de vida de la población; así como garantizar mejores condiciones para las futuras generaciones.

Sin duda alguna, los investigadores deben de tener una concepción de la realidad existente y dentro de la política para el desarrollo de la ciencia y técnica debería definirse las prioridades a través de una amplia discusión con todos los agentes y participantes en el desarrollo de estos dos grandes sectores. Que dicho sea de paso, tienen una gran interrelación e Inter. – dependencia principalmente en lo que se refiere al uso de los recursos naturales renovables y protección del ambiente.

Dentro de nuestro incipiente desarrollo investigativo ha habido esfuerzos importantes caracterizados por una mística profesional, pero que desafortunadamente no han contado con los suficientes recursos materiales y financieros, esto, debido a múltiples razones para desarrollar sus tareas investigativas.

Enmarcado en este análisis, nace la iniciativa para contribuir a promover la divulgación y desarrollo de la investigación y experimentación científica técnica en Nicaragua en los dos sectores indicados, esto a través de la edición periódica de la presente revista “CIENCIAS AGROPECUARIA FORESTAL – CAF”. La Revista es auspiciada por el CENTRO DE ESTUDIOS DE ECODesarrollo PARA EL TROPICO – CECOTROPIC, el cual es un organismo no gubernamental, sin fines de lucro.

Sirva pues, la presente publicación para permitir la divulgación de los resultados de investigación que se realizan en nuestro país y en el Istmo Centroamericano.

Igualmente, este esfuerzo significa una muestra de gratitud y de reconocimiento a nuestros profesores, investigadores y extensionistas y con especial referencia a los ingenieros Humberto Tapia Barquero y José González Toribio quienes dedicaron su vida a la investigación y a la extensión, quienes son muestra de entrega individual a esa importante labor.

BIBLIOGRAFIA

- 📖 Aguirre, R. M, (1999). **Aportes del trabajo cooperativo a la solución de algunos problemas de la expresión escrita durante la redacción de leyendas populares nicaragüenses.** Nicaragua, Managua: UNAN.
- 📖 Alegre, J. L. (1991). **Como aprender a escribir creativamente.** Madrid: Libertarias.
- 📖 Alvar, M. (1983) **Lexicología y lexicografía.** Salamanca: Almar.
- 📖 Alvarado, M. et al, (M.) (1981) **Teoría y Práctica de un Taller de Escritura.** Madrid: Altalena.
- 📖 Álvarez, J. (1987) **Teoría lingüística y enseñanza de la lengua. Textos fundamentales de orientación disciplinar.** Madrid: Akal Universitaria.
- 📖 Antúnez, S. et. al. (1991). **Del proyecto educativo a la programación del aula.** Barcelona: GRAÓ.
- 📖 Arias, (1999). **Nuevos métodos de intercomunicación científica y técnica para los hombres de ciencia de América Latina.** Turrialba, Costa Rica: IICA.
- 📖 Aznar, E, et. al (1991). **Coherencia textual y lectura. Cuadernos Educación: IICA.**
- 📖 Aznar, E, Cross, A, Quintana, L. (1991). **Coherencia textual y lectura.** Barcelona.:ICE Universidad.
- 📖 Aznar, et al. (1991) **Coherencia textual y lectura.** Barcelona: Graó.
- 📖 Badia, D. (1993) **Juegos de expresión oral y escrita.** Barcelona: Graó.
- 📖 Bernárdez, E. (1982) **Introducción a la lingüística del texto.** Madrid: Espasa-Calpe.
- 📖 Bjork, L (2000). **Los procesos del pensar y del escribir.** Barcelona: GRAÒ.
- 📖 Bjork, L. y Blosmtand (1994). **La escritura en la enseñanza secundaria.** Barcelona: GRAÒ.
- 📖 Bousquie, G. (1999). **Como se Deben Redactar los Informes.** Trad. Amparo García B. Barcelona: Casanovas.
- 📖 Camps, A. (1990). **Modelos del proceso de redacción: algunas implicaciones para la enseñanza.** Barcelona: GRAÓ
- 📖 Camps, M. et al (1984). **Enseñanza de la ortografía.** Barcelona: GRAÓ.
- 📖 Camps, M. y Guasch, O. (1994). **Secuencia didáctica: Didáctica de la lengua.** Barcelona: GRAÓ.
- 📖 Casado Velarde, M. (1993) **Introducción a la gramática del texto del español.** Madrid: Arco.

-  Casares, J. (1969) **Introducción a la lexicología moderna**. Madrid: VISOR.
-  Cassany, D (1987). **Describir el escribir. Como se aprende a escribir**. Barcelona: GRAÓ.
-  Cassany, D; Luna, M; Sanz, G (1999). **Ejercicios para cursos de Expresión Escrita**. Barcelona: GRAÓ.
-  Cassany, D (1990). Enfoques didácticos para la enseñanza de la expresión escrita. **Comunicación, lenguaje y educación**. No. 6, pp. 63-80. Barcelona.
-  Cassany, D (1993). **Reparar la escritura. Didáctica de la corrección de lo escrito**. Barcelona: GRAÓ.
-  Cassany, D et. al (1994). **Enseñar lengua**. Barcelona: GRAÓ.
-  Cassany, D (1996). **Describir el escribir**. España: GRAÓ.