
EL PROCESO DE DIFUSION

Por *José A. GONZALEZ SALDAÑA**

Introducción

DIFUSIÓN viene del latín *fundere*, que significa echar o derramar hacia fuera y de *difundere*, que quiere decir regar, diseminar, circular o hacer fluir. En otras palabras, de acuerdo con el diccionario, difundir quiere decir regar libremente.

Desde el punto de vista sociológico, el concepto de difusión implica diseminar información entre la gente para lograr cambios en las costumbres, prácticas y comportamiento general de algún sector de la población o en la población total.

Gabriel Tardé se convirtió en el padre de la investigación sobre la difusión cuando publicó en París en 1903 "*Las Leyes de Imitación*". El sugirió que la adopción de nuevas ideas sigue una curva normal sigmoide a través del tiempo; esto ha traído como resultado una proliferación de trazados de gráficas y curvas, por investigadores posteriores. Tardé indica, además, que las personas que adoptan una idea nueva están orientadas hacia canales exteriores de comunicación y que son más cosmopolitas que sus asociados. Propuso, además, que el comportamiento de los líderes de opinión tiende a ser imitado por otros, lo que anticipa un paso de lo descubierto por Lazarsfeld, Berelson y Gaudet en 1948 cuando propulsaron el principio del flujo de dos pasos en la comunicación.

Muchos estudios se han realizado por antropólogos prominentes. Se ha hablado en términos de contacto intercultural, un poco alejado de la difusión, para explicar el desarrollo cultural. En 1930 A. I. Kroeber señaló que "hay también una difusión que ocurre dentro del marco de una sola cultura de individuo a individuo, como cuando al

* Editor de Extensión, Servicio de Extensión Agrícola de la Universidad de Puerto Rico.

líder de un movimiento o el propulsor de una doctrina lo copian sus seguidores o "adherentes". En el mismo artículo Kroeber dice que "una infiltración gradual, que varía de consciente a inconsciente, es a la larga la clase más importante de difusión". Equiparó la difusión con crecimiento cultural y sugirió que lo opuesto es la merma o descomposición de una cultura.

En 1936 Redfield, Linton y Herskovits acordaron la siguiente definición: "la difusión puede considerarse como el aspecto de cambio cultural que incluye la trasmisión de técnicas, actitudes y conceptos de una gente a otra; sea ésta a través de un solo individuo o un grupo, o por contacto breve o sostenido".

Se han realizado diferentes estudios en distintos lugares sobre distintas materias, pero muchos no han recibido la divulgación debida. La difusión tomó impulso en la zona rural a principios de la década del veinte, pero la publicación académica y sistemática comienza en el 1941 con el estudio clásico de Ryan y Gross. Este estudio de maíz híbrido es el más conocido de todos los tiempos, y continúa en proceso de difusión interdisciplinaria.

Durante los últimos veinte años los sociólogos rurales han producido un gran número de estudios sobre la trasmisión de innovaciones agrícolas de los científicos a los agricultores. Everett Rogers (1962) indica que ha habido una difusión muy inadecuada de los resultados sobre las investigaciones sobre difusión entre los investigadores de difusión. Una excepción a esta generalización es el informe sobre difusión en 1955 de un grupo de sociólogos rurales del Mediano Oeste. (North Central Rural Sociology Sub-committee for the Study of Diffusion of Farm Practices, 1955). En los últimos siete años se han distribuido 80,000 copias de este estudio y Rogers indica que probablemente este es el escrito más leído en el campo de la difusión.

Conceptualizando sobre las publicaciones de Wilkening, el subcomité describe la difusión como que tiene lugar en los individuos en cinco etapas, a saber:

1. Percepción o conocimiento,
2. interés,
3. evaluación,
4. ensayo,
5. adopción.

Estas categorías han sido utilizadas por Lionberger, Bohlen y Beal, y Rogers las ha usado como elementos centrales en un paradigma de la adopción de una innovación por un individuo.

