# MEDIOS DE COMUNICACION CON INDIVIDUOS Y CON GRUPOS EN EL SECTOR AGROPECUARIO.

Gustavo Barreto. *

Considerando la importancia objetiva de los medios de Comunicación, hacia el Sector Agropecuario, el autor escoge como uno de los fundamentos para la COMUNICACION CON INDIVIDUOS Y CON GRUPOS en el citado sector, EL ARTE DE HABLAR EN PUBLICO, como la comunicación directa entre uno o varios individuos denominados TRANSMISORES y uno o varios (Grupo) individuos denominados RECEPTORES, para llevar y desarrollar un mensaje con el cual se creará una mentalidad definida sobre diversos aspectos, al tiempo que se inculcarán inquietudes, se definirán temas y se sembrarán enseñanzas. También ha considerado como uno de los medios de comunicación con individuos y con grupos en el sector agropecuario, LA PREPARACION DE PROGRAMAS RADIALES AGROPECUARIOS.

EL ARTE DE HABLAR EN PUBLICO, es un tema que por su contenido es supremamente amplio y de una importancia tan vital, que el autor considera desarrollarlo en doce puntos lo más resumidos posible, ya que él mismo ocuparía extensos tratados con el consiguiente tiempo y dedicación del caso. Para esto deben tenerse en cuenta una serie de aspectos que se enumeran a continuación:

1.- SENTIDO COMUN: El Sentido Común de las cosas debe imperar en el TRANSMISOR, cuando al desarrollar el tema y explicarlo al RECEPTOR ha de hacerlo con la sencillez y facilidad de asimilación, que el mismo SENTIDO COMUN lo requiere. Se podría agregar que los adelantos en el campo de la investigación y del desarrollo, han tenido como base el SENTIDO COMUN de aquellas personas o individuos que lo han sabido captar y desarrollar.

2.-MAGNETISMO Y SENTIDO DE CONVICCION: EN EL ARTE DE HABLAR EN PUBLICO, el transmisor que ha logrado superar barreras que lo onstaculizan para expresar sus ideas, logrará ejercer un magnetismo y un sentido de convicción, que lo conducirá a obtener los resultados propuestos y la clara atención y asimilación por parte del receptor. Deben tenerse muy en cuenta estos dos aspectos enumerados anteriormente como son: MAGNETISMO Y SENTIDO DE CONVICCION.

3.- PERSONALIDAD DEL INDIVIDUO QUE TRANSMITE Y CAPTACION DEL INDIVIDUO O INDIVIDUOS QUE RECIBEN (TRANSMISOR Y RECEPTOR). La personalidad es fundamental en el receptor y más aún, cuando se trata de emitir o transmitir un mensaje que habrá de convencer y dejar perfectamente informados a los receptores. Si se logra captar por parte del receptor alguna falla que denote falta de personalidad en el transmisor no se logrará el éxito en esta COMUNICACION; debe medirse o captarse la calidad y capacidad de interpretación del individuo o individuos que reciben, (receptores) a fin de no perder el esfuerzo y como se dice "No pescar en seco".

4.- DOMINIO DEL TEMA: Este es uno de los aspectos más importantes en el ARTE DE HABLAR EN PUBLICO, porque si el técnico o profesional improvisa sobre el tema que ligera o someramente domina, no tendrá la autoridad moral ni ética

---

* Periodista Agrícola, Centro Nacional de Investigaciones Agropecuarias "Tulio Ospina. Regional 4. Instituto Colombiano Agropecuario ICA.

para transmitir el mensaje en la comunicación.

5.- EVALUACION (PSICOLOGIA INNATA) DEL PERSONAL AL CUAL VAMOS A DIRIGIRNOS: Este punto se relaciona con el tercero antes descrito, el cual se podrá ampliar de acuerdo a la personalidad y criterio.

6.- ENFOQUE Y AGILIDAD DEL TEMA: Debe enfocarse un tema de acuerdo a diversos aspectos que también tienen relación con el tercer punto en cuanto a captación del individuo o individuos que reciben. En cuanto a la agilización del tema esto será de acuerdo a las capacidades y dominio del mismo por parte del transmisor y teniendo en cuenta el contenido del mensaje.

