

Universidad de Guadalajara

Escuela de Agricultura



A290

Extensión Agropecuaria en la Banca Oficial

T e s i s

que para obtener el Título de

Ingeniero Agrónomo

presenta:

Martín Ascencio Reyes

Guadalajara, Jal., 1978

A MIS PADRES:

Con cariño y respeto

A MI ESPOSA E HIJOS:

Con amor y cariño

A MIS HERMANOS:

Con todo cariño

A LA UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

A LA ESCUELA DE AGRICULTURA

A MIS MAESTROS:

Ing. Jose María Ayala R.

Ing. Eleno Felix Fregoso

Ing. Jose Alatorre Diaz

A MIS COMPANEROS Y AMIGOS

AL Ing. Alejandro Garcia G.

Por su apoyo y consejos



INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y GEOGRAFÍA

I N D I C E

CAPITULO		Página
I	INTRODUCCION	1-5
II	EXTENSION AGROPECUARIA	6
	CONCEPTOS	6-10
	IMPORTANCIA EN EL DESARROLLO ECONOMICO SOCIAL	11-13
	ANTECEDENTES DE EXTENSION AGRICOLA EN MEXICO	14-18
	OBJETIVOS DE LA DIRECCION GENERAL DE PRODUCCION Y EXTENSION AGRICOLA	19-31
	APLICACION EN EL SISTEMA DE LA BANCA OFICIAL	32-34
III	METODOS DE EXTENSION AGROPECUARIA	35
	CONCEPTOS	35-38
	CLASIFICACION DE LOS METODOS DE EXTENSION	38-41
	APLICACION EN LA BANCA OFICIAL	41-44

IV	COMUNICACION	45
	CONCEPTOS	45-56
	CLASIFICACION	57-71
	APLICACION EN EL SISTEMA DE LA BANCA OFICIAL	71-80
	CONCLUSIONES	81-83
	RECOMENDACIONES	84-86
	BIBLIOGRAFIA	87-88

CAPITULO I

Introducción

EXTENSION AGROPECUARIA. - Nació por haber llegado a ser una necesidad; ha logrado ser un sistema de servicio y educación, proyectado para satisfacer las necesidades de la población rural. Este cambio se debe a un período de exploración y cambios en la agricultura, ganadería y en la economía doméstica.

Teniendo un buen servicio de extensión agropecuaria por medio de éste se podrán mejorar suelos; y se podrá sustituir los métodos de producción para tener una mayor eficiencia en todos sus renglones. ¿Quién puede saber si algún día por medio de cambios en las condiciones económicas, en los métodos de producción, en tipos de agricultura y en combinación de tales cambios harán que parte de las tierras vuelvan a ser productivas.

Mediante la enseñanza y el servicio de extensión, se introducen cambios en los modos de acción que determinen una producción y venta más eficaz sobre los productos agropecuarios, la conservación de los recursos naturales, un lugar más confortable, una salud mejor y una vida más satisfactoria para la familia y la comunidad.

El extensionista se enfrenta a una gran variedad de técnicas

de enseñanza. El criterio que se aplique para elegir el método que se considere más apropiado para cada caso particular y la habilidad con que se usen las técnicas correspondientes, influirán de un modo muy directo en la cantidad y calidad del aprendizaje que se logre con el esfuerzo aplicado a la enseñanza.

El extensionista va a intentar influir en la conducta de un gran número de personas, cuyas situaciones de vida están sujetas a continuos cambios, como consecuencia de los progresos económicos y sociales. Los agricultores y las amas de casa de la región, tienen intereses muy variados. Varían mucho de acuerdo a su preparación, edad y otras características, que pueden influir en sus respuestas a los estímulos de la educación.

El extensionista debe estimular al individuo a interesarse por aprender y por practicar lo aprendido, si no logra esta motivación, - no se operarán los cambios deseados.

Los programas de extensión en marcha abarcan todas las fases, desde nuevas líneas de trabajo que apenas están empezando a - abordarse, hasta proyectos que necesitarán poca atención en el futuro.

La función de la extensión es eminentemente educativa, pues tiende a producir cambios en los conocimientos, actitudes y destrezas

de la gente, para lograr su desarrollo tanto individual como social. En consecuencia se rige por las leyes fundamentales de la enseñanza y del aprendizaje.

La explosión demográfica mundial representa un reto a la mente humana para superar el ritmo de crecimiento de la población con una mayor producción de alimentos. México, que se cuenta entre los países de mayor desarrollo demográfico, no puede sustraerse a este fenómeno. Para poder afrontar esta creciente necesidad en las generaciones futuras, tanto la investigación agropecuaria, como la extensión y educación agropecuaria a todos los niveles, deben trabajar dentro de planes generales de coordinación, ya que una agricultura en constante evolución demanda de una visión futura de los problemas y alternativas soluciones de las mismas dentro de un contexto general.

Estos servicios representan un sólo proceso de desarrollo integral; continuación y fundamento uno del otro, cuyo objetivo último y fundamental es la obtención de un equilibrio racional de la producción total del conglomerado de productos agropecuarios, y, que en síntesis final debe traducirse en el mejoramiento integral de la población rural mexicana.

Es cada vez más urgente, acelerar al máximo las actividades científicas y tecnológicas encaminadas a la producción del alimento-

humano. Se estima que más de dos terceras partes de la actual población del mundo está inadecuadamente nutrida; no solo respecto al régimen equilibrado de su dieta alimenticia, sino fundamentalmente por la escasez de alimentos.

Ahora más que nunca, todos los sectores involucrados en el desarrollo agropecuario y, de otras posibles fuentes de producción de alimentos, deben redoblar sus esfuerzos para hacer el mejor uso posible de los adelantos científicos y tecnológicos en incrementar la producción de éstos. Simultáneamente, con este esfuerzo urge incrementar también actividades de desarrollo económico en el campo que permita generar los recursos necesarios para implantar programas de mejoramiento socio-culturales de toda índole.

Complementando las actividades del sector rural con los servicios y asistencia técnica se alcanza el mejoramiento integral que permitirá al productor dedicar su acción a elevar su nivel socio-cultural en beneficio de la familia campesina.

Acondicionando la metodología internacional del extensionismo a las necesidades de nuestro país, se han elaborado programas de desarrollo integral del campo, mediante proyectos de asistencia técnica específica por cultivos y concreta en áreas, conjugando la participación de esfuerzos de todas las instituciones involucradas. En esta forma los resultados de la investigación agrícola y pecuaria, los

lineamientos que señala la producción de los cultivos y de la ganadería, el crédito agropecuario y la enseñanza y capacitación del campesino han quedado incluidos en un "paquete" de tecnología asimilable que representa el instrumento de trabajo del extensionista mexicano.

CAPITULO II

Extensión Agropecuaria

1.- EXTENSION AGROPECUARIA.

CONCEPTOS.- La función de extensión es educativa pues tiene de a producir cambios en los conocimientos, aptitudes y destreza de la gente para lograr su desarrollo tanto individual como social. De estos lo más importante son los cambios de actitud, por que ellos dan origen a una cadena de cambios que nos lleva a lograr el pleno desarrollo del hombre y la agricultura.

La extensión agropecuaria está basada en el hecho de que hay que atender a las necesidades humanas de la población rural, para lo cual la extensión debe adaptar la materia y el método de enseñanza.

Los extensionistas antes de iniciar su labor educativa, deben saber que piensa la gente, cómo vive, cómo actúa, qué tiene, qué desea y qué es capaz de comprender.

Así al extensionista no debe bastarle con determinar qué necesidades existen sino que también debe saber si la gente tiene conciencia de tales necesidades y cómo piensa y qué desea respecto de ellas. Si es necesario, deberá empezarse por cambiar esta forma de

pensar antes de pretender cambios de prácticas.

De acuerdo con lo anterior, extensión ha sido definida "Ayudar a la población rural a ayudarse a sí misma". La participación de la gente del campo es esencial, sus representantes deben participar en el nivel local, regional y nacional.

Este proceso viene a ser educativo; un modo de trabajar con las familias. Requiere un cabal conocimiento de la naturaleza humana y sus condiciones. Persigue el mejoramiento del ser humano a través del cambio de actitudes. Para que dicho proceso se efectúe, es necesario que los métodos de trabajo sigan ciertos principios básicos. En síntesis: es educación, acción y servicio.

Las técnicas solas no bastan tienen que ser combinadas y usadas con inteligencia, imaginación experimentación y trabajo continuo.

El desarrollo rural depende tanto de la efectividad con que trabaje el conjunto de la gente, como de los recursos naturales de que disponga cuando se inicia la labor.

El desarrollo agrícola es necesario en casi todos los países — del mundo. La competencia establecida entre la explosión demográfica y el suministro de alimentos para la humanidad, es real y grave. La agricultura es el único medio conocido de producción de alimentos y de ella depende nuestra propia existencia. Para alimentar a los mi

llones de seres humanos que año tras año aumentan la población mundial y para mejorar en cierto grado las actitudes e inadecuadas cantidades de alimentos por persona, se requerirá en los próximos veinte años un desarrollo agrícola más rápido que el alcanzado por país alguno en lo pasado.

Una de las principales tareas consisten en crear recursos de educación, abastos agrícolas y pecuarios, crédito y mercados que faciliten a los agricultores que lo deseen, la elevación de la productividad de sus terrenos.

Para vivir mejor los agricultores del mundo y sus familias necesitan que se produzcan más productos agrícolas. Únicamente produciendo y vendiendo más podrán adquirir algunas de las muchas cosas que necesitan y desean para disfrutar de un nivel de vida más satisfactorio.

Una transformación similar ocurre entre investigadores, extensionistas, funcionarios, comerciantes, banqueros, maestros y muchos otros. Los mismos cambios que dan como resultado una mayor producción agrícola, producen cambios en las personas que toman parte en ellos.

La capacidad del agricultor para aprender nuevas técnicas y dominar nuevos conocimientos más allá de los poseídos por sus an-

tecesores hace posible que cambie sus métodos de manera que la agricultura sea más productiva. Su capacidad de imaginar / crear capacita a algunos agricultores para encontrar formas nuevas y más productivas de explotar sus terrenos.

Aspirar, desear algo mejor de lo que uno tiene es (puede ser un poderoso estímulo en ciertas condiciones.

El campesino podría aprender más de lo que aprende si tuviera oportunidad y estímulo. Podría probar nuevos métodos. Solo unos pocos son tontos pero casi todos viven por hábito. Aprenden a hacer algo en una forma determinada y siguen haciéndolo así, - año, tras año.

Hay en el medio rural padres de familia que desean más - educación para sus hijos y están dispuestos a trabajar árdamente y a adoptar mejores métodos de cultivo para lograrlo.

Ahí donde se llega a disponer de servicios médicos, desean que sus familias se beneficien de ellos. Cuando descubren modos de hacer más confortables sus hogares, desean eso para sus familias.

Son estas consideraciones las que afectan la posibilidad de disfrutar de nuevas amenidades y comodidades en la vida rural, las que confieren importancia a los programas de extensión relaciona-

dos con la producción agrícola y la vida en el hogar. Estas actividades educativas aumentan los incentivos para que la gente rural trate de hacer más productivos sus terrenos.

El agricultor desempeña un papel importante en el desarrollo agrícola. Es él quien cuida los cultivos y animales y decide cómo debe usarse su terreno. Es él quien debe aprender y adoptar los nuevos métodos necesarios para hacer más productivo el cultivo de la tierra.

