

# LA COMUNICACION CORRECTA, ESENCIAL EN EXTENSION AGRARIA

La acción educativa de Extensión es esencialmente un proceso de comunicación de ideas y técnicas. Comprende la transferencia de información desde su fuente hasta el agricultor. Pero también es más que eso. Porque los conocimientos técnicos son inoperantes, a menos que sean aceptados como auténticos, se adaptan a las necesidades de los agricultores y sean convenientemente aprovechados. Por otro lado, el agricultor también necesita simplemente información relacionada con su medio de vida que le ayude a tomar mejores decisiones. Asimismo, puede necesitar datos sobre problemas especiales para los cuales el extensionista ha de hallar solución. Quizás necesite, incluso, hacer preguntas sobre la información que no entiende. En todo caso, es fundamental que haya la posibilidad cierta de que exista un intercambio de ideas en ambos sentidos de la información entre extensionistas y agricultores.

Descubrir problemas, inquietar a los interesados en las soluciones, promover éstas y capacitar a los agricultores para ello, son desde siempre funciones de Extensión y, por tanto, objetivos básicos del personal que se dedica a esta tarea. Seguramente que esto no lo duda ningún Agente de Extensión, pero ocurre que, quizá estamos perdiendo calidad de nivel en la forma y el modo que tratamos de efectuar nuestras comunicaciones, lo que, sin duda, repercutirá de manera di-

recta en las decisiones que adopten las personas del sector agrario afectadas por nuestros Programas de Trabajo.

La capacidad de comunicar con eficacia determina en alto grado el éxito o el fracaso del extensionista. Desde luego es necesario que pueda disponer de información técnica procedente, tanto de la investigación como de otras fuentes. Pero sobre él recae la obligación de lograr una comunicación eficaz con las personas a las que presta sus servicios, de manera que la aprovechen para mejorar su medio y manera de vivir.

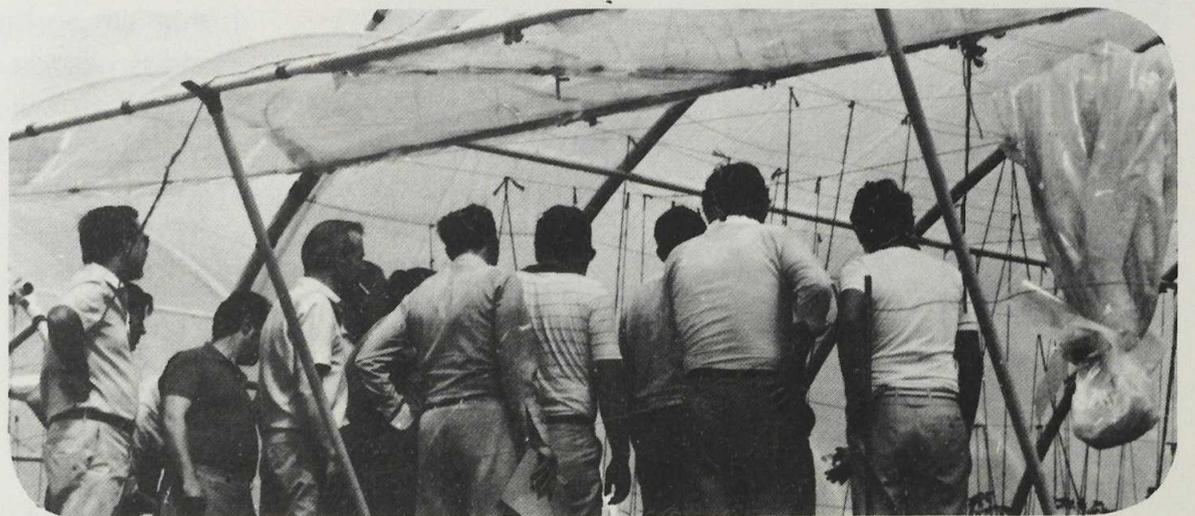
La situación didáctica se plantea cuando surge el encuentro efectivo del extensionista con estas personas. Puede adoptar la forma de una reunión individual debida a la intención de uno u otro. Por ejemplo, una visita realizada a la finca, en el hogar del agricultor, en la oficina de Extensión o en un lugar de concurrencia pública. Puede ocurrir en una demostración planteada por el Agente y desarrollada por él

mismo o un colaborador. También es posible en una reunión de discusión en la que el Agente aporta datos y facilita la adopción de decisiones.

