

METODO PARA EL ESTUDIO SICOSOCIAL DE UN MEDIO HUMANO

- Por el TCol. Rodolfo E. L. Wehner -
(De la revista de la Escuela General
de Guerra Argentina, de noviembre-di
ciembre de 1971).



1. INTRODUCCION

Partiendo de la base que la guerra (en diferentes formas y con diversos matices) es el estado normal en que el Mundo se desenvuelve, debemos aceptar que nuestro país soporta desde ya hace tiempo (demasiado tiempo) un conflicto que a nosotros -profesionales de la guerra- nos ha costado mucho entender y darnos cuenta de su desarrollo: la guerra subversiva.

Cruel, sutil, difícil de interpretar, con métodos y técnicas que no se fijan en los medios que emplea con tal de lograr sus fines últimos, este conflicto - que muchos de nosotros comprendemos sólo superficialmente - es prácticamente ignorado por el resto de la población.

En un artículo publicado anteriormente en esta revista (Nº 394) - titulado: "Apreciación de operaciones en ambientes subversivos", decíamos que una de las tareas del responsable del área de inteligencia, era efectuar el "Estudio sicosocial del medio humano". ¿Por qué esta necesidad?

Existe una expresión ampliamente aceptada y difundida de que: "En la guerra subversiva la población es el medio en que se desarrolla la lucha, el instrumento que emplea esta lucha y el objetivo que busca controlar y conquistar".

Y he aquí un serio toque de atención: esa población, ignorante de estar sufriendo la acción de esta guerra, constituye el elemento más importante de la misma. Es así como surge una primera conclusión de capital importancia:

"En esta guerra, en la que todos estamos involucrados, hay que utilizar la población como INSTRUMENTO y conquistarla como OBJETIVO

Para ello es necesario conocerla previamente como MEDIO en que se ha de desarrollar la lucha".

Esta conclusión nos lleva a formular otra: "Se debe conocer el medio humano, tanto en su aspecto interno o psicológico, como externo o sociológico".

Para adquirir este conocimiento a fin de lograr resultados positivos y verdaderos resulta necesario contar con un método.

Este que se presenta a consideración de los lectores, es uno de los métodos apreciados como conveniente para cumplir con la finalidad de la tarea de inteligencia a que se deberá abocar el responsable de esta área.

No es un método original, pero sí adaptado a nuestra realidad e idiosincrasia, basado en un método de origen francés que ha sido aplicado por este país y por otros que han enfrentado un conflicto en que era necesario estos tipos de estudios.

El método es susceptible de ser mejorado y, en todos los casos, tendrá que ser adaptado a las circunstancias particulares que la situación presente para arribar a conclusiones valederas.

2. FINALIDAD DEL ESTUDIO DEL MEDIO HUMANO

El medio humano constituye un amplio complejo sicosocial que se desarrolla en un "ambiente" muy variado, en el que adquiere importancia primaria el componente psicológico, vale decir: el sentir, el desear y/o el pensar de los hombres.

El estudio de este medio humano tendrá, entonces, como finalidad poner de relieve el componente psicológico, es decir; descubrir las motivaciones sentidas por el medio Humano en estudio y determinar su orden de importancia. Este orden de importancia estará dado por:

- Cantidad y amplitud de grupos humanos que afecta a cada motivación.
- Intensidad con que estos grupos humanos reaccionan ante cada motivación (coeficiente de reacción).

Cabe aclarar que para el logro de los datos necesarios para desarrollar una parte importante de este trabajo, será necesario contar con un archivo de aquéllos, producto de encuesta. Estos datos deben ser permanentemente actualizados para que las conclusiones derivadas del trabajo se basen en datos lo más aproximados a la realidad.

3. OBJETIVOS DEL METODO QUE SE PROPONE

Para poder alcanzar la finalidad citada, el método que se describe se propone lograr tres objetivos:

- Conocer los Grupos Humanos que conforman la sociedad en estudio.
- Descubrir las Motivaciones que predominan en esos grupos humanos y que son capaces de hacerlos reaccionar.
- Apreiciar la Intensidad de Reacción de estos grupos humanos, cuando se activen tales motivaciones.

Antes de continuar con el desarrollo del método conviene definir algunos términos que se han utilizado y que se seguirán empleando, tales como: Grupo Humano, motivación y coeficiente de reacción.

4. DEFINICION DE TERMINOS

4.1. Grupo Humano

Conjunto de individuos que, sin estar físicamente próximos, posean una o más de las siguientes características:

- Intereses y actividades comunes.
- Comportamientos más o menos similares.
- Unidos estrechamente por lazos funcionales.

A su vez se entiende por "funcionalmente unidos" a las relaciones establecidas por los individuos y la colectividad, es decir, con cada uno de los grupos sociales que la conforman.

- Ejemplo aclaratorio: El grupo humano "turistas" reúne sólo las características de poseer intereses y actividades comunes: el turismo.

Es menos sólido y permanente que el grupo humano formado por los "comerciantes", ya que éste reúne la característica de comportamientos más o menos similares además de tener intereses y desarrollar actividades comunes.

Estos a su vez son menos sólidos y permanentes que el grupo humano formado por los "integrantes de las Fuerzas Armadas" ya que este grupo reúne las características mencionadas en su totalidad.

Es conveniente hacer notar que un mismo individuo siempre forma parte de varios grupos humanos, y la influencia que aporte o reciba sobre o del resto de cada grupo, dependerá no sólo del criterio que sustenta cada grupo sino además del "papel social" que desempeñe el individuo dentro del grupo y de la "situación social" que posea.

Los principales grupos que existen normalmente en todo medio humano son: los profesionales, económico-social (clases), religiosos, políticos, laborales, educacionales y culturales, raciales, de edad, por sexos y por ubicación geográfica.

4.2. Motivación

Factor psicológico, consciente o no, que predispone al individuo a cumplir ciertas acciones o a tender hacia ciertos objetivos.

La motivación hace que, instintivamente, el individuo tenga preferencia por ciertas inclinaciones llamadas "apetencias".

A su vez la "apetencia" podemos definirla como la tendencia natural que inclina al hombre a desear con preferencia ciertas cosas. Ejemplo: "apetencia" por la lectura, por la música, por la religión, por determinada actividad política, económica, etc.

Según el investigador ruso TCHAKOTINE, las motivaciones nacen fundamentalmente de los 4 impulsos que constituyen los pilares de la estructura síquica de todo ser humano y que radican en su inconsciente: el impulso combativo, el nutritivo, el sexual y el de parentesco. A las motivaciones de esta naturaleza se las denomina motivaciones básicas.

Ellas se ven activadas, con intensidad variable, por intereses particulares de diversa índole (ideológicos, religiosos, económicos, efectivos, etc.).

Es así como surgen grados o matices en las motivaciones, que se denominan motivaciones particulares, y son ellas las que, en la práctica, exteriorizan los individuos en la vida diaria con mayor diversidad, como resultado de sus actividades y apetencias.

En virtud de que las "motivaciones básicas" están presentes permanentemente en casi todos los individuos con mayor o menor intensidad, son las "motivaciones particulares" las que más interesan a los fines del "estudio sicosocial de un medio humano"; ya que aquéllas, reflejan el sentir particular de los grupos que conforman el medio humano en cuestión.