Los agricultores, como personas, se comportan básicamente de la misma manera que los demás seres humanos. Tienen las mismas capacidades inherentes y son motivados por razones personales e influencias sociales parecidas. Sus acciones, son influenciadas por — sus familias, por sus amigos y vecinos, y por las grandes tradiciones de las culturas en que viven.

Los valores sociales y las tradiciones de las comunidades rurales y de las sociedades más grandes de que forman parte, ayudan unas veces y otras obstaculizan o retardan el desarrollo agrícola. Generalmente, a medida que las prácticas agrícolas demuestran su valor, la idea de probar nuevos métodos para aumentar las utilidades — que produce el incremento de la producción logra la aceptación social.

IMPORTANCIA EN EL DESARROLLO ECONOMICO SOCIAL.

El hombre tiene necesidad y busca la forma de satisfacerlas. Lo más importante es la alimentación, después el vestido y posteriormente el alojamiento. A todas ellas se les llaman necesidades básicas.

Sin embargo, satisfechas las básicas, nace la necesidad de satisfacer otras, que son tanto más apremiantes cuanto mayor es el mejoramiento económico, social y cultural del individuo; tal es el caso de las necesidades de un "mejor alojamiento". "Una mejor diversión", una mejor cultura".

Existen dos tipos de necesidades que se satisfacen dentro del trabajo y se dividen en dos categorías:

- a) Independiente, que es el individuo que se satisface por sí mismo;
- b) La autonomía; y
- c) El saber - Las sociales, se satisfacen dentro de los marcos de cultura a que se pertenece.

Al quedar satisfechas las necesidades básicas y adquiridas, se

llega a una conducta adaptada, la cual lleva a establecer relaciones humanas adecuadas.

Por tanto la extensión agrícola se encarga de dar una educación extraescolar, que se imparte a las familias rurales con el objeto de ayudarles a solucionar los problemas, a que tomen decisiones constructivas y una eficientemente sus recursos de que se dispone, con miras a elevar su nivel cultura, económico y social.

La situación económica de México que todos conocemos y que nos preocupa su nivel de desarrollo, la estandarización de sus beneficios y solidez de sus avances, a la base indudablemente del interés, entusiasmo, planeación y apego estricto de cada uno a nuestras tareas, es preocupación fundamental que rige las actividades a cumplirse.

Es preciso, pues, situarnos en la realidad y reflexionar sobre la urgente necesidad que tenemos de iniciar, promover o impulsar nuestras instituciones que fortalezcan la estructura orgánica en marcha para asegurar nuestro desenvolvimiento y eliminar así la necesidad de importar productos alimenticios porque fallen los temporales, o porque la productividad agrícola descienda por no utilizar las técnicas aconsejables.

Ahora más que nunca, todos los sectores involucrados en el

desarrollo agropecuario y de otras posibles fuentes de producción de alimento, deben de doblar sus esfuerzos para hacer el mejor uso posible de los adelantos científicos y tecnológicos en incrementar la producción de estos. Simultáneamente, con este esfuerzo urge incrementar también actividades de desarrollo económico en el campo, que permitan generar recursos necesarios para implantar programas de mejoramiento socio-cultural de toda índole.

La guía y asistencia técnica que se canaliza al campo, es función primordial de los servicios del extensionismo, función que representa una responsabilidad y un reto que con todo empeño y tenacidad se ha asumido en función de los programas agrícolas, nacionales y de la trayectoria de desarrollo económico señalados por las altas autoridades.

Complementando las actividades del sector rural con los servicios y asistencia técnica se alcanza el mejoramiento integral que permita al productor dedicar su acción a elevar su nivel socio-económico en beneficio de la familia campesina.

ANTECEDENTES DE EXTENSION AGRICOLA EN MEXICO.

La labor de asistencia técnica agrícola en México, como servicio principió en 1911 con un reducido grupo de instructores prácticos.

En 1920 una misión de técnicos agrícolas recorrió el país para llevar nuevos conocimientos a los productores. En 1922 se estableció una oficina de agrónomos regionales con 22 técnicos. En 1936 esta dependencia fue reorganizada y tomó el nombre de Oficina de Fomento Agrícola, con 40 técnicos. En 1948 se reorganizó nuevamente y se le dió el nombre de Extensión Agrícola, como departamento, dependiente de la Dirección General de Agricultura.

En 1953 el Gobierno Federal creó los Comités Directivos Agrícolas de los Distritos de Riego, para coordinar los esfuerzos y programas de las Secretarías de Recursos Hidráulicos, Agricultura y Ganadería, Bancos Nacionales de Crédito Agrícola y Ejidal. Con tal motivo el servicio de extensión agrícola recibió un fuerte impulso e incrementó su personal a 180 técnicos agrónomos.

La creciente necesidad de asistencia técnica a los productores

agrícolas, el interés de los mismos, de los gobiernos de los estados y de otras dependencias que trabajan en el medio rural, permitieron al Servicio de Extensión Agrícola, continuar su crecimiento a través de sus contribuciones económicas, originando los Servicios Cooperativos. En esta forma, en 1954 se estableció el primer servicio cooperativo, con el Gobierno del Estado de México, y a partir de este año, se organizaron servicios similares en otras entidades del país.

A partir de agosto de 1971, se crea la Dirección General de Extensión Agrícola, con posibilidades más amplias en cuanto a presupuesto, personal y recursos. Desde enero de 1973, el Servicio de Extensión, se incorpora activamente en los programas de Desarrollo Rural, los cuales contribuyen en forma coordinada con todas las dependencias federales, en actividades a corto y mediano plazo, para el desarrollo integral de diferentes regiones del país.

Estructura y organización actual.

El desarrollo progresivo del Servicio, llegó a la etapa en que se constituye en Dirección General de Extensión Agrícola. En el Diario Oficial de la Federación de fecha 7 de agosto de 1971, fue publicado el acuerdo por el cual se creó la mencionada Dirección. La transcripción de dicho acuerdo, especifica:

CONSIDERANDO

Que los programas del servicio de extensionismo agrícola son indispensables para incrementar el desarrollo agropecuario sectorial y regional del país, lo que hace necesario mejorarlos e intensificarlos.

ACUERDO

ARTICULO PRIMERO.- Se crea la Dirección General de Extensión Agrícola, de Química y de Suelos de la Dirección General de Agricultura.

ARTICULO SEGUNDO.- Se suprimen los Departamentos de Extensión Agrícola, de Química y de Suelos de la Dirección General de Agricultura. El personal, mobiliario, vehículos, instrumentos, aparatos, maquinaria, archivos y en general, el equipo de dichos departamentos, pasan a formar parte de la Dirección General de Extensión Agrícola.

ARTICULO TERCERO.- La Dirección General de Extensión Agrícola desempeñará las funciones que le correspondían a los departamentos citados en el punto resolutivo primero de este acuerdo, y las que señale el Reglamento Interior de la Secretaría de Agricultura y Ganadería.

ARTICULO CUARTO.- La Secretaría de Hacienda y Crédito Público, para los efectos presupuestales correspondientes, tomará en consideración lo dispuesto en el presente acuerdo.

TRANSITORIOS

PRIMERO. Se derogan todas las disposiciones legales que se opongan a este acuerdo.

SEGUNDO. El presente acuerdo surtirá sus efectos en la fecha de su publicación en el "Diario Oficial" de la Federación.

Dado en la residencia del Poder Ejecutivo Federal, a los treinta días del mes de julio de mil novecientos setenta y uno. Luis Echeverría Alvarez. - Rúbrica. - El Secretario de Agricultura y Ganadería, Manuel Bernardo Aguirre. - Rúbrica. - El Secretario de Hacienda y Crédito Público, Hugo B. Margáin. - Rúbrica.

ALGUNOS PRINCIPIOS BASICOS
DE EXTENSION -
AGRICOLA.

1.- Los principios fundamentales del Servicio de Extensión Agrícola se basan en el Desarrollo Integral del Hombre Rural, es decir, en la creación de condiciones tales que hagan posible el crecimiento y realización de las potencialidades humanas de vivencia, creatividad y trascendencia, a través de las relaciones justas con la naturaleza y con la sociedad.

2.- El extensionismo agrícola es una labor de promoción técnica, tendiente a la capacitación del productor agropecuario, mediante lo cual éste, puede obtener de su tierra de cultivo y recursos naturales, los mayores beneficios económicos.

3.- Para lograr este propósito, Extensión Agrícola requiere de su personal técnico, una entrega total al desempeño de su labor.

4.- El técnico que acepta desarrollar la labor de extensionista automáticamente adquiere un compromiso ante los productores: — amistad y colaboración en sus tareas de campo y una labor de asesoramiento técnico permanente y desinteresada.

5.- Como extensionista, se adquiere responsabilidad técnica que implica una constante capacitación personal, una permanente observación de hechos y un afán de investigación, como factores determinantes en el éxito de esta labor.

6.- Si bien la labor del servicio de extensión apunta básicamente a elevar las condiciones económicas del sector rural, se busca también alcanzar formas superiores de producción y de organización social; las cuales permiten obtener condiciones sociales en las que el hombre mexicano pueda manifestar su plena potencialidad de realización humana.

OBJETIVOS DE
LA DIRECCION
GENERAL DE
PRODUCCION Y
EXTENSION
AGRICOLA

Es una preocupación constante del Servicio de Extensión, alcanzar los siguientes objetivos:

- 1.- Coordinar todas las modalidades de asistencia técnica al campo y los instrumentos específicos de acción del sector público.
- 2.- Diseñar e implementar los programas nacionales de asistencia técnica del sector público, a los productores rurales, en función de los lineamientos generales de la política del gobierno federal, los específicos de la producción agropecuaria y los resultados preexistentes de los centros de investigación y experimentación agropecuaria.
- 3.- Ejecutar los programas de asistencia técnica en función de las condiciones ecológicas específicas regionales, de los niveles tecnológicos prevalecientes y los correlativos índices de las situaciones socio-culturales de los productores rurales.
- 4.- Desarrollar los programas de la D.G.P.E.A., tendiendo a conseguir rápido y equilibrado incremento de la productividad en el -

sector agropecuario, que asegura el auto-abastecimiento de los alimentos requeridos por la creciente población nacional y el suministro de materias primas industriales, que coadyuven en el proceso de aumento de exportaciones y en el de sustitución de importaciones y, sobre todo, - tienda a lograr la elevación del nivel de vida de los productores.

5.- Apoyar al productor agropecuario en sus esfuerzos para aumentar los rendimientos en todas aquellas líneas de producción básicas.

6.- Fomentar el cultivo de nuevas especies y variedades de plantas; así como la introducción de nuevas razas ganaderas, cuya explotación sea redituable para los productores.

7.- Apoyar la organización de los productores rurales, en función de la operación de los programas agropecuarios para la ejecución de actividades productivas, utilización del crédito, así como para la compra de insumos y venta de cosechas.

8.- Asegurar la transmisión a los campesinos del acervo tecnológico acumulado en los centros de investigación y experimentación agropecuaria, en la medida en que lo demande el desarrollo agrícola nacional.

9.- Asesorar a los campesinos en sus gestiones ante las instituciones que tengan ingerencia en el desarrollo de actividades productivas agropecuarias.

10. - Promover el desarrollo de la familia rural, como unidad en sus aspectos económicos y socio-culturales.

Actividades básicas.