Hay mucho menos consenso de opinión sobre las categorías apropiadas para describir a los individuos de acuerdo con el tiempo que toman para adoptar una innovación en relación con otros individuos en un sistema social. Rogers y Beal han sugerido: 1) innovadores; 2) mayoría temprana; 3) mayoría tardía; y 4) adoptadores tardíos, pero no se ha logrado una nomenclatura standard o un consenso sobre métodos de clasificación.

En 1954 la investigación sobre la difusión de una nueva droga por el Negociado de Investigación Social Aplicada en la Universidad de Columbia, se informó en una docena de artículos. Usando datos sociométricos este estudio produjo un análisis detallado de la influencia personal en la diseminación de una innovación. Utilizando los récords de recetas escritas, proveyó una medida objetiva del tiempo de adopción que no dependía en datos sobre recuerdo (información recordada por los usuarios de la droga).

De este y otros estudios Katz (1961), Rogers (1962), y otros investigadores han anotado cuatro elementos esenciales o escritos para un estudio de discusión, a saber: 1) la innovación; 2) se comunica de un individuo a otro a través de canales de comunicación; 3) en un sistema social; 4) a través de un período.

El recién fallecido sociólogo, Paul Deutschmann escribió: "la introducción de cambios en gran escala requiere la diseminación de información pertinente o aplicable, así como esfuerzos extensos para lograr la selección, comprensión y aceptación de mensajes dirigidos a producir cambios. En todas las cuatro fases del proceso de cambio los métodos públicos de comunicación son instrumentales para obtener atención, y para aumentar la percepción de la posibilidad y deseabilidad de cambios".

Resumiendo en el lenguaje de la investigación sobre comunicación: 1) los cambios en patrones de conducta y estructura cognoscitiva de los individuos y grupos; 2) son a veces un efecto; 3) de una serie de mensajes (de contenido informativo y persuasivo); 4) a través del tiempo; 5) de fuentes (agentes de cambios, etc.); 6) a través de canales (cara a cara, métodos masivos); 7) de una red de comunicación (cultura); 8) a receptores (adoptadores, desadoptadores, etc.).

Para seleccionar una significación importante para la investigación sobre difusión a través de medio siglo, diremos que los efectos de la comunicación son a menudo cumulativos, y que una década de mensajes sobre un asunto dado puede producir finalmente un resultado significativo.

Estudios en otras culturas

Casi todos los estudios de difusión necesariamente tienen que dar razón para el uso y la operación de los medios de comunicación colectiva. Este enfoque es particularmente apropiado si se desea proveer perspectiva para estudiar este fenómeno, considerado como una parte inherente de la sociedad occidental. Encontramos variables importantes para estudiarlas en el proceso de difusión según se encuentran diferencias en el proceso de los medios en diferentes culturas; y a medida que encontramos similitudes de cultura a cultura, aumentamos nuestra confianza en la facilidad para generalizar los resultados de nuestras investigaciones.

En este campo, el tipo más sencillo de estudio es el de Wilbur Schramm (1954); él que indica que el 85% de los radiorreceptores, 80% de la circulación de periódicos diarios y 70% de los cinematógrafos se encuentran en Europa y América del Norte. Este tipo de estudio frecuentemente informa variables relacionadas tales como proporciones de alfabetismo, disponibilidad de periódicos y cantidad de películas producidas. Aunque estos estudios son esencialmente de "contacto" y de poca orientación teórica, representan un primer paso necesario para describir la materia prima de los medios de comunicación colectiva.

Otro tipo de estudio descriptivo es el que se concentra en las características únicas o distintas en el uso de los medios, de una a otra cultura. Inkeles (1951) encontró que en la Unión Soviética altavoces sencillos en el hogar, comunicados a una central retrasmisora son la forma común de radiodifusión. Lerner (1958) informa del fenómeno de la radioescucha en el Cercano Oriente, donde la gente "se reúne en casas u otros sitios públicos para escuchar las transmisiones radiales". Alisky (1955) tiene extensa información sobre la idiosincrasia de los medios masivos en la América Latina. Se ha criticado este tipo de estudio sobre la base que se desconoce el procedimiento seguido por los investigadores.

