

REFLEXIONES ACERCA DEL PROCESO DE DIFUSION  
Y SU APLICACION EN GEOGRAFIA

EUGENIO DEL VILLAR VEGA

La expansión de cualquier fenómeno en el espacio terrestre exige la incorporación de elementos dotados de una connotación geográfica. Estos son: distancia, dirección, y variación espacial. Lo anterior demuestra que la difusión se ha convertido en una línea de investigación de la Geografía.

Por difusión, entendemos la forma como un evento se distribuye en una población a través de la comunicación interpersonal o dentro del área de la jerarquía urbana. El interés de los geógrafos por el estudio de patrones de difusión comenzó en la década del 50 y dentro del marco de la geografía Cultural.

El artífice de esta línea investigativa es el geógrafo sueco Hagerstrand (1952). Su enfoque se basa en la componente información y de allí señala que la difusión de una innovación (1) puede abarcar numerosos aspectos y es la resultante de un proceso de aprendizaje y de absorción de información.

Desde el punto de vista geográfico, Hagerstrand considera importante la distribución de la población, la organización de los medios de comunicación al mismo tiempo que valoriza la comunicación personal.

Existen niveles que pueden limitar el proceso de difusión y que pueden constituirse en barreras naturales, así, tenemos por ejemplo, montañas u otros accidentes geográficos.

Hagerstrand visualizó, además, este proceso de difusión espacial desde el punto de vista temporal, simbolizándolo como una curva en forma de S. Esto significa que una innovación, en un principio, es adoptada por pocas personas y que, posteriormente se difunde masivamente. Finalmente, se produce un estancamiento debido a que no existen nuevos adoptantes.

El enfoque posterior es denominado como "de transición" y se ubica entre el enfoque de información y el de mercado de infraestructura.

Molles (1952) es un representante de este enfoque de transición. El introduce la idea de "ondas de difusión". Se relaciona, así, con la propagación de un evento a lo largo del espacio geográfico. Así formulado, durante el inicio del proceso la tasa de comunicación es muy alta, y, cuanto más cerca esté del foco de difusión, más rápida será la adopción puesto que los adoptantes están más concentrados, por lo tanto la tasa de adopción va bajando, en relación a la distancia.

En la década del 70, se desarrolla el modelo de mercado infraestructura iniciado en 1975 por Brown. Este modelo, en sus aspectos más relevantes señala que; los distintos fenómenos susceptibles de difusión pueden estructuralmente ser semejantes en varios aspectos. Indica también que deben existir los siguientes elementos básicos:

1. Un área o medio ambiente.
2. Una dimensión temporal.
3. Un evento que se difunde.
4. Lugares donde el evento se localiza en un tiempo T (agencias de difusión) y donde se localiza en un tiempo T + 1 (receptores).
5. Canales de comunicación.

Brown demuestra también que el que determina los patrones de difusión es quien ofrece la innovación y la demanda de ella.

Para que la adopción se lleve a cabo debe existir un proceso anterior con el objeto de establecer agencias de difusión a través de las cuales una innovación será distribuída hacia la población. Para ésto, es necesario implementar una estrategia por parte de las agencias con el fin de que se produzca la adopción de parte de las personas. Los patrones de difusión serán distintos según el origen. Existen dos contextos difusores, uno polinuclear y otro mononuclear.

En el primer caso, los organismos que toman decisiones son numerosos, siendo cada uno autónomo, no habiendo, por lo tanto, una dirección centralizada (la multiplicidad es en sí misma un proceso de difusión); y en el segundo caso; sólo un organismo toma las decisiones.

Berry (1972) sostiene que al introducir una innovación en el mercado de una metrópolis, ésta se difundirá rápidamente a otras ciudades importantes, en la medida que se encuentre nuevos mercados. Y así, llegará a los centros menores.

Lo anterior se basa en el modelo de jararquía de ciudades. Así por ejemplo, Santiago está al día en la moda, por lo contrario, San Felipe y Cohaique están atrasados.

Un último enfoque del proceso de difusión está destinado al comportamiento del potencial adoptante de una innovación. En este aspecto, adquiere mucha importancia la propaganda, puesto que ella determina la forma que afecta al comportamiento de los consumidores.

De lo anteriormente expuesto, se puede concluir que la teoría defusionista es un aporte metodológico y

una fuente de investigación para estudios geográficos importantes.

Para estudiar la identidad existente entre espacio y tiempo, debe considerarse el momento en que se produce la organización del espacio.

El principio básico es que muchos fenómenos se difunden en un área, sobre todo cuando ha transcurrido mucho tiempo. Por otro lado, en un momento determinado distribuciones espaciales aparentemente estáticas, pueden estar en proceso de cambio y si éste ha sido menos extensivo en el pasado, se puede tornar más extensivo en el futuro.

Es fundamental la investigación en este campo con el objetivo de llegar a modelos de difusión basados en una teoría más compacta que permita una buena descripción de los eventos en estudio. Habrá que señalar también predicciones a corto y mediano plazo con el fin de formular y renovar teorías espaciales.

ACADEMIA SUPERIOR DE CIENCIAS  
PEDAGOGICAS VALPARAISO

BIBLIOGRAFIA

- CHISHOLM MICHAEL "Geografía Humana: Evolución o Revolución".  
Interciencia. Río de Janeiro. 1979.
- DERRUAU MAX "Geografía Humana".  
Editorial Vicens-Vives. Barcelona. 1981.
- HAGGET, P. "Análisis Locacional en la Geografía Humana".  
Editorial Gustavo Gili S.A., Barcelona. 1976.
- GOUVEIA DE OLIVEIRA EVANGELINA Y BROWN LAWRENCE "La Difusión de Innovaciones". En Tendencias Actuales en Geografía Urbana/Regional. Speridiao Faissol. IBGE. Río de Janeiro. 1978.
- INFANTE RAIMUNDO. "Difusión y Expansión Urbana como Procesos Análogos". En Revista de Geografía Norte Grande N° 7 Instituto de Geografía. Universidad Católica de Chile. 1980.
- PINCHAS GEIGER PEDRO. "Conferencia sobre Teoría de la Difusión y Evolución de la Geografía en el Brasil". Departamento de Geografía, Universidad de Chile, Valparaíso. 1980.