En resumen las actividades básicas del servicio de extensión, cubre los siguientes campos de asistencia técnica:

1. ASESORAMIENTO TECNICO AGRICOLA.
2. ASESORAMIENTO TECNICO PECUARIO.
3. MEJORAMIENTO DE COMUNIDAD RURAL.
4. INDUSTRIALIZACION RURAL.
5. PROGRAMAS DE APOYO.
 - A. Organización campesina para la producción.
 - B. Adiestramiento.
 - C. Divulgación.
 - D. Estudios y proyectos especiales.

Labores específicas del personal técnico.

A. DEL SUPERVISOR.

1. Es el responsable directo de la elaboración, cumplimiento y evaluación de los programas de extensión agrícola dentro de su área - de acción.

2. Asesora, dirige y capacita al personal de campo, en todos aquellos aspectos técnicos, económicos y sociales, que sea necesario atender para el mejor desempeño de sus labores.

3. Gestionar todos los recursos necesarios para el debido — cumplimiento de todos los programas.

4. Atiende las necesidades de información de su personal, sobre los resultados y avances obtenidos en los centros de investigación agrícola y pecuaria, propiciando el acercamiento permanente de su — personal de campo y la investigación.

5. Procura que los programas de extensión agrícola, se integren a los demás programas de desarrollo, como son los de crédito, irrigación, comercialización, almacenamiento, organización ejidal y demás instituciones involucradas en el desarrollo rural, estando supeditados estos programas a las directrices de la Agencia de Agricultura de la entidad respectiva.

6. Supervisa periódicamente y cuantas veces se requiere, — el normal crecimiento de los programas formulados, a fin de orientar y agilizar la marcha de los mismos, dictando las indicaciones y medidas necesarias.

B. DEL ESPECIALISTA.

1. Elabora su programa de trabajo atendiendo los problemas - técnicos de cada estado o región, con las soluciones prácticas más - factibles e inmediatas de realizar, en coordinación con los superviso- res.

2. Cuenta con información detallada de estudios socio-econó- micos y de recursos naturales de las zonas, regiones o entidades ba- jo su jurisdicción, para la determinación de los programas más fac- tibles y prioritarios, que por conducto de los extensionistas se desa- rrollen a corto y largo plazo.

3. Adiestra al personal de campo en todos aquellos aspectos relacionados con su especialidad.

4. Asesora al personal sobre la formulación, ejecución y - evaluación de los programas de trabajo, de acuerdo con su especia- lidad.

5. Incluye en su programa de trabajo, proyectos de inves- tigación tendiente a generar nueva tecnología para la solución de problemas específicos de su zona o región, en colaboración y auxi- lio de los centros de investigación agropecuaria.

6. En coordinación con el personal de campo y en casos - de que así deba requerirse, acudir a proporcionar asistencia técni-

ca directa al productor.

7.-Supervisa y evalúa los programas que en su materia se estén desarrollando en su zona o región, en coordinación con los supervisores respectivos.

8. Coordina sus actividades con técnicos de otras dependencias de la SARH y con otras instituciones oficiales y privadas.

9. Elabora folletos y todo tipo de material técnico, con las recomendaciones adecuadas que coadyuven e implementen los programas de capacitación al personal y la labor de difusión al productor y su familia.

C. DEL EXTENSIONISTA.

1. El programa del extensionista es el programa que el propio agricultor reclame, de acuerdo con su capacidad de producción, su interés y sus necesidades prioritarias de desarrollo.

2. La participación del extensionista en su carácter de agente de cambio, es la orientación, dirección y asesoramiento técnico para el logro satisfactorio de ese programa. Es el responsable directo de la asistencia técnica agropecuaria a través del asesoramiento y supervisión de todo el proceso productivo, tanto agrícola como pecuario, basado en los resultados de la investigación.

3. Para lograr resultados más positivos y una mayor celeridad, el extensionista reside dentro de su área de trabajo, con el fin de propiciar la convivencia, la asimilación de ideas y decisiones contribuyentes a la buena marcha de sus programas.

4. Como empleado de la Secretaría de Agricultura y Recursos Hidráulicos, está permanentemente en comunicación y tiene — muy en cuenta, dentro de sus programas locales de extensionismo, las decisiones tomadas por dicha Secretaría en relación al ritmo de producción que a nivel nacional se establece, normando sus actividades de acuerdo a los lineamientos del Plan Agrícola Nacional.

5. La labor del extensionista no contempla horario de trabajo, es decir, las labores propias del campo requieren una atención permanente durante el período de explotación pecuaria, o durante la etapa vegetativa de las plantas.

6. Como profesionista y como responsable local de la dirección de un programa de desarrollo agropecuario, requiere de una — distancia sistemática que conlleve a un mutuo respeto y a un cumplimiento eficaz de la labor.

7. Elabora en forma específica una evaluación de su trabajo desarrollado durante cada ciclo agrícola o anual, en su caso, cuantificando económicamente su intervención dentro de la zona.

8. En la formulación de su programa de trabajo, además de las consideraciones anteriormente citadas, el extensionista toma en cuenta:

a) Una coordinación muy estrecha con todas las demás instituciones que en una forma u otra intervengan con programas de desarrollo rural.

b) Que un incremento en la producción agropecuaria no se logra con orientación técnica, sino que se necesita la participación de factores importantes como son, entre otros: la investigación, la organización de los agricultores, los créditos, la maquinaria, sistemas de riego, almacenes, caminos, etc., factores que siempre se consideran dentro de su programación.

c) Que un incremento de la producción agrícola, invariablemente trae consigo otra serie de necesidades, que es necesario considerarse y plantear la mejor solución posible, como son: los precios de la cosecha, la industrialización de productos si éstos abundan, o sea lo más conveniente, la falta de bodegas de almacenamiento de granos, la preparación del agricultor en el manejo de maquinaria agrícola, de establos, su capacitación técnica para llevar registros, nóminas, asuntos administrativos y otros aspectos que están implícitos en los incrementos de producción.

9. La metodología de trabajo que el extensionista emplea, es tá en conformidad con las siguientes disponibilidades:

- a) Facilidades personales de comunicación con los agricultores.
- b) Las costumbres y grado educacional de los productores, y
- c) Los equipos y materiales de que el extensionista disponga.

10. Se mantiene al corriente en información técnica y en metodología de extensión; lo cual lo capacita para proporcionar un asesoramiento técnico actualizado y adaptado a los niveles educativos de la familia rural.

11. Propicia la colaboración y apoyo de las autoridades y organizaciones locales, como también la coordinación con técnicos de otras dependencias, a fin de facilitar su labor y ampliar su asistencia a un mayor número de familias, solicitando cuando así se requiera, el concurso de sus supervisores y especialistas.

D. DE LA EDUCACION DEL HOGAR RURAL.

1. Fundamentalmente la educadora promueve directa e individualmente el mejoramiento de las familias rurales, en sus múltiples aspectos: agropecuario, económico y social, a través de la capacitación.

2. Estudia y analiza las necesidades y problemas de la familia y la comunidad, mediante una comunicación estrecha y permanente que la capacita para proponer, organizar y desarrollar las acciones adecuadas a la solución de los problemas.

3. Elabora y realiza sus programas de extensión agrícola en estrecha coordinación y de manera integral con los demás programas establecidos en la zona, por la Dirección General.

4. Promueve y organiza el establecimiento de proyectos de desarrollo económico a nivel familiar y comercial, con las características de organización y proyección que el propio medio y facilidades y recursos determinen.

5. Propicia la colaboración y apoyo mutuos de autoridades y organismos, a fin de obtener resultados más satisfactorios de su labor, utilizando los recursos y facilidades de programas afines.

6. Promueve y organiza grupos de trabajo, tanto con amas de casa como con la juventud rural, tendiente a obtener un mejor aprovechamiento de sus esfuerzos y recursos aplicables a su desenvolvimiento social y económico y su participación activa en la solución de sus problemas.

7. Se mantiene al corriente en información técnica y metodología de extensión agrícola, a fin de proporcionar un asesora-

miento técnico actualizado y adaptado a los niveles de desarrollo de la comunidad.

La asistencia técnica que proporciona el servicio de extensión, además de aportar conocimientos, de tal manera que este proceso de trasmisión de nuevos conocimientos para el agricultor y progresivamente le permita conocer los nuevos mecanismos de funcionamiento institucional de los servicios, el valor de la investigación, la relevancia de contar con el conocimiento oportuno, de lograr financiamiento suficiente y de la necesidad de incrementar en forma completa las tecnologías recomendadas.

METODOS DE
EXTENSION
EMPLEADOS.

Para llevar a cabo su labor, el Servicio de Extensión, se basa en el uso de diferentes medios de comunicación humana, como son:

CONTACTOS
INDIVIDUALES
Visitas a los ejidatarios y a los hogares.

CONTACTOS
CON GRUPOS
Reuniones de demostraciones de métodos.

CONTACTOS CON
LAS MASAS
Boletines.
Folletos.

Consultas a las oficinas del extensionista.	Reuniones de entrenamiento de dirigentes.	Artículos agropecuarios en la divulgación.
Llamadas telefónicas.	Conferencias y reuniones de discusión.	Programas de radiodifusión agrícola.
Cartas personales.	Reuniones con demostración de resultados. Giras educativas.	Programas de televisión agropecuarias.
Cursos de capacitación.		Exposiciones de trabajo. Carteles y campañas especiales.

Planeación y desarrollo de actividades.

Las actividades de planeación son aquellas labores que el extensionista debe realizar para conocer su zona de trabajo y redactar su programa de actividades.

- a) Levantamiento y colección de datos para el estudio de área.
- b) Identificación de problemas.
- c) Análisis y estudio de la situación.
- d) Determinación de objetivos y prioridades.
- e) Elaboración escrita del programa y plan de trabajo, utili-

zando para ello, los formularios respectivos del Servicio.

f) Actividades de ejecución y desarrollo del programa. Estas se refieren a los medios de que se vale el personal para alcanzar los objetivos propuestos en el programa y plan de trabajo elaborado mediante la organización previa de comités locales del programa. Estos medios se refieren a la aplicación de técnicas, tales como:

Visitas, llamadas telefónicas, consultas personales, cartas - circulares, demostración de resultados, demostración de técnicas - (métodos), reuniones, cursos, giras, exposiciones, programas de radio, artículos de prensa, sesiones de cine, boletines, folletos, cartes, etc.

Es necesario considerar que en todas las actividades sobre todo, de los extensionistas, siempre existe una influencia indirecta respecto a la adopción de prácticas y cambios realizados en cuanto a las habilidades, conocimientos, actividades de las gentes. De esta manera se introducen cambios en los sistemas de trabajo que elevan, los rendimientos e incrementan los ingresos del medio rural.

g) Evaluación de resultados y proyectos realizados. Las actividades del servicio ejecutadas con base en los objetivos propuestos.

APLICACION EN
EL SISTEMA DE
LA BANCA
OFICIAL.

Para comunicar conocimientos a estas personas, se debe tener una imagen lo más cercana posible de cómo son los campesinos, cómo piensan, cómo reaccionan y cómo reciben los mensajes, de acuerdo a su preparación.