Sin embargo, si estamos interesados en el enfoque transcultural de la difusión a través de los medios de comunicación éste es a menudo el único tipo de estudio en esta área.

Lerner siguió un nivel más riguroso de investigación en estudios en el Mediano Oriente en 1958. Al desarrollar una hipótesis de "modernización" empleó correlaciones múltiples del tipo de datos informados por Schramm. El punto esencial de Lerner es que el uso de los medios masivos representa una parte integral del proceso de modernización, que tiene correlativos definidos en el proceso, y un orden de

tiempo a través de los cuales estas variables aparecen y funcionan. Las variables son urbanización, alfabetismo, participación en el uso de los medios y participación en política. Otro discernimiento importante de Lerner es que el proceso de los medios masivos tienen una alta "mediación". En la aldea de Balgot el jefe invitaba a un círculo escogido de amigos a su hogar para escuchar las noticias a través de la radio y seguía a la trasmisión con una discusión y comentarios propios sobre los acontecimientos del día. Aquí tenemos tanto un líder de opinión como un guardián de información, con un flujo autoritario de los dos pasos de la comunicación.

En otros países se ha encontrado una estrecha relación entre el alfabetismo, tamaño de la finca, edad y exposición a los medios masivos.

Resumiendo: se encuentran similitudes y diferencias en el enfoque transcultural del uso de los medios. Las variables correlacionadas del uso de los medios parecen ser relativamente estables a través de esas culturas. Las diferencias aparentan ocurrir principalmente en el punto de recepción del mensaje, y envuelve conceptos tales como: 1) guardianes de información; 2) líderes de opinión; y 3) estructura de grupos. La implicación es que para entender el proceso de los medios en una cultura dada deben examinarse cuidadosamente estas variables.

La crítica a los estudios es que son meramente descriptivos. Tal parece que es necesario un estudio más profundo de las relaciones entre la fuente, el mensaje y el receptor, enfocando sobre análisis del contenido y las variables de personalidad del receptor.

Difusión agrícola

Se han realizado diversos estudios sobre las características de agricultores y comunidades y cómo éstas afectan la difusión de prácticas agrícolas. Se han observado características de los adoptadores y no adoptadores a través de todo el mundo. Wolf (1955) presenta sus propias observaciones en un estudio y cita 56 otros estudios entre labradores. Describe dos tipos de labradores como modelos provisionales para la creación de una tipología sujeta a investigaciones futuras. Lo que Wolf llama comunidades colectivas de labradores tienden a explorar la tierra mediante tecnología tradicional, mediante sólo trabajo manual. La "ignorancia defensiva", un acto de negar alternativas exteriores que si se aceptan podrían amenazar la estructura colectiva, es la característica esencial de estos labradores. La producción era mayormente para subsistencia y vendían muy poco para obtener dinero.

La comunidad colectiva rechaza la acumulación individual y despliegue de riquezas y trata de reducir los efectos de tal acumulación con la estructura comunal. El otro tipo, "la comunidad abierta", enfatiza la interacción de sus miembros en el mundo exterior y ata su fortuna y su futuro con la demanda exterior. Los labradores en este tipo generalmente venden del 50 al 75 por ciento de su producción total para obtener ganancias.

Erasmus (1952) encontró en Haití un tipo similar al primero descrito por Wolf. Los agricultores, particularmente los más atrasados, se aferran fuertemente a una norma que rechaza demasiado éxito material. Esto bloquea y/o demora la difusión de métodos agrícolas mejorados.

Bose (1961) estudió 1,365 agricultores en cinco aldeas de la India donde por lo menos 35% habían adoptado prácticas nuevas. Encontró que los agricultores no atados al sistema de castas, dueños de tierras, que podían leer, pero que no participan en actividades comunales; y los analfabetos no atados a las castas, pero que participan en actividades comunales, adoptan más prácticas agrícolas que los medianeros pertenecientes a castas, iletrados y no participantes en actividades comunales.