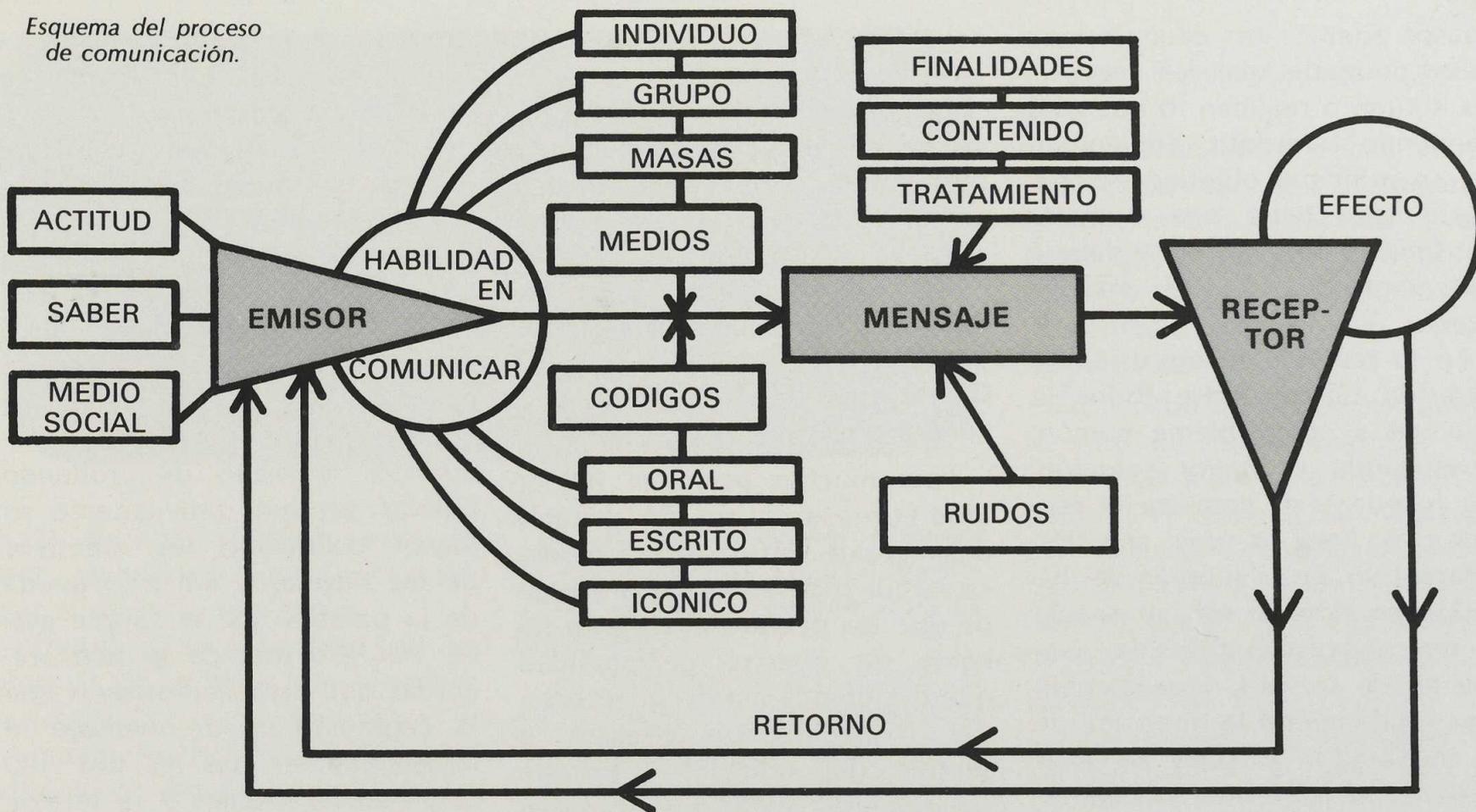
En resumen, dondequiera que se encuentre un extensionista, puede surgir una situación docente. Y debe recordar siempre que él es, en todo caso, responsable de mantener la acción comunicativa. El extensionista no puede rehuir estas situaciones porque él es, ante todo, un maestro que ejerce extensión educativa.