El extensionista tiene otros deberes como son: elevar el nivel de vida familiar rural, intervenir en actividades cívicas, escuchar los problemas de cualquier índole de los sujetos de crédito y tratar de ayudarlos en todo, en la medida de sus posibilidades. El extensionista al enseñar es un agente de seguridad emocional en cuanto eduque a tolerar la demora y a guiar hacia objetivos sustitutivos, porque va tratar de cambiar prácticas o técnicas rudimentales en sus explotaciones agrícolas y ganaderas, por otras más modernas con las que se obtengan más ganancias aunque a largo plazo (demora) dará clases sobre el cuidado de los hijos, no sólo en aspectos alimenticios y de higiene sino hacia aspectos psicológicos como la influencia del cariño, la comprensión, los consejos, el castigo, etc. El objeto es "hacer" adultos adaptados a la sociedad que tengan metas a largo plazo y obtener en futuras generaciones mejores ciudadanos.

Para influir en la conducta de una persona, lograr modificarla y guiarla hacia los objetivos deseados, se utilizará un lenguaje y una expresión emocional que ellos entienden.

Se ha demostrado que las personas que en las comunidades rurales tienen un mayor grado de enseñanza y cultura, aceptan, entienden y ponen en práctica, lo que los extensionistas recomiendan; pero no siempre existe este ambiente, habrá ocasiones en que se encuentre a analfabetos a los que habrá de empezar por convencerlos para que asistan a la primaria y posteriormente a escuelas técnicas donde pueda aprender un oficio que facilite su trabajo en la comunidad a la que pertenece.

La educación en estas personas se debe hacer mediante el convencimiento y nunca con dureza, tampoco por medio de regalos o por halagos inmotivados, y desde luego, recompensando objetivamente los esfuerzos y metas logrados por ellos.

Qué es extensión?

Es un proceso educativo, un modo de trabajar con las familias, requiere un cabal conocimiento de la naturaleza humana y sus condiciones. Persigue el mejoramiento del ser humano a través del cambio de actitudes. Para que dicho proceso se efectúe,

es necesario que los métodos de trabajo sigan ciertos principios básicos. En síntesis es educación, acción y servicios.

La extensión tiene dos objetivos principales: a) La diseminación de conceptos útiles y prácticos relacionada con la agricultura y la economía del hogar, y b) La aplicación práctica de esa información a las condiciones de vida de los ejidos y de los hogares.

Extensión es enseñanza en el sentido más amplio de la palabra. No es la educación formalizada del salón de clases ni el trabajo de asignación día por día, como se piensa generalmente, sino es aquella, que aporta los conocimientos para el mejoramiento de las prácticas de los terrenos y del hogar, o las soluciones a problemas específicos.

Promover el desarrollo intelectual, en el individuo es también importante, además de conseguir mayores logros en la agricultura, o sea "formar" mujeres y hombres más capaces, comprensivos, seguros de sí mismos, con visión y, con cualidades de liderato. Esta educación consiste en producir cambios en sus comportamientos, cambios deseables en el individuo, como son: a) Cambios en conocimientos, b) Cambios en destrezas y habilidades, y c) Cambios en actitudes.

CAPITULO III
METODOS DE
EXTENSION
AGROPECUARIA

CONCEPTOS: La extensión tiene dos propósitos fundamentales.

- 1.- La difusión de informaciones útiles y prácticas, relativas a la agricultura y a la economía doméstica.
- 2.- La aplicación práctica de esos conocimientos a los problemas del campo y de los hogares rurales.

Aunque para tratar de lograr estos propósitos se recurra a la educación y al método de la enseñanza con fines de extensión y la enseñanza con fines de instrucción pública en general. El profesor de los cursos normales de instrucción pública se dedica a educar a los niños y a prepararlos para la vida. La participación en las actividades de la extensión es totalmente voluntaria mientras que la asistencia a las escuelas públicas es totalmente obligatoria. La instrucción pública se desarrolla por grados sucesivos con cursos pre-establecidos sobre materias definidas. El contenido de la enseñanza para extensión, puede abarcar todas las cuestiones de interés para la agricultura y la economía doméstica, proyectándose en cada momento los in-

tereses y las necesidades de los individuos, en relación con algún problema inmediato. La enseñanza en la extensión suele ser tan poco definida que a veces es difícil distinguir las actividades educativas de las actividades destinadas a proporcionar algún servicio.

La enseñanza en el proceso de extensión, se ha comparado algunas veces con una actividad de tipo comercial; se ha dicho que el extensionista se dedica fundamentalmente a vender ideas.

En efecto, muchas de las técnicas que emplea un buen vendedor para colocar mercancías o servicios, tienen una aplicación directa en los procesos de extensión. Pero unas transacciones comerciales, encaminadas a lograr un beneficio personal o privado, mientras que las otras constituyen un proceso de educación, llevado a cabo por su servicio público, para lograr cambios en las actitudes, las capacidades o los conocimientos de los individuos.

Los métodos de enseñanza que emplea el extensionista, influirán de un modo directo en la eficacia de sus esfuerzos. Así ocurre siempre ya se trate de un agente de extensión de una región o de un especialista del estado, o ya sea discípulo un agricultor, una ama de casa rural, un joven campesino o una persona que viva en el campo.

Es esencial un conocimiento de las posibilidades y limitaciones de las técnicas de enseñanza disponibles, para poder hacer una elección inteligente y un uso eficaz de los mismos.

El extensionista tiene que aplicar constantemente un buen criterio para elegir las técnicas de trabajo que considere adecuadas para la realización de la tarea que en cada caso se le exija. Debe buscar el método o la combinación de métodos, que sea probable - que resulten más eficaces que otros, para alcanzar las metas perseguidas.

Estas metas pueden ser, el desarrollo de interés hacia un problema el estímulo de un grupo para que emprenda una acción cooperativa, la mejor preparación de los individuos para realizar - sus trabajos agrícolas o para efectuar las tareas propias del hogar, o la obtención de una aceptación de los resultados de la investigación científica para la producción, comercio y consumo, de los productos agrícolas.

El objetivo del extensionista debe ser siempre tanto el aprovechamiento óptimo de todos los esfuerzos hechos en años de enseñanza, como la obtención de los beneficios de cualquier actividad educativa en particular.

El problema que se le presenta al extensionista, es tener - que elegir la técnica más adecuada para cada tarea educativa que tenga que realizar, no es un problema fácil. El extensionista va a tratar de influir en la conducta de un gran número de personas, cuyas situaciones de vida están sujetas a continuos cambios, como

consecuencia de los progresos económicos y sociales.

Extensión es enseñanza en el sentido más amplio de la palabra. No es la educación formalizada del salón de clases ni el trabajo de asignación día por día, como se piensa generalmente, sino en aquella que aporta los conocimientos para el mejoramiento de las prácticas en el campo y en el hogar, o las soluciones a problemas específicos.

La extensión es demostración práctica; es "aprender haciendo" presentar resultados a través de demostraciones de prácticas bien probadas y aceptadas. Su acción alcanza todos los niveles de la familia rural esencialmente.

Clasificación de los métodos de extensión.

Al estudiar las situaciones existentes en relación con el posible aprendizaje, y al planear las actividades de enseñanza, el extensionista se enfrenta a una gran variedad de técnicas de enseñanza. El criterio que se aplique para elegir el método que se considere más apropiado para cada caso particular y la habilidad con que se usen las técnicas correspondientes influirá de un modo directo en la calidad y cantidad del aprendizaje que se logre con el esfuerzo aplicado a la enseñanza.

Los métodos que se usan para la enseñanza con fines de ex-

tensión se pueden clasificar de diversas maneras. Cualquiera que sea la clasificación, ya sea respecto a la forma o al número y naturaleza de los contactos que se establezcan es conveniente recordar que en las prácticas la situación relativa de maestro y discípulo suele exigir el uso de dos o más métodos de enseñanza. Por ejemplo, una visita a la oficina en que predomina la comunicación oral, puede dar origen también al empleo de material escrito o gráfico, preparado para su distribución al público en general o para su uso en las reuniones.

Además de la distribución consciente de información mediante los diversos métodos de que puede disponer el personal de extensión, tiene mucha importancia la difusión indirecta de conocimientos resultante de actividades específicas y del esfuerzo total dedicado a la enseñanza.

La magnitud de esta influencia indirecta y los factores que la afectan, ha llegado a ser un elemento importante para evaluar los resultados de la extensión.

Tanto los boletines como los folletos, los artículos informativos y las cartas circulares y personales se basan fundamentalmente en la palabra escrita, aunque se usen con frecuencia ilustraciones, como ayuda visual para la comprensión del mensaje impreso.

El uso de la palabra oral caracteriza a los diversos tipos de reuniones generales y especiales, celebradas o propiciadas para el personal de servicio de extensión. Las películas, las diapositivas, las gráficas y otros elementos de apreciación visual, suelen contribuir a mejorar la atención, mantener el interés o aumentar la eficacia educativa de las reuniones. Las visitas a los ejidos y a los hogares rurales, las visitas de los campesinos a la oficina y a las llamadas telefónicas, también por base la comunicación oral. El empleo de la radio, desde luego sólo permite la presentación oral.

Los métodos de enseñanza objetivos o visuales que se basan casi exclusivamente en la apreciación por medio de la vista, comprende las demostraciones de resultados, las exposiciones, los carteles, las películas, las gráficas y otras exhibiciones visibles. Estos elementos se usan con frecuencia como complemento de la palabra escrita u oral. Las demostraciones, las reuniones para dar a conocer resultados objetivamente, y los programas de televisión son en general una combinación de presentación oral y visual.

El extensionista tiene que procurar que sus discípulos realicen lo que hayan aprendido, cada vez con mayor perfección y con mejor calidad en su acción. El grado de intensidad del aprendizaje no depende solamente del número de veces que se hagan las cosas, sino de la intensidad del esfuerzo que el que aprende ponga

en cada repetición. Una acción intensa vivida, puede ser suficiente para aprender mientras que una serie de repeticiones realizadas sin entusiasmo, puede ser completamente infructuosa.

Los medios a que puede recurrir el personal de extensión para lograr resultados positivos son la radio, los artículos informativos, los carteles y las exposiciones, pueden atraer la atención del público y despertar su interés. Una visita al ejido o al hogar puede servir para atraer la atención de ciertos individuos. Otros métodos, como los boletines, las cartas circulares, la demostración de resultados, las demostraciones de métodos, las reuniones con discusión de temas, pueden servir para convencer al público de que puede y debe llevar a cabo el cambio que se le recomienda. La actividad de la enseñanza sirve para poner en marcha la acción de las personas, puede ser una visita al ejido, a la comunidad de los interesados, a la oficina del servicio, o cualquier otro de los instrumentos al alcance de personal de extensión.

Aplicación en la banca oficial.

La función primordial del extensionista es la de elaborar el material informativo, didáctico y audiovisual necesario para un buen desarrollo de los programas a llevarse a efecto. Informar al personal de la institución, sobre las funciones y programas que llevan a

efecto las distintas sub-direcciones y gerencias, para una mayor efectividad de sus servicios. Aparte comunica al personal del banco los avances y acontecimientos agropecuarios relevantes.

Es el encargado de dar una imagen adecuada de la institución y una disposición solidaria para conseguir los cambios educacionales que permitan un mejor aprovechamiento de los recursos humanos, naturales y económicos en beneficio de los campesinos de México.

Funciones:

1.- Coordinar la elaboración y uso del material informativo, de acuerdo con la política establecida por el sistema Banco Nacional de Crédito Rural, S. A., en beneficio del agricultor, personal técnico y público en general.

2.- Procurar la necesaria información científica y tecnológica dentro y fuera de la institución.

3.- Selecciona los medios de comunicación adecuados para cada uno de los objetivos de información.

4.- Planear y realizar investigaciones tendientes a evaluar y seleccionar los métodos de extensión aplicables al campo agropecuario.