En un estudio posterior (1962) Bose encontró que los labradores atados a tradiciones, religión y familismo adoptan menos prácticas y más lentamente que aquéllos con tendencias sociales urbanas de una actitud comercial hacia la agricultura, racionalidad y perspectiva científica. La religión y la tradición entorpecen la adopción más que el familismo.

En Holanda, Van Den Ban (1957) condujo un estudio para determinar y comprender la resistencia de algunos agricultores a adoptar nuevas prácticas. Siguiendo la teoría de estudios americanos, desarrolló un índice basado en seis variables; las aplicó en su estudio a 25 comunidades con una muestra de 5,429 agricultores. Las variables eran "explotación agrícola intermitente" o "por todo el tiempo", "educación", "tamaño de la finca", "estilo de vida" y "participación en organizaciones y cooperativas agrícolas". El estudio indica que los agricultores progresistas generalmente son más jóvenes, mejor educados, son miembros y participan más en organizaciones agrícolas, tienen un nivel socioeconómico más alto, un estilo de vida más moderno y una participación más amplia. El tamaño de la finca no estaba relacionado con la adopción. Los agricultores lentos en adoptar las prácticas o no adoptadores están en desarmonía con el mundo actual, debido a que no entienden los cambios en la sociedad, y temen que estos cambios amenacen su forma de vida. Esto dificulta que adapten sus marcos de referencia a la sociedad cambiante actual.

En cuanto a adopción de prácticas, Alers Montalvo (1957) realizó un estudio de cambio cultural en la aldea de San Juan Norte, de Costa Rica. Al comparar la adopción de las prácticas —"uso de clordano como formicida", "adopción de la variedad de caña P O J" y la "siembra de hortalizas por los aldeanos"— y los factores que influyeron en la adopción o rechazo de prácticas, encontró que el uso de clordano como formicida y la siembra de la caña P O J se adoptaron porque prevalecía una necesidad en la comunidad, las prácticas eran compatibles con la cultura; se proveyó prueba objetiva de la efectividad de la práctica y la gente tenía una imagen positiva del agente de cambio. El prestigio fue, además, un factor en la aceptación de la caña P O J. La siembra de hortalizas fue rechazada debido a falta de una necesidad sentida de parte de los aldeanos, no se proveyó prueba objetiva de la efectividad de la práctica, la siembra de hortalizas no era compatible con la cultura de la aldea, y muy importante, la aldea tenía una imagen negativa del agente de cambio —un maestro rural. El trabajo a través de la estructura local de liderazgo y de prestigio no ayudó a este agente de cambio. Este estudio revela un buen intento para determinar el qué y el porqué de la adopción o rechazo de prácticas.

Deutchman y Fals Borda (1962) compararon la difusión en la aldea andina de Saucio en Colombia con los resultados de otros países. Además de estudiar los índices de atención a medios masivos que pudieran indicarles el tamaño y naturaleza del auditorio, y factores demográficos que "causan" exposición a medios masivos (Ejemplo: Visitar a menudo la ciudad), probaron cuatro variables que indican estar relacionadas a "estar en el público o auditorio", a saber: nivel educativo, tamaño de la finca, tamaño de la familia y edad.

Los aldeanos letrados demostraron más exposición a los medios que los iletrados; el tamaño de la finca estaba relacionado positivamente con la posesión de un radioreceptor (índice de "estar en el auditorio") e "índice de oportunidades de usar todos los medios"; "la edad demostró una relación débil pero respaldaba al "índice de oportunidades de uso de los medios", siendo las personas de edad las de menor exposición a los medios; y el tamaño de la familia estaba relacionado positivamente con la exposición de los medios. Las familias con hijos parecían ser un medio compuesto de comunicación, recibiendo información a través de sus miembros y pasándola de uno a otros, levantando así el nivel de conocimiento de todos. Los hijos de padres iletrados les leían los periódicos.