## La comunicación

La comunicación se define como un acto social. Es una relación entre individuos, mediante la cual se efectúa un intercambio de información o se imparte éste mediante el empleo del lenguaje, la mímica, las actitudes, los ademanes y las imágenes. Etimológicamente esta palabra viene de común, esto es, de compartir algo o de unir algo. Comunicación correcta es aquella



Esquema del proceso de comunicación.



gracias a la cual el receptor entiende lo que el emisor trata de decir. Es una situación didáctica que permite dar a conocer alguna cosa y también aprender otras.

Para que pueda afirmarse que ha habido una comunicación correcta debe darse siempre la «información de retorno» o respuesta que es, por ejemplo, la pregunta aclaratoria del receptor, o el efecto de la acción de éste en cumplimiento del mensaje.

### Los mensajes

Los extensionistas poseemos una información y unas ideas que esperamos serán recibidas e interpretadas por nuestro público exactamente como se han impartido. Muy a menudo sucede lo contrario por causa de los «ruidos» que interfieren como, por ejemplo, lagunas de información, inadaptación o mala presentación. Para evitar estas dificultades hemos de reflexionar sobre nuestras finalidades, el contenido del mensaje y la manera en que vamos a exponerlo.

Las *finalidades* u objetivos son cosa de la que debemos tener una idea muy clara. ¿Qué cambios de comportamiento queremos provocar? Puede tratarse de un cambio de conocimientos, de actitud, de técnicas o de lo que esperamos que nuestro público haga.

El *contenido* del mensaje debe tener relación con el receptor. Es decir, debe ser algo que le interese. Algo relacionado con alguna cosa que comprenda, sienta o piense; algo que le sea posible aceptar.

El *tratamiento* del mensaje influye mucho para que resulte aceptable y comprensible por el receptor. Debe estar organizado lógicamente y en términos que el receptor, varón o mujer, entienda. Asimismo, debe ajustarse a las normas sociales aceptadas. El tratamiento puede hacer que el mensaje resulte interesante, gris o aburrido.

Los mensajes, en los métodos orales, se diversifican en contactos personales como las visitas a

las fincas y hogares, las entrevistas en la oficina, las llamadas por teléfono, las reuniones de toda especie, las emisiones de radio y televisión. Con excepción de la radio y la televisión, son métodos que permiten una comunicación en ambas direcciones, lo que representa una enorme ventaja. Con ellos se puede advertir y corregir sobre la marcha toda falta de comprensión. No sólo las palabras, sino los gestos y las expresiones del que escucha ayudan a hacer más clara la comunicación.

### La charla informativa y la reunión de discusión

Aunque realmente son dos tipos de reunión, la diferencia fundamental entre una charla informativa y una reunión de discusión estriba en que en el primer caso, el emisor habla emitiendo un mensaje, como experto en el tema, y los demás receptores se limitan a escuchar, salvo al final, que se abre un coloquio. Frecuentemente en dicho caso el

emisor además de decir lo que sabe, pretende que los receptores actúen o realicen lo que está queriendo transmitir. Sin embargo, su principal objetivo es conseguir que haya una correcta transmisión del mensaje y deberá apoyarse en cuantos medios pueda.

En la reunión de discusión se trata de buscar entre todos la solución a un problema común, investigando la mejor solución, por lo que si es correcta la reunión, se llega a una solución compartida. En la reunión de discusión no sirve la sola presencia de una persona cualificada, aunque puede ser útil, y en cambio sí es fundamental la dirección de un moderador. Cuando los intereses de los asistentes son opuestos esta reunión puede convertirse en un debate y deja de ser una reunión de discusión propiamente dicha. Ahora bien, estas reuniones de discusión suelen tener una parte inicial puramente informativa que, en general, se cuida escasamente.

### **Reuniones informativas**

Uno de los métodos que más utilizamos los extensionistas en nuestras comunicaciones, es la charla informativa dentro de las reuniones. Este método está caracterizado porque el código principal de comunicación es oral complementado con recursos visuales y porque va en una

sola dirección, por lo menos, en gran parte de la reunión.