5.- Colaborar y coordinar con los departamentos del Banrural y sus filiales la debida ejecución de los programas de extensión que -

se establezcan.

6.- Producir información para instituciones públicas y privadas interesadas en la política y programas establecidos por Banrural al igual que colaborar con dichas instituciones en programas específicos de extensión agropecuaria.

7.- Programar y realizar investigaciones socio-económicas en el campo agropecuario, tendiente al mejor aprovechamiento de los recursos humanos, naturales y económicos de los diversos núcleos rurales.

8.- Promoción educativa para el mejoramiento del nivel de vida de los acreditados, a la vez de proporcionarles una adecuada orientación para el correcto uso de los servicios crediticios y técnicos que le proporciona el sistema Banco Nacional de Crédito Rural.

9.- Proponer a la Dirección los programas de extensión que deban ser llevados a cabo para el logro de los objetivos de la institución.

10.- Opinar y proponer a la gerencia respectiva las necesidades de personal, equipo y presupuesto para efectuar programas de extensión y divulgación.

Elabora, ejecuta, analiza y evalúa estudios, proyectos e in-

investigaciones en el área de extensión agrícola por medio de la aplicación de técnicas modernas de investigación.

Adaptación de la información técnica a los niveles de acreditados y público en general.

Aplicación de la extensión agrícola en proyectos específicos de capacitación, cursos y conferencias.

CONCEPTOS . - La importancia de la comunicación como instrumento del desarrollo social y económico-agrícola y de otro orden debe quedar fuera de duda. El desarrollo supone, por ejemplo, transformaciones en las maneras de cultivar la tierra. Pero la tierra es cultivada por el hombre. Por tanto, la transformación del hombre de sus ideas de sus hábitos, de sus sentimientos, de sus prácticas de vida y de trabajo es previa y no puede operarse si no es mediante alguna suerte de la comunicación.

Un reconocimiento claro de la importancia de los mecanismos de comunicación para el desarrollo, es la existencia misma de los servicios de extensión. No es vano, en efecto, la característica saliente del extensionista en su competencia para comunicar, para divulgar ideas, normar prácticas, por eso es que el extensionista es ante todo, un metodólogo de la comunicación; un experto en la didáctica de la educación informal de las masas rurales.

Cada uno de los diversos aspectos de profesión de extensión es importante. Pero es difícil pensar en alguno que revista

mayor trascendencia que la metodología. Y es que en el conocimiento de ella, radica la diferencia fundamental entre los extensionistas y los que no lo son.

El investigador agrícola se ocupa de ampliar los conocimientos sobre agricultura mediante la experimentación científica. El funcionario agrícola de fomento, se ocupa de hacer cosas para los campesinos o de darles cosas.

El extensionista ni hace cosas para el campesino, ni le da nada. Su misión ya lo indica su propia denominación, consiste en extender los conocimientos acumulados por los investigadores, hasta los agricultores; en enseñar al agricultor a valerse mejor por sí mismo.

El extensionista es pues, un maestro; pero no un maestro que enseña en un aula, sino una especie de "profesor" ambulante, que lo mismo puede educar en el campo, que en el hogar, o en una reunión, o en una simple charla informal. Pero que, además de saber la materia, tiene que saber el método de divulgarla, de extenderla entre los campesinos. Porque saber algo, es muy distinto a saber enseñarlo.

Es, pues, el extensionista una forma de arquitecto de la conducta humana, un practicante de la ingeniería, del comportamiento

que el Estado sitúa en el campo, para que induzca a la población rural a adoptar determinadas formas de pensar, sentir y actuar, que permitan a ella aumentar su producción y su productividad y elevar sus niveles y hábitos de vida.

En suma, el extensionista es un educador y el instrumento de la educación es la comunicación.

La parte de la extensión que se ocupa de la comunicación es la metodología.

Toda persona normal tiene aptitudes básicas naturales para comunicarse con los demás. A veces, lo hace pasivamente. A veces activamente. Habla y escucha, ve y muestra o demuestra. Usa de sus sentidos para expresarse y para captar las expresiones de los demás.

Pero ver y oír no quiere decir necesariamente entender, ni menos actuar, según lo entendido. Hablar no es sinónimo de ser entendido. Mostrar o demostrar no supone automáticamente haberse comunicado.

El hombre nace con la capacidad básica para usar sus sentidos de modo que pueda comunicarse. Pero no nace con capacidad para comunicarse ni eficaz ni eficientemente.

Y el extensionista -en su conducción de comunicador profesional- está obligado a comunicarse eficaz y eficientemente. Por tanto, tiene que desarrollar su capacidad de comunicación. Y tiene que hacer esto, a nivel que no se exige a otros profesionistas no envueltos en responsabilidades educativas.

De ahí que el conocimiento de la metodología de la comunicación en extensión, sea tan importante para el extensionista.

NATURALEZA DE LA COMUNICACION. Al oír o leer la palabra "comunicación" se podría pensar casi automáticamente, en carreteras o en telégrafos. Esto es lo corriente y uno estaría en lo cierto si pensara así, pero, es bueno recordar que esa palabra no sólo se aplica al transporte de personas u objetos a través de vías camioneras. Tampoco es válida únicamente para describir sistemas de --trasmisión y recepción de mensajes alámbricos o inalámbricos. En un sentido mucho más amplio, la palabra "comunicación" se aplica al conjunto de sistemas de relación entre los seres humanos. La comunicación es un proceso natural, un fenómeno social, un arte aplicado y una ciencia social, emergente y como actividad especializada, una nueva profesión.

"COMUNICACION" viene de la palabra latina "COMMUNIS" que sirve para indicar algo poseído colectivamente. El ser humano normal no puede existir solo, necesita ponerse en contacto con sus

semejantes para cumplir sus fines vitales. O en otros términos, se comunica con los demás.

¿Qué es lo que comunica? ¿Qué es lo que posee, en común con los otros? Ideas, sentimientos, acciones que provienen de su experiencia, es decir, del conocimiento empírico que adquiere del mundo en que vive -seres y cosas- a través de lo que sus sentidos le permitan percibir.

Comunicarse es, pues, entre otras cosas compartir experiencias; intercambiar ideas; sentir emociones y ser capaz de hacerlas -sentir a otros; entender y ser entendido; dar y recibir; asimilar conceptos que otros emiten e infundir, a su vez, las ideas propias en -las mentes ajenas; persuadir, ejercitar influencias; transmitir y recibir pensamientos, sensaciones, actitudes; provocar interacciones; operar cambios mutuamente; modificar la conducta de los demás y la -propia.

Comunicar no es, pues, el sólo acto de emitir mensajes o señales ni la acción de usar medios o canales. Es, más bien, el arte de provocar significados y producir compartimientos.

Comunicarse no es -en un sentido estricto- hablar, dibujar o escribir. Comunicarse es producir cambios en el pensamiento, en el sentimiento y en la acción de las personas. Comunicarse es ha-

blar, dibujar o escribir con la definida intención de lograr que las personas se comporten de un cierto modo en particular. O, más exactamente aún, comunicarse es producir esos compartimientos mediante el uso de la redacción, el dibujo, la locución, etc.

La comunicación es, en suma, un proceso de intercambio de experiencias por el cual los seres humanos modifican mutuamente su conducta y establecen relaciones entre sí para pasar de la existencia individual aislada a la existencia individual social comunitaria.

Propósito de la comunicación.

Nuestro propósito fundamental en comunicación, es el de — llegar a ejercitar influencia, a afectar la conducta de los demás, a modificar a nuestro medio ambiente físico y a nosotros mismos, a convertirnos en factor determinante, a tener voto decisivo en el — curso de las cosas.

En resumen, nos comunicamos para influenciar, nos comunicamos con la intención de afectar el comportamiento ajeno.

Al comunicarnos, estamos pues, conscientes o inconscientemente, tratando de que los destinatarios de nuestra comunicación interpreten la realidad en la forma que nosotros la interpretamos. Es decir, estamos tratando de obrar en el ánimo de las demás per-

sonas para que éstas acepten nuestro punto de vista. Tal vez hacemos esto abierta, desembozadamente, o lo hacemos de modo que nuestra intención resulte escondida. A veces, hacemos esto en forma de liberada; otras veces, inconcientemente. Nos comunicamos para convencer a los demás de nuestras ideas. Es lógico y lícito que así ocurra. Quien intenta comunicarse está tratando de persuadir a otro -siquiera en mínimo grado- de algo que él cree o siente o hace.

El propósito general del hombre en función de comunicador es pues, el de producir cambios en el sentir, en el pensar y actuar de los demás. Si no ha habido el cambio deseado, si no se produjo la "respuesta" deseada ante el estímulo empleado, puede considerarse que la comunicación ha sido fallida, o más radicalmente aún, puede afirmarse técnicamente que no hubo comunicación. Al extensionista se le llama "agente de cambio". y es que en verdad, corresponde al extensionista, como profesión el permanente y noble afán de cambiar la mentalidad y el comportamiento de millares de seres humanos que viven en el campo, para el bien de ellos mismos y de los demás miembros de la colectividad.

Ante esta propuesta de cambio -intento de comunicación- la reacción del sujeto de la comunicación puede ser negativa o positiva. Por ejemplo cuando el extensionista propone a un campesino substituir un arado antiguo por otro moderno, el campesino puede acep-

tar la propuesta o puede rechazarla. Si la acepta hay comunicación. El que la rechace es el equivalente a que no hubo comunicación. El secreto del oficio del extensionista es lograr persuadir a los campesinos que cambien, que acepten la propuesta.

Elementos y proceso de la comunicación.

Para que haya comunicación, tienen que estar presentes los siguientes elementos: fuente, mensaje, emisor, señal, canal, receptor, destinatario.

La fuente es la persona que desea comunicar a otra persona una de las experiencias que ha comunicado en su vida.

El mensaje es aquella experiencia, en particular, que la -- fuente tiene en mente comunicar.

El emisor es el aparato o mecanismo de que dispone la fuente para transformar su mensaje en una señal.

El canal es el vehículo mediante el cual la fuente tratará de llevar su mensaje al destinatario.

El receptor es el aparato o mecanismo de que dispone el destinatario para captar la señal emitida por la fuente.

El destinatario es la persona a quien la fuente intenta comunicar aquella experiencia.

El proceso de comunicación -que envuelve la participación de todos esos elementos- consiste en el "paso" de la experiencia de una persona a la otra.

Es, aparentemente, un proceso de "transmisión", de modos de pensar, sentir y actuar de un ser humano a otro u otros, o - sea un mecanismo concatenado que permite intercambiar experiencias entre los seres humanos, ya que éstos pueden ser fuente y destinatario, alternativamente.

Las modernas investigaciones y los más recientes planteamientos teóricos, sin embargo rechazan esa noción de "transmisión" anotando que ella supone posible que, por ejemplo, un hombre que pueda inyectar en la mente de otro hombre una idea; niega tal posibilidad. Sostienen que lo que, en verdad ocurre, es que el hombre es capaz de producir estímulos (las señales) que constituyen experiencias nuevas para sus destinatarios, mediante las cuales podrán evocar en ellos experiencias previas conectables con la nueva, o sea que el hombre no puede aprender nada nuevo como no sea sobre la base de alguna suerte de conexión.

La función de la fuente es seleccionar (decidir) cuál de sus experiencias va a intentar comunicar. La función del emisor que tiene la fuente es la de cifrar el mensaje, convertirlo en señal. Si no ocurre esa conversación, si la idea no se transforma en al-

una especie de signo o símbolo (sonido, grafía, dibujo, etc) la idea es incomunicable, permanece sólo en la mente de quien actúa de - fuente.