El método de recibir informes sobre prácticas agrícolas nuevas y la tendencia a adoptar parecían estar relacionados con la tendencia general de "estar en el auditorio". Este estudio demostró que la estructura

básica del proceso de difusión de Saucio es similar en los Estados Unidos y que los estudios de difusión en otros países pueden aplicarse en América Latina. Sugiere, además, que los comunicadores no deben dirigirse a un público general, sino a un auditorio especializado de líderes informales, estimulando a otros individuos a que continúen una clase de difusión "natural" de boca a boca. Este estudio describe una transición de un sistema tradicional a un sistema de comunicación masiva y una aceptación de los medios masivos a pesar del poco desarrollo; una probable influencia sobre esta transición del nivel económico y educativo, y efectos positivos en términos de aprendizaje y conducta de adopción como resultado de la exposición a los medios.

En 1958 Emery, Oeser y Tully, en un estudio con 36 agricultores de Bairnsdale, Australia, probaron un nuevo modelo básico de difusión basado en índices de "urbanización", "motivación situacional", "destrezas conceptuales" y "escala de operaciones". El estudio demuestra que hay una relación positiva entre estos índices y la exposición a información y adopción de prácticas. Los innovadores (influyentes) y los agricultores con un índice alto de urbanización, buscando activamente conocimientos de fuentes exteriores y aquéllos con un índice bajo de urbanización tienden a ponerse bajo la influencia de los innovadores locales. Entre los puntos de interrelación más importantes se encontró que las destrezas conceptuales parecen mediar entre el índice de urbanización y la escala de operaciones de una parte, y la adopción de prácticas de la otra.

Los resultados de este estudio, igual que en los Estados Unidos, tienden a indicar el papel importante que juegan los influyentes como agricultores llaves en la difusión de información a los agricultores menos activos, menos diestros, y menos urbanizados.

En otro estudio por Wilkening, Tully y Presser, en 1962, con 100 ganaderos en Victoria del Norte en Australia, probaron 19 hipótesis distintas. Los resultados demostraron que: los agricultores buscan información sobre diferentes materias de distintos agricultores indicando que la búsqueda de información es un proceso selectivo. Algunos agricultores se les busca para información de tipo específico (influyentes específicos) y otros para información de tipos diferentes (influyentes generales). Hay también una tendencia a buscar informes de los agricultores que se consideran más eficientes, aunque estos últimos buscaban información entre ellos mismos sobre una base de igualdad. Las fuentes de información en las distintas etapas del proceso jugaron un papel similar que en otros países.

En 1960, Rahim estudió 63 familias en la aldea de Danishwar, en Paquistán, sobre la difusión de cuatro prácticas agrícolas, los pa-

trones de comunicación, y su relación con el tamaño de la finca, alfabetismo, participación en organizaciones, contacto con la fuente de información, edad, factores económicos y complejo motivacional (profesionalismo, flexibilidad mental y orientación de la personalidad). Encontró que la comunicación se lleva a cabo a través de medios informales personales. El patrón era una persona-núcleo, con un grupo de personas que se comunicaban con él. Los influyentes, "personas centrales", eran similares a sus seguidores en edad y educación, pero tenían más tierra, mayores ingresos, más prestigio social y mayor asociación con organizaciones formales. Las personas centrales más comúnmente mencionadas eran "mejores amigos" y "mejores agricultores". Rahim introdujo el concepto de "poder comunicativo", que consistía del número de personas que se comunican con la persona central directamente o a través de no más de un intermediario.

La adopción estaba relacionada significativamente al tamaño de la finca, alfabetismo, participación en organizaciones y contacto con fuentes de información. Cuando se tomaban en consideración los aspectos económicos de la empresa agrícola y el complejo motivacional del agricultor, la edad, educación y participación formal social no estaban relacionadas significativamente con la adopción.