Es posible mejorar constantemente este método aumentando la habilidad, los conocimientos en comunicación y, en consecuencia, mejorando la actitud, porque hoy el sistema social predispone a la buena comunicación.

### **Causas que dificultan la comunicación verbal**

Para muchas personas, hablar ante la presencia del destinatario del mensaje es turbador y produce temor o desazón por el riesgo de que los oyentes descubran facetas de nuestra personalidad que preferimos mantener reservadas (conocimientos escasos o sentido del ridículo) y porque pretendemos evitar que degraden el concepto de nuestra imagen.

La solución está en adquirir hábito de intervenir en público y perder el miedo. Aprender y practicar las técnicas de expresión oral adquiriendo la serenidad y seguridad que son imprescindibles para hablar con claridad. La brillantez y la elocuencia son otra cosa y en todo caso hay que evitar la charlatanería para que los que escuchan entiendan lo que se quiere decir.

Pero también hay otros obstáculos e inconvenientes que deben superarse. Como, por lo común, los mensajes orales no se graban, el recuerdo que de ellos tiene el receptor puede ser muy

diferente de la intención con que fueron pronunciados. Cuando se imparten instrucciones precisas, pero sólo verbalmente, el receptor no tiene manera de referirse a lo que se dijo.

A pesar de sus problemas, la comunicación oral, si se completa con auxiliares visuales, sigue siendo un método básico para la extensión.

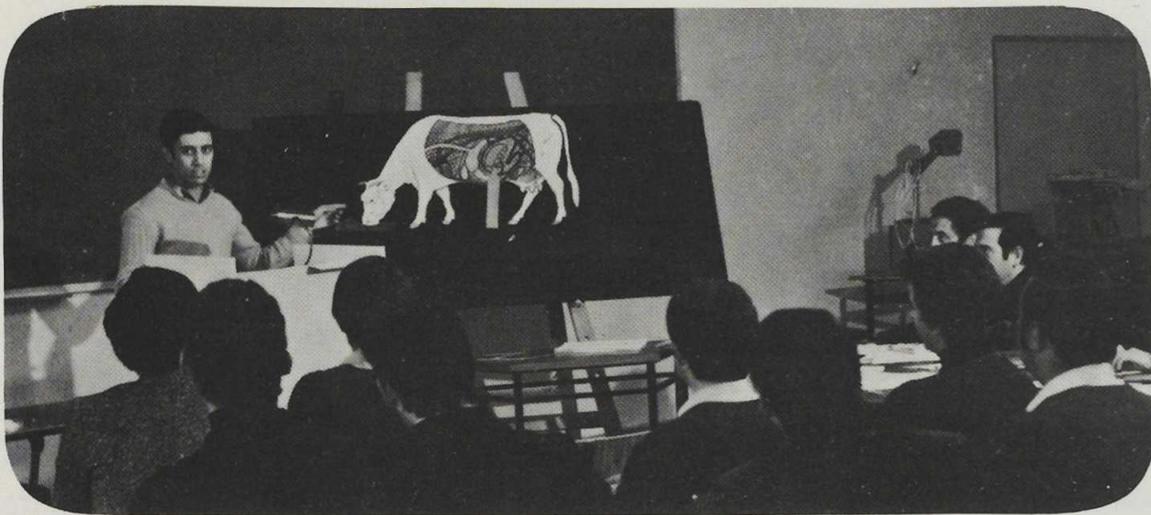
Sin embargo, con excesiva frecuencia se están desarrollando charlas sin que previamente se hayan clarificado los objetivos de las mismas y sin más ayuda de la palabra que el simple gesto. Por eso merece la pena recordar que está demostrado que la captación de un mensaje se incrementa en un 33 por 100 con ayudas visuales y se retiene y mantiene un 45 por 100 más de tiempo si el mensaje se transmite de forma visual y oral a la vez.

### **Consideraciones para un buen planteamiento de la charla informativa**

1) Hay que preparar el mensaje de forma que se transmita lo fundamental, planteándose tres preguntas fundamentales: ¿De qué hablar? ¿Cómo decirlo? ¿Cómo preparar el tema?