La función del canal es portar, transportar la señal hacia su destino.

La función del receptor que tiene el destinatario es descifrar la señal, convertirla en mensaje.

La función del destinatario es interpretar el mensaje y, en consecuencia, reaccionar ante él en uno u otro sentido.

En el caso de un extensionista que, por ejemplo habla a un campesino, podemos identificar los elementos y el proceso de la comunicación de esta manera:

FUENTE: El extensionista: su mente, sus emociones, su personalidad.

MENSAJE: Una idea del extensionista que él extrae-selecciona de su conjunto de experiencias.

EMISOR: El mecanismo que genera la voz del extensionista. El aparato bucal, operando por acción de impulsos neurocerebrales, capta la idea y la cifra convirtiéndola en ondas sonoras que constituyen signos (señales), (palabras) del lenguaje (código) oral del extensionista.

CANAL: El aire por el cual viajan las ondas sonoras.

RECEPTOR: El aparato auditivo del campesino que capta esas señales sonoras y las descifra, para reconvertirlas a su forma original.

DESTINATARIO: El campesino, cuya mente interpreta las señales descifradas, recibiendo así el mensaje.

El efecto de la Comunicación.

El ser humano se comunica con algún propósito, trata de causar algún efecto en la personalidad de su destinatario, busca alterar la conducta de éste, tiene la intención de lograr algún resultado de su esfuerzo de comunicación.

La respuesta de una persona ante un determinado estímulo - dependerá entre otros de los siguientes factores que operen sobre ella.

- a) El mensaje en sí mismo.
- b) El estado de personalidad del destinatario.
- c) La situación dentro de la que está el destinatario en el momento de recibir el mensaje.
- d) La influencia de los valores del grupo humano al que pertenece el destinatario en relación con el contenido (intención del mensaje) .

La definición del efecto a causarse debe merecer la preocupación constante del extensionista. Si ello no ocurre, corre el riesgo de que desperdicie esfuerzos o construya mal su mensaje por no haber sabido definir su finalidad.

Más aún suele ocurrir que algunos comunicadores llegan al error de interesarse tanto en producir mensajes y en escoger y manejar canales, que olvidan la intención y el efecto, o sea la comunicación por sí misma, la comunicación sin meta definida, sin función ni utilidad verdadera.

- a) El mensaje debe formularse y producirse de manera que obtenga la atención del destinatario.
- b) El mensaje debe elaborarse, a fin de que pueda transmitir el significado correcto, mediante el uso de signos que sean comunes a las experiencias de la fuente y del destinatario.
- c) El mensaje debe relacionarse con alguna de las necesidades fundamentales de la persona humana, debe despertar impulsos, tensiones productivas y, seguidamente, debe sugerir algunas maneras para satisfacer esas necesidades, que sean correspondientes y adecuadas a la situación del grupo en que es posible que se encuentre el destinatario en el momento de ser impulsado, estimulado, a dar la respuesta que de él espera la fuente.

CLASIFICACION

No existe ningún método óptimo de comunicación en general.

Existen muchos métodos y cada uno de ellos presenta ventajas y desventajas para cada caso particular de comunicación.

Existe por otra parte la posibilidad de combinar varios de esos métodos para lograr un determinado cambio en un determinado sector del público.

El extensionista tiene que conocer todos los métodos de comunicación para poder seleccionarlos y para saber emplearlos según convengan a cada una de sus necesidades de comunicación.

La selección y uso de los métodos no depende del azar ni del capricho de querer aplicarlos. Depende del tipo de gente con que aspire a comunicarse el extensionista, del propósito que anime su conversación, de la naturaleza del mensaje que quiera comunicar y de la disponibilidad de métodos y materiales para cada uso.

El nivel de educación de la gente y las oportunidades para leer, determinarán la importancia del uso de métodos escrito. El comunicar a los agricultores la situación del mercado requiere una técnica muy diferente a la empleada para cambiar hábitos alimenticios. También hay diferencia entre las herramientas empleadas para ense-

ñar a una persona y las utilizadas para emplear la influencia sobre grupos. Factores tales como las habilidades del extensionista, la edad de los educandos, el clima, la época, los materiales y facilidades disponibles, pueden hacer más ventajoso el empleo de ciertos métodos que el de otros.

Lo corriente es que el extensionista tiene que estudiar las características de algunos métodos tradicionales en su trabajo; la entrevista, la reunión, la demostración de métodos, la demostración de resultados y las giras o días de campo; o que pretenda atender sus diversas necesidades de comunicación aplicando sólo un método.

Cuando se trata de apelar a otros métodos por ejemplo, la radiodifusión, la función de títeres, la publicación de folletos, etc., son pocos los extensionistas que prefieren no hacerlo. Entre las razones con que suelen justificar esa actitud unilateral hacia la metodología, están la "falta de tiempo", la "falta de habilidad" y la idea de que el uso de esos otros métodos es algo que corresponde al especialista en comunicación o a profesionales de artes plásticas.

Ninguna de esas razones tienen bases valederas. ¿Cómo puede faltarle tiempo para hacer lo que es el meollo de responsabilidades? Ello equivaldría a que un maestro sostuviera que se halla tan ocupado enseñando que no puede preocuparse de usar ciertos recursos de enseñanza ni preparar ciertos materiales didácticos.

El extensionista como ya se ha dicho, es un comunicador. Pero nadie pretende que el extensionista sea un especialista en comunicación. Para dibujar cosas simples, en función educativa, no hace falta ser un gran dibujante. Para escribir un sencillo libreto radiofónico y emitirlo, no es necesario ser un experto en radio. Para escribir un buen artículo de prensa o un folleto, no es conveniente que el extensionista se convierta en un consumado redactor profesional.

Los maestros de escuela, por ejemplo, no son ni redactores, ni dibujantes, ni fotógrafos, ni cinematografistas profesionales. Pero usan según sus necesidades de enseñanza -diversos métodos de comunicación y preparan al máximo de sus capacidades- varios de los materiales auxiliares de esos métodos.

Lo propio debe hacer el extensionista.

Hay materiales de comunicación que -por sus características locales- debe preparar el mismo, con las habilidades y recursos de que disponga.

Hay otros que -por su naturaleza y por su cantidad- tienen que ser preparados, en una oficina central, por especialistas en comunicación.

Ni el extensionista debe esperar que la oficina central le prepare todos sus materiales que necesita, ni la oficina central debe esperar que el extensionista resuelva, por sí sólo, todos sus problemas

de comunicación.

Las responsabilidades deben estar proporcional y armónicamente repartidas entre unos y otros.

Esto nos lleva a reiterar la necesidad de que el extensionista asuma a fondo sus responsabilidades de conocer la metodología de comunicación.

CLASIFICACION DE LOS METODOS.- Para facilitar el estudio de los métodos, es conveniente agruparlos.

Esto se hace, entre otras formas, según en la manera en que se vayan a recibir los mensajes o según el número de personas sobre las personas que se pretende influir.

CLASIFICACION POR NUMERO DE PERSONAS ALCANZADAS.
El extensionista puede comunicarse con un agricultor, con un grupo de agricultores o con grandes masas de población. Por consiguiente, de acuerdo con el número de personas alcanzadas, los métodos de extensión pueden clasificarse.

- a) De comunicación con individuos.
- b) De comunicación con grupos.
- c) De comunicación con masas.

Métodos de comunicación con individuos.- A pesar de que un extensionista puede alcanzar con ellos sólo a un número reducido de cam-

pesinos o amas de casa rural, siempre es recomendable su empleo. Los métodos individuales se prestan muy bien para ganar la confianza de líderes y de otros personajes rurales. Los cambios logrados con estos métodos pueden servir de ejemplo facilitando el empleo de las otras categorías de métodos para introducir las nuevas prácticas o conocimientos. Además permiten un íntimo contacto con la gente y un adecuado conocimiento del área y de las características de la población. La influencia de los contactos individuales es apreciable en cualquier programa de extensión. Los conocimientos o ideas que se extienden a través de ellos pueden ser específicos y adaptados al caso de un ejido u hogar determinados. Pero sus costos son elevados. Los métodos de comunicación individual son los siguientes:

Visitas al ejido y al hogar.

Consultas a la oficina.

Consultas telefónicas .

Cartas.

Demostración de resultados.

Métodos de comunicación con grupos.- Este es un conjunto de métodos muy importante en extensión. Su aplicación requiere la presencia del agente de extensión o del líder ante su público y proporciona la posibilidad del intercambio de comunicación. Es decir, hay oportunidades de que se produzcan preguntas y respuestas y se den opiniones.

La principal ventaja de estos métodos reside en la posibilidad de abarcar a la vez, a un número significativo de personas sin que se pierda la relación personalizada del agente con tales personas.

Además, fomentan las actividades sociales y cooperativas, permiten el uso de herramientas de enseñanza tanto escritas como auditivas y objetivas y se prestan mucho para reunir a personas que tienen los mismos intereses.

En la mayoría de los casos la aplicación de estos métodos facilita el descubrimiento de estos líderes, la organización de los agricultores y el desarrollo de las personas a través de su participación en discusiones, demostraciones e informes.

Los resultados obtenidos por estos métodos pueden ser utilizados para extenderlos mediante las técnicas de comunicación con las masas.

También facilitan el intercambio de experiencias, dando variación a la enseñanza y permiten extender -con celeridad mayor que - los individuales y a un costo menor- ciertos conocimientos.

La comunicación con grupos se puede establecer mediante los siguientes métodos:

Días de campo.

Reuniones.

Giras.

Cursos cortos.

Demostraciones de práctica.

Funciones de títeres.

Conferencias auxiliadas por el uso de: la pizarra, el portafolio, el franelógrafo, el imanógrafo.

Métodos de comunicación con masas. - Estos métodos no permiten que el extensionista y la población se encuentran frente a frente. Su ventaja reside en su bajo costo unitario en la gran masa de gente que alcanzan y en su celeridad.

Se prestan para anunciar reuniones, promover la comprensión y el entusiasmo, estimular el interés y atraer la atención. Con ellos se puede informar a gente que no es influenciada por los otros métodos y se puede distribuir un mensaje rápido y repetidamente, salvando problemas de tiempo y también de distancia.

Entre estos métodos se encuentran los que se enumeran a continuación:

Artículos de prensa.

Programas de radio.

Cartas circulares.

Folletos.

Carteles.

Exhibiciones.

Cine.

Televisión.

METODOS DE COMUNICACION CON INDIVIDUOS.

Entrevistas o consultas en la oficina. - En este método existe relación directa entre el agente de extensión y la persona que desea información. La relación es buscada por el agricultor o el ama de casa. Como la entrevista no se realiza ni en el terreno ni en el hogar, el ambiente es distinto a aquel en que se presenta el problema motivo de la consulta.

A pesar de que el trabajo de extensión no es una labor de oficina, la concurrencia a ella de un buen número de agricultores y amas de casa en busca de los consejos del agente, es una prueba concreta del progreso del servicio y del aumento de la confianza que deposita en él la gente rural. Hay una relación entre el número de prácticas adoptadas como resultado de todos los esfuerzos del servicio de extensión. Para que la atención de las consultas se haga en forma efectiva se requiere que el agente conozca muy bien las condiciones de la agricultura y de la vida rural, de la zona en que trabaja también se precisa que el extensionista se haya ganado la confianza de los agricultores.