Este estudio se considera uno de los más completos en el campo, por su buen uso de la teoría y el buen diseño y metodología.

Conclusiones:

A pesar de que estos y otros estudios no son suficientemente abarcadores para poderlos generalizar a todas las situaciones en distintos países, los mismos sugieren lo siguiente:

1. Los medios de comunicación colectiva parecen jugar un papel más importante en la difusión agrícola de lo que se creía como resultado de los primeros estudios en los Estados Unidos. Algunas de las investigaciones demostraron que la gente tiene "orientación hacia los medios", esto es, prefieren la radio o la prensa o las publicaciones agrícolas; otros han desarrollado una atención habitual hacia los medios.

2. En algunas áreas de grupos homogéneos los innovadores son los hombres claves en la difusión de prácticas. Son considerados "uno de ellos" e igualmente juegan el papel de líderes informales.

3. Los cambios rápidos en otros países están orientando a la gente hacia los medios. Esto tiende a hacer a los medios de comunicación con las masas cada día más valiosos en la difusión más allá de

las etapas de percepción e interés. Además, esto tiende a negar la hipótesis de flujo de dos pasos de la comunicación de Lazarsfeld y Katz, en que esta hipótesis subestima el primer paso —exposición a los medios de comunicación— y sobreestima o recalca el paso de comunicación cara a cara.

4. La participación social juega un papel significativo en la adopción de innovaciones. En América Latina, Holanda, India y Australia los agricultores atrasados son aquellos menos activos en organizaciones agrícolas y de otra índole.

La difusión en otros campos

En los campos de la educación, la política, la medicina y el consumo de productos diversos por consumidores, tanto rurales como urbanos, se ha realizado una serie de estudios. Se ha encontrado que a medida que progresa la educación, se mejora el nivel educativo de las comunidades, así como la riqueza de sus constituyentes; generalmente entran en juego factores tales como una mayor proporción de gente joven, prestigio por mantenerse al día o la moda, posición o *status* al demostrar que se tiene conocimientos de los últimos descubrimientos y otros factores menores que afectan una más rápida adopción de prácticas nuevas y mejoradas. De igual manera los tipos influyentes o líderes informales se encuentran en todos los sistemas sociales y contribuyen a la adopción de prácticas. Los medios de comunicación juegan un papel importante en la difusión de estas prácticas en todos los niveles y particularmente en la introducción de nuevas drogas y productos.

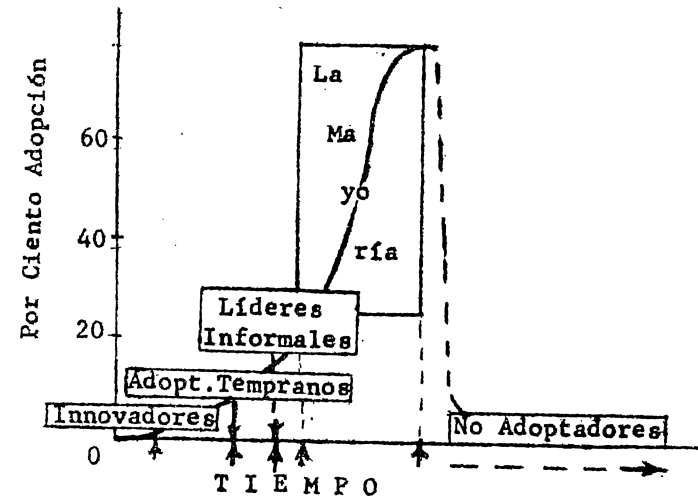
El único caso negativo fue cuando se presentó a votación en un referéndum la adopción de fluoración de las aguas en varias comunidades. Al votar el 80% en contra de esta práctica se han dado varios factores como las razones para la actitud negativa para la fluoración. (Ejemplo, el gobierno obligando a la gente a tomar compuestos químicos). El "issue" principal fue si el fluoruro era efectivo. La gente temía el "efecto venenoso" y "mudar los dientes", a pesar de la aprobación de la Asociación Dental Americana y otras organizaciones expertas. La gente se preguntaba a menudo por qué lo respaldaban si les afectaría su negocio. Las actitudes positivas se asociaron con comunidades de clase social más alta y con votantes más jóvenes, especialmente los que tenían hijos.