Es necesario acopiar material de documentación propia o experimentada y de revistas, libros o consultas a expertos. Hay que ir bien preparado y lo más y mejor documentado posible.





2) Es imprescindible seleccionar, apropiarse, digerir y organizar el discurso por partes:

*Introducción.*—Anuncio de lo que se va a decir, con claridad, expresividad, actitud sincera y excluyendo todo lo que no vaya directo al tema. Debe ser corta, inesperada y atractiva.

*Cuerpo.*—Desarrollo del tema, diciendo lo que hay que decir. Estructurar un esquema. No salirse del tema tratándolo con unidad, orden lógico y proporción. Destacar los puntos clave del tema.

*Cierre o final.*—Conclusión, recordando del mensaje lo principal que ya se ha dicho. Con sabor concreto y directo. Alertar para una causa u objetivo, inducir a la acción y, desde luego, no introducir divagaciones ni temas adyacentes; esto es muy grave.

Se puede invertir en total unos 45 minutos en la exposición y con media hora más de coloquio es suficiente.

3) Hay que anular los obstáculos, superando el miedo, sentido del ridículo, etc.

— Saber bien el tema que se va a tratar.

— Preparar muy bien el comienzo.

— Controlar la mecánica corporal.

— Desarrollar actitudes mentales de autodominio.

— Desconfiar absolutamente de los estimulantes.

4) Hay que utilizar técnicas de expresión oral ya acreditadas.

— Ejercicios respiratorios antes de empezar.

— Tono de conversación directa, mano a mano y optimista.

— Que lo oigan todos.

— Interés por el tema de la reunión. Identificarse con él.

— Huir a toda costa de la monotonía.

— Serenidad y aplomo en la compostura externa.

— Cuidar el gesto y el ademán. Autenticidad y moderación.

— Hablar claro y con lenguaje inteligible por toda persona.

— Utilizar, si hacen falta, ejemplos corrientes, casos concretos referidos a situaciones familiares y conocidas.

— Si la atención del grupo flojea, cambiar el ritmo y el tono. Hablar más despacio, o más deprisa, o levantar la voz. Usar ayudas visuales.

#### Las ayudas

Es preciso utilizar ayudas, pues, la eficacia se multiplica como ya se ha dicho (33 por 100 en captación y 45 por 100 más en tiempo). Cuando menos, es necesario utilizar una pizarra. Una charla sin ayudas adecuadas puede resultar una charla recreativa si el orador es bueno, pero nunca es una charla eficaz que se transforma en cambios, ya que el asistente lo más que recordará es lo bien que habla el

charlista, pero no lo que dijo o, si acaso, recordará alguna anécdota.

Un extensionista eficaz adaptará las ayudas de enseñanza a su materia, a la capacidad de comunicación del público y a los recursos de que se dispone. Por lo general, utilizará dos o más medios visuales.

La actitud que el emisor adopta ante su auditorio afecta con frecuencia a la transmisión de la idea. Si el comunicador aparece bien provisto de ayudas y las usa para aquéllos a quien habla, sin ostentación y como complemento, tendrá más probabilidades de transmitir sus ideas.

Para quienes se molestan en ser eficaces en su labor con las personas debe quedar bien claro que no existe ninguna rivalidad fundamental entre los distintos medios audiovisuales. La verdadera dificultad está en exponer con claridad lo que se quiere y hacer que las ideas se acepten. Para alcanzar este fin se deben emplear todos los recursos de la comunicación existentes y, además, improvisar otros sobre la marcha. De lo que se trata en cada caso es de hallar la combinación de medios más apropiados para el efecto que se busca.

Es necesario usar objetos reales o representaciones visuales de los mismos que apoyen lo que se dice al hablar. Las palabras solas se las lleva el viento. Utilizar imágenes vívidas, símbolos interesantes. Se ha demostrado que la gente aprende y recuerda mejor lo que ha visto que lo que ha oído.

Los métodos y materiales visuales constituyen un auxiliar importantísimo, y no incidental. Con su ayuda, si se entiende bien el proceso de la comunicación, es posible lograr más éxito.

**Juan Martorell Briz**  
**José Mas Candela**