7.- LEXICO O LENGUAJE A EMPLEARSE (Calidad del público). También se relaciona con la captación del individuo o individuos que reciben, puesto que el lenguaje a emplearse por parte del transmisor está relacionado con el quinto punto en la EVALUACION del personal al cual se va a dirigir (Calidad de público).

8.- MENTALIDAD Y CAPACIDAD DEL EXPOSITOR: Este punto se subdivide en:

a) AUDITORIO ABIERTO: Cuando se dirige o expresa en un sitio que como su nombre lo indica está abierto a un número indefinido de personas.

b) AUDITORIO CUBIERTO: Estará en juego la mentalidad y capacidad del expositor o transmisor al dirigirse a un grupo dentro de un recinto o auditorium y a un número más o menos definido o determinado de personas.

c) EXPOSICION A NUMERO DEFINIDO O INDEFINIDO (Grupo multitud etc.) Este punto también se relacionada con varios de los arriba citados como el número 8, 5 especialmente; y de acuerdo a la mentalidad y capacidad del expositor (Transmisor) éste definirá o evaluará el grupo o la multitud dándole como consecuencia la inflexión necesaria a su voz.

d) ARENGA O DISCURSO. EXPOSICION O SUGERENCIA: Es importante que el transmisor al emitir el mensaje, sepa definir e interpretar estos cuatro puntos. Si logra hacerlo alcanzará el éxito en esta clase de comunicación.

9.- MANEJO DOMINIO E IMPOSTACION DE LA VOZ: Es otro de los aspectos fundamentales en el arte de hablar en público, ya que por circunstancias anímicas muy difíciles de captar (físico-mentales) muchos individuos no tienen la suficiente capacidad para el uso y empleo de su voz.

Este tema se subdivide en:

a) Voz de garganta. Se emite directamente de la garganta y es la que se emplea cuando se emite un mensaje en un auditorio cubierto.

b) Voz de estómago. (Diafragma). Es la voz que se utiliza dando una inflexión baja y mediante el funcionamiento del diafragma; se utiliza en conversaciones confidentes y al dirigirse a un grupo reducido de receptores. (sugerencias etc.).

c) Voz de cabeza: Es la que de acuerdo a la capacidad y conocimiento del transmisor se lleva a la cabeza sin necesidad de forzar la garganta para dirigirse en arenga o discurso a un auditorio abierto.

d) Inflexiones de la voz: Estas se lograrán con la práctica y mediante algunos ejercicios que deben hacerse periódicamente.

e) Vocalización, dicción y puntuación: Estos tres aspectos están íntimamente relacionados ya que para lograr el éxito completo en la emisión del mensaje, debe cuidarse el TRANSMISOR POR lograr una vocalización que esté compaginada con una dicción y una puntuación que facilite la captación completa del mensaje por parte del RECEPTOR.

f) Interpretación del tema: A fin de transmitirlo al público en forma clara y asimilable, el TRANSMISOR debe tener absoluto dominio del tema a fin de poder darle la interpretación requerida para el logro completo de la COMUNI - CACION.

g) Seguridad en sí mismo: Este punto está relacionado con la personalidad del transmisor y por consiguiente con el dominio del tema. Cuando hay inseguridad en la trasmisión del mensaje ésta será captada en iguales condiciones por el RECEPTOR.

10.- DOMINIO DEL MICROFONO: Este aspecto del DOMINIO DEL MICROFONO, tiene una serie de fases que a las personas interesadas se deberán explicar en la práctica.

11.- AYUDAS AUDIOVISUALES: El autor presenta dentro de este mismo trabajo el Documento COMO PREPARAR PROGRAMAS RADIALES AGROPECUARIOS, en el cual considera que actualmente el vehículo accesible por excelencia a las zonas rurales es la radio.
La elaboración de programas radiales agropecuarios lleva a un fin en el que se comprueba el papel cumplido por el transmisor, a través del mensaje al receptor (Sector Campesino). La elaboración en sí de programas radiales agropecuarios debe ser sencilla buscando orientar y eduacar mediante temas prácticos y aplicados al léxico lenguaje y midiendo la capacidad intelectual del receptor (Oyente Campesino).
El autor trata en este Tema de la personas que intervienen en un programa radial: el productor, el locutor, el control o técnico de grabación y sus papeles respectivos.

***