METODOS DE COMUNICACION CON GRUPOS.

REUNIONES

En extensión se llama "reunión" a cualquier agrupación de dos o más personas que tienen un problema común y están en un proceso de interacción con un líder o agente de extensión, con el propósito de comunicarse alguna idea o conocimiento.

Se clasifican como tales, tanto a las pequeñas reuniones de dos a cinco personas que forman una comisión o comité, como a las asambleas con asistencia numerosa.

El local donde se junta el agente puede ser de la más variada índole, como un centro o club social, una escuela, un tejabán, o, simplemente, al aire libre. Asimismo, las materias que se pueden presentar o discutir son muy diversas.

Una reunión de carácter general puede tener uno o varios de los siguientes propósitos:

- a) Suministrar a los asistentes información sobre agricultura, mejoramiento del hogar, política agraria y otros problemas o asuntos de importancia o de actualidad.
- b) Intercambiar conocimientos o experiencias entre los asistentes.

- c) Desarrollar líderes.
- d) Planear trabajos.
- e) Recrear a la concurrencia.
- f) Promover la organización de los agricultores.

VENTAJAS DE LA REUNION.

Las siguientes son sus principales ventajas:

- a) Informa directamente y de una vez a varias personas.
- b) Estimula las relaciones entre el agente y la población rural.
- c) Promueve las interacciones de la gente y su organización.
- d) Facilita la recreación.
- e) Permite la acción mancomunada.
- f) Es efectiva en relación a la adopción de nuevas ideas.
- g) Promueve los cambios de conducta. Se ha comprobado que estos cambios se producen con mayor facilidad en los sectores donde la gente asiste con más frecuencia a las reuniones.

CLASIFICACION DE AYUDAS VISUALES.

Los seres humanos nos comunicamos principalmente en forma oral quizá porque hablar es algo que podemos hacer casi automáticamente, sin exigencias de preparación previa y sin necesidad de equipos, métodos, medios o materiales.

Pero los materiales y las palabras no bastan.

CLASIFICACION.

Existen diversas clasificaciones de las ayudas visuales y las listas detalladas y completas de ellas, incluyendo muchos de los modernos auxiliares mecánicos de la enseñanza. Sin embargo, es probable que estén entre las más conocidas, para el trabajo de extensión las siguientes son:

PICTORICAS:

Pizarrón.

Franelógrafo.

Imanógrafo.

Portafolio.

Diagramas, cuadros, láminas.

Carteles.

Exhibiciones.

TANGIBLES:

Especímenes.

Modelos.

Maquetas .

Títeres.

FOTOGRAFIAS:

Fotografías.

Transparencias.

Filminas.

Películas cinematográficas.

Videocassetes.

NORMAS PARA LA COMUNICACION

I.- Normas para la comunicación hablada:

Se refieren no solamente a la forma o método de exposición, sino en cuanto a la persona, al grupo, al método, a la voz y a los ademanes.

a) Por cuanto a la persona:

El instructor debe ser presentado por alguien que tenga alguna autoridad sobre el grupo para que dé a conocer a los participantes todas aquellas actividades profesionales o de formación y de experiencia que puedan hacer que los receptores se formen una idea real del instructor y le entreguen su adhesión en un primer acto necesario que este a su vez tendrá como deberes.

Presentarse debidamente vestido.

Colocar en un sitio adecuado el equipo audiovisual.

Tener listo el material que les va a entregar a los participantes.

Ser puntual, tanto al iniciar su comunicación como al terminarla.

Dar oportunamente los tiempos de descanso.

Demostrar que tiene interés en trabajar para el grupo.

No renunciar nunca a la dirección del grupo.

b) En cuanto al grupo:

Precisar qué opinión tienen respecto a su persona.

Conocer qué interés tienen los participantes en la comunicación.

Precisar en términos de conducta qué objetivos tratan de alcanzarse.

Mantener informado al grupo en la forma en que esos fines se vayan logrando.

c) En cuanto al método:

a) Seleccionar bien el tema.

b) Usarlo con precisión.

c) Que sean actuales.

La selección del tema implica precisar a qué grado lo conoce y qué otros conocimientos debe tener para limitarlo a los objetivos.

La precisión es la limitación, no en cuanto a los que conoz-

can el grupo, sino en cuanto garantizar el logro del objetivo; jerarquizar los elementos del tema para un desarrollo lógico en el cual cada pensamiento nuevo se finque en los anteriores.

La actualización es la referente con su experiencia y las experiencias individuales en su grupo. Como parte de esta actualización el instructor deberá tener sus referencias, sus fuentes de información, etc.

d) Por cuanto a la expresión:

Se debe tener presente:

Que los significados son personales y de propiedades exclusivas.

Que habrá de ser sencillo en la exposición.

Que habrá de ser concreto.

Que habrá de ser directo.

Que habrá de ser personal.

Utilizar solamente aquellas palabras de significado común para quien transmite y quien recibe.

e) En cuanto a la voz:

En la comunicación hablada la voz adquiere una importante suma, puesto que es el vehículo de la comunicación y puede influir positivamente o en forma negativa en un mensaje. Por ello debe

ser:

Comprensible.

Agradable.

Clara.

Natural.

Flexible.

APLICACION EN EL SISTEMA DE LA BANCA OFICIAL

Proceso de comunicación institucional.

Todos estos contactos aludidos incluyen estas características físicas y humanas: un empleado bancario (comunicador) desea que un productor rural (receptor) adopte nuevas ideas relacionadas con la promoción de servicios del sistema, con el asesoramiento para la organización, tecnología y comercialización de la producción (mensajes); a través de sus expresiones orales-escritas y de sus ayudas — audiovisuales (canales).

"Comunicador", "canales", "mensajes" y "receptor" son los factores que integran el proceso de una compleja comunicación. Cada uno de ellos tiene una misión significativa, si se considera el efecto final a que llegan con su individualidad co-participación, después de conformados varios procesos de comunicación. Permanentemente los funcionarios intentan hacer llegar al acreditado diferentes

clases de instrucciones. Lógicamente, en una emisión de mensajes intervienen varias personas con diferente capacidad de percepción y de divulgación, de suerte que el último receptor, con frecuencia recibe imprecisa, incompleta e inoportunamente lineamientos. Consecuentemente después de esa inadecuada información no puede esperarse otra cosa que la captación de la deformada imagen de los servicios desarrollistas que tiene la institución para su acreditado. Resultado: un defectuoso desenvolvimiento del proyecto de crédito, visto a través de estos indicadores.

- a) Inactividad laboral del acreditado.
- b) Elevación de los costos de operación.
- c) Retraso de la acción benéfica del proyecto.
- d) Formación en el productor, de una nefasta experiencia crediticia.

Queda pues, convenido que a mayor acumulación de deficiencias en cada factor de la comunicación, mayor es la gravedad de los errores que originan. Contrariamente, la mayor atención que se tenga en su planeación, uso y evaluación, derivará menores posibilidades de conflictos.

No obstante podrá ser un lineamiento institucional con costo recuperable a largo plazo por ser educativo, en la práctica el programa de asistencia, dista de tener una aplicación ortodoxa,

fiel a su cometido. La razón es que durante el curso de su implantación se ha enfrentado a un contundente argumento: su costo es demasiado elevado.

Obligado el sistema a ejercer la asistencia de una o de otra forma, con la mira puesta en la formación de auténticos sujetos de crédito, persisten las tareas de concientizar a los factores dinámicos de la comunicación (todos los comunicadores y receptores) sobre la extraordinaria bondad que despliega un sistema organizado de información, así como la de buscar métodos que, sin perjuicio de su eficacia, los hagan más económicos. La labor formativa o educativa es precisamente la que permite reajustar el ambiente socio-cultural de un grupo, y sólo con esa adaptación, es posible favorecer la adaptación de innovaciones.

Actualmente existe una fuerte presión por reconsiderar esa deficiencia y por ello fortalecer la actitud educativa del empleado bancario. Tres recomendaciones urgentes se tienen en este sentido.

a) Establecer sencillos y económicos sistemas de comunicación operables de manera especial en el complejo Banco Rural-Sucursales A y B-Acreditado.

b) Capacitar intensivamente en técnicas de motivación, educación rural, y liderazgo productivo a todo empleado ligado directamen-

tamente a las comunidades rurales.

c) Adiestrar en métodos de promoción y en general en liderazgo productivo, a ciertos grupos crediticios extraídos de otros tantos núcleos rurales.

Un buen sistema informativo es el mejor principio para sensibilizar hacia la adopción de innovaciones. Este sistema debe incluir precisos lineamientos informativos de orden institucional; medios físicos de comunicación, y personal adiestrado en métodos de persuasión; y educación de adultos. Y como consecuencia queda dicho que "el acreditado no hace lo que le dicen que haga, sino lo que le enseñen a hacer"

METODOS DE COMUNICACION.

El promotor debe tener constantemente, una actitud pedagógica, por lo que utilizará métodos y formas didácticas que dejen en su auditorio una clara conciencia de sus mensajes. El uso de ayudas audiovisuales y despleables que concreten sus exposiciones verbales son altamente recomendables.

¿QUE DEBE LOGRAR UNA COMUNICACION EFICAZ?

Quien inicia una "comunicación persuasiva" o "comunicación eficaz" pretende siempre obtener una respuesta favorable; es decir, espera de la otra persona, que su mensaje sea:

- Perfectamente bien recibido.
- Correctamente interpretado.
- Libremente aceptado.
- Adecuadamente contestado.

Por estos antecedentes y por el hecho de tener la necesidad de comunicarse hasta 18 horas del día, es preciso conocer, entender y adiestrarse en el dominio de los elementos de que está formada la acción comunicativa.

¿CUANTAS PARTES TIENE UNA COMUNICACION?

Transmisor:	El que comunica.
Mensaje:	Lo que se dice.
Canales de comunicación:	Los sentidos del cuerpo que utiliza quien reciba lo que se dice.
Interferencias:	Los obstáculos que favorecen o impiden que se reciba lo que se dice.
Receptor:	Quien recibe lo que se dice.

En un programa de televisión:

Transmisor:	El locutor
Mensaje:	La propaganda sobre un producto.
Interferencias:	La escasez de dinero, el idioma empleado.
Canales de comunicación:	La vista y el oído.
Receptor:	El espectador del programa.
Comunicación eficaz:	Cuando el espectador compra el producto.

¿Qué debe tomar en cuenta el TRANSMISOR?

Para que la persona (receptor) modifique su conducta de acuerdo a lo que se comunica (mensaje), es necesario que el transmisor reúna, en su persona, varias características:

Preparación: Con los recursos que dispone en su persona o en su comunidad, siempre debe preocuparse por ampliar su cultura para manejar diferentes situaciones que le presente su mensaje y su receptor.

Buena disposición: Que tenga el deseo de entregar un mensaje completo, razonado, bien intencionado y con la verdad.

Conocimiento: Estar preparado especialmente en aquello que va a comunicar.

Seguridad: Estar convencido de los conocimientos con que formará y transmitirá su mensaje.

Habilidad: Que se preocupe por adiestrarse en aspectos importantes para la expresión como: analizar, sintetizar, hablar adecuadamente, ilustrar los mensajes, etc.

Conocimiento del receptor: Conocer la disposición que tenga para escuchar; saber sus intereses, sus aspiraciones y en general el ambiente que los rodea. De acuerdo con todo eso será la comunicación.

¿Qué habilidades mejoran la comunicación?

(Normas para la comunicación a un grupo).

Estos son algunos detalles prácticos que conviene tener en cuenta - para mejorar la habilidad de comunicarse con los demás.

¿En cuanto a la voz?

1. Clara, que se entienda.
2. Natural en su tono y en sus pausas, que no se oiga forzada.
3. Adecuada en su tono, con respecto a las palabras, al grupo y al ambiente que les rodea.
4. Amistosa, que su expresión lleve un mensaje de amistad.

¿En cuanto a la vista?

1. Expresiva, que refuerce cada pensamiento expresado.
2. Animososa, que aliente a la acción constructiva.
3. Entendible, que la dirección de su acción obligue a la expectación.
4. Amistosa, que su expresión lleve un mensaje de amistad.

¿En cuanto a los movimientos corporales?

El comunicador debe lograr en sus movimientos corporales y en los de los brazos y cara en particular, que sean:

1. Espontáneos, naturales, que no parezcan forzados o "estudiados".
2. Ajustados a la idea, moderados y que tengan relación con el asunto que se trata.
3. Flexibles según el tipo de expectación que muestre el grupo.
4. Vivos, que hagan más expresiva la comunicación.
5. Variados, que no sean siempre los mismos.

¿En cuanto al mensaje o asunto?

El comunicador debe hacer que su tema o asunto a tratar, cubra los siguientes pasos:

- a) Selección del tema. Naturalmente que presentará solamente el tema que se domine, que se conozca perfectamente.
- b) Estudio y determinación de los objetivos. Fijará previamente lo que va a tratar y hasta dónde se intenta llegar. Estudiará la manera de presentar el tema, para que se vaya encadenando las ideas; que cada pensamiento nuevo se apoye en un pensamiento anterior.
- c) Actualización. Se referirá a la experiencia del comunicador y a las de algunas personas del grupo. El comunicador debe averiguar los últimos resultados de tal o cual trabajo; debe tener la información posible para poder dar ejemplo y contribuir a conocer mejor los problemas y hacer posible su solución con la participación del grupo.

d) Tratamiento final del mensaje. El tema, asunto o mensaje. El tema, asunto o mensaje, debe recibir un último tratamiento con estas cuatro recomendaciones:

1. Entendible, que sea sencillo, claro, razonable.
2. Concreto, completo y breve, refiriéndose, de ser posible, a ejemplos reales o imaginarios.
3. Directo, sin darle rodeos.
4. Personal, de interés para las personas presentes.

¿En cuanto al transmisor o comunicador?

1. Al preparar la reunión, deberá asegurarse que el salón sea amplio, limpio y ordenado.
2. Deberá ser puntual, tanto para empezar su trabajo de comunicación como para terminarlo.
3. Cuando sea oportuno, dejará un tiempo de descanso al grupo.
4. Deberá demostrar interés en trabajar para el grupo.
5. Tendrá listos los documentos y materiales que se necesitarán durante la comunicación.
6. No renunciará nunca a la dirección del grupo.

¿En cuanto al receptor?

El comunicador deberá:

1. Averiguar previamente, lo que piensa la mayoría de las personas de los asuntos que se van a tratar y cómo ve la gente - los problemas.

2. Conocer los sentimientos que tengan las personas entre ellas mismas.

3. Averiguar, hasta donde sea posible, qué piensa la gente del propio comunicador.

4. Al iniciar la reunión, indicar a las personas:

a) Los objetivos que tratarán de alcanzar y

b) Las oportunidades que tendrán de intervenir.

5. Informar al grupo de cuánto se avanzó con la discusión.

Comunicar que el Banco tiende a promover el desarrollo económico del sector campesino, incorporando nuevas áreas a la producción agropecuaria, empleando intensivamente las que actualmente se encuentran en explotación e integrando las actividades agrícolas y ganaderas entre sí y con las actividades industriales.

Para comunicar conocimientos a estas personas, se debe tener una imagen lo más cercana posible como son: cómo piensa, cómo reacciona y cómo reciben los mensajes, de acuerdo a su preparación.

CONCLUSIONES

Para el campesino casi todos los recursos están limitados; no hay más tierra que la que dispone, no hay ningún tipo de capital, - no hay crédito en la mayoría de los casos; todos estos factores son fijos.

La idea de comunicar sólo de arriba hacia abajo, es condenarse al silencio, es como hablar con uno mismo y aplaudirse.

Por eso hay que ir allá y ver qué es lo que en verdad ellos necesitan y quieren y no lo que nosotros queremos "colocarles".

¿Y qué es lo que en realidad el público rural necesita?

¿Estímulos que lo impulsen a mejorar sus niveles sin exponerlos a frustraciones?

El uso de palabras y expresiones de uso general, es un medio para asegurar la comprensión amplia de los mensajes dirigidos a las masas rurales, se deberá usar mediante un gran esfuerzo un lenguaje adecuado a su vocabulario.

La evaluación debe abarcar los medios que utiliza habitualmente el comunicador como son: prensa escrita, radio, T.V. y pu-

blicaciones en general, además de otros medios de comunicación grupal, como los audiovisuales, periódicos murales, exposiciones y aún en ciertos casos, la comunicación directa.

Es evidente que el tener una división de contenidos ayudará a hacer programas más diversos que atraigan mayor público y que cumplan diferentes funciones de información.

La radio es el medio de comunicación colectivo por el cual se ha logrado mayor penetración a todos los sectores del país. Es necesario que los productores de programas radiofónicos agropecuarios aprovechen al máximo este medio para difundir mensajes de orientación e información a las personas dedicadas a las actividades del campo.

Para llegar a una comunicación "ideal" con un número considerable de gentes en el mismo tiempo y en una misma situación se debe tomar en cuenta las ventajas de comunicación grupal y agregarle las ventajas que tiene el uso de las imágenes en el proceso del aprendizaje, recuerdo, impacto y persuasión.

La incapacidad de desarrollar grupos interdisciplinarios (productores, agrónomos, sociólogos, comunicólogos, etc.), que produzcan en un esfuerzo conjunto y coordinado, los modelos de programas de acuerdo a las necesidades.

La falta de coordinación con técnicos y programas de otros organismos para poder actuar en un contexto, uniforme y congruente con las estrategias nacionales.

RECOMENDACIONES

Se espera que tanto ingenieros agrónomos como médicos veterinarios, periodistas o cualquier persona interesada en transmitir un mensaje escrito al medio rural, lo hagan con un lenguaje propio y bajo un criterio de redacción que ayude a lograr el efecto deseado en el receptor.

En este proceso de trabajo he tratado de construir una noticia a partir de una recomendación, a fin de que al redactar cumpla las dos funciones: de informar y de motivar a los productores, para que realicen las prácticas recomendadas y lograr una mejor producción, pues se considera que la búsqueda de nuevas formas que hagan cada vez más atractivo para el auditorio un mensaje y que cumpla su objetivo, debe ser una práctica permanente en toda institución de servicio.

Motivar al productor por medio de un lenguaje sencillo e incluso el propio de la región para que participe en las actividades agrícolas, pecuarias y forestales, que se llevan a cabo de acuerdo a un calendario establecido con el propósito de que llegue en el momento oportuno.

Dados los resultados de la experiencia propia, se recomienda implantar un programa de capacitación continuo para los divul-

gadores, sobre cada una de las técnicas de comunicación, que mayor impacto causen en el cambio tecnológico.

Se recomienda utilizar los audiovisuales, cuando sea necesario; ganar la confianza del público; mantener un alto grado de interés; dar a conocer o mostrar el problema existente; plantear una solución posible y mover a la gente hacia la acción.

-Que haya más programas dedicados al campo, cuando menos uno en cada lugar donde se localice una estación de radio en México.

-Que éstos sean con un horario fijo, de acuerdo con la zona. El objeto, que el oyente tenga siempre horario para recibir sus noticias y mensajes.

-Que haya informadores que quieran su trabajo y que encuentren en él, el estímulo para no dejarlo.

-La falta de evaluación en el trabajo de extensión constituye un grave problema, que debemos esforzarnos en remediar. Evaluar es necesario, para aumentar la eficiencia de los trabajos destinados a promover el bienestar rural.

-Que los medios de comunicación masiva, sean verdaderos receptores y emisores de los problemas sociales y rurales y se conviertan en instrumentos que propicien la generación de planteamientos y soluciones de dichos problemas.

-Que la información agropecuaria y forestal que las entidades públicas difunden en el medio rural, tomen en cuenta más ampliamente los ciclos y cronología de las actividades y necesidades - técnicas, económicas y sociales del sector agropecuario.

Se propone que exista una coordinación para los planes y programas en el área de extensión, procurando que la información no surja dispersa y difusa.

B I B L I O G R A F I A

1. Banagro, Divulgación y Servicios Especiales. 1968 CREDITO AGROPECUARIO Y ASISTENCIA TECNICA.
2. DGEA-SAG, Chapingo, Méx. 1974 EL EXTENSIONISMO AGRICOLA EN MEXICO.
3. DGEA-SAG, Chapingo, Méx. Ings. Gracia Fabiot y Geymonat F. Oscar. 1973 ENFOQUE Y LINEAMIENTOS GENERALES DE PROGRAMACION DE EXTENSION AGRICOLA PARA EL DESARROLLO RURAL EN ZONAS DEPRIMIDAS Y DE SUBSISTENCIA DEL PAIS.
4. Gauquelin, Françoise. España. 1972 SABER COMUNICARSE.
5. DGEA-SAG, Chapingo, Méx. Herrera Elizondo Raúl. Ing. Rodríguez Navarrete Antonio Ing. 1973 ORGANIZACION, ESTRUCTURA Y DESARROLLO DEL SERVICIO DE EXTENSION AGRICOLA EN MEXICO.
6. Pimental Mejía Adolfo. Centro Productividad. COMUNICACION DE IDEAS Y EDUCACION AUDIOVISUAL.
7. Ramsey Jorge, Frías H. Perú. 2a. Ed. 1966 EXTENSION AGRICOLA DINAMICA DEL DESARROLLO RURAL.
8. SRH, Subsecretaría de Operación. Memorándum Técnico 325. 1974 LA DIVULGACION DE LA TECNOLOGIA FAVORECE A LOS AGRICULTORES.

- | | | | |
|-----|---|------|---|
| 9. | Banagro. Depto. de Cooperación Técnica. | 1967 | UNA COMUNICACION AGROPECUARIA EFICAZ. |
| 10. | Wilson C. Meredit y Gallup Gladys. Centro Regional de Ayuda Técnica. ICA. | 1960 | METODOS DE ENSEÑANZA EN EXTENSION. |
| 11. | Shramm Wilbur. | 1972 | LA CIENCIA DE LA COMUNICACION HUMANA. |
| 12. | DGEA-SAG, Chapingo, Méx. | 1974 | EL EXTENSIONISMO AGRICOLA EN MEXICO. |
| 13. | DGEA-SAG, Chapingo, Méx. | 1973 | LA EXTENSION AGRICOLA EN MEXICO. ¿QUE ES Y QUE HACE? |
| 14. | Banagro (Prodei). Vivanco Aragón Omar Ing. | 1970 | LIDERAZGO PRODUCTIVO. UNA EXPERIENCIA EN LA EDUCACION DE ADULTOS. |
| 15. | DGEA-SAG, Chapingo, Méx. | 1974 | PROGRAMA DE ACTIVIDADES DEL DEPARTAMENTO DE DIVULGACION. |