Implicaciones

A pesar de que aún las investigaciones más recientes en cuanto a metodología y diseño tienen sus fallas, éstas tienden a indicar que hay una tipología más o menos universal con ligeras variaciones en cuanto a los tipos de adoptadores, y las etapas de difusión son similares en todo el mundo.

De igual manera el agente de cambio, sea maestro, propagandista, anunciante, vendedor o político puede, mediante un análisis del público a quien va a dirigirse, particularmente de las características sociales, económicas y educativas, aplicar el proceso de difusión para obtener un éxito probablemente mayor.

Se hace necesario que estudiemos los "Journals" para seguir los resultados obtenidos en estudios posteriores y poder ver en qué forma se aplican a nuestra vida diaria y a nuestro trabajo.



TRABAJOS CITADOS

- Alers-Montalvo, Manuel, "Cultural Changes in a Costa Rican Village"; *Human Organization*, 15-2 (1957).
- Bose, Santi P., "Peasant Values and Innovations in India", *American Journal of Sociology*, 67 (March 1962).
- , "Characteristics of Farmers Who Adopt Agricultural Practices in Indian Villages", *Rural Sociology*, 26-2 (June 1961).
- Deutschmann, Paul J., "The Mass Media in an Underdeveloped Village", *Journalism Quarterly*, 40-1 (Winter 1963).
- Emery, F. E. and O. A. Oeser, *Information, Decision and Action*, Melbourne: Melbourne University Press; New York: Cambridge University Press, 1958.
- Erasmus, Charles J., "Agricultural Changes in Haiti", *Human Organization*, 11 (Winter 1952).
- North Central Rural Sociology Committee, "Adopters of New Farm Ideas: Characteristics and Communication Behavior", North Central Regional Extension Publication N° 13, October 1961.
- Rahim, S. A., *The Diffusion and Adoption of Agricultural Practices: A Study in a Village in East Pakistan*, Comila Pakistan: Academy for Village Development, 1961.
- Van den Ban, A. W., "Some Characteristics of Progressive Farmers in the Netherlands", *Rural Sociology*, 22-3.
- Wilkening, E. A., J. Tully and H. Presser, "Communication and Acceptance of Recommended Farm Practices Among Farmers in Northern Victoria", *Rural Sociology*, 27-2 (June 1962).
- Wolf, Eric R., "Types of Latin American Peasantry", *American Anthropologist*, 57.

TECNICAS ADMINISTRATIVAS DE LA PLANIFICACION
ECONOMICA Y SOCIAL

Introducción

BAJO los auspicios de la Escuela Nacional de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México y del Instituto de Administración Pública, se llevó a cabo durante los meses de octubre y noviembre del presente año, el primer "Seminario de Capacitación de Funcionarios en las Técnicas Administrativas de la Planificación".

En dicho Seminario se exploraron temas de gran interés, tales como: *El significado y alcance de la planificación económica en México; La elaboración del plan; El órgano central de planificación, y La aprobación, ejecución y control del plan.*

Ante la imposibilidad de reproducir íntegramente la síntesis final de los trabajos del Seminario, en vista de su extensión y de las limitaciones de tiempo, los organizadores del Seminario han creído útil la difusión de los principales temas tratados, así como de las conclusiones que se pueden desprender del análisis de los trabajos que se presentaron, las cuales serán ampliadas en el documento definitivo.

Centralización de la planificación económica en México

Propósito básico

Tanto entre los altos funcionarios gubernamentales como en la opinión pública informada, existe la convicción de que para acelerar el desarrollo económico y social del país, es necesario acudir a las técnicas de la planificación económica, no sólo mediante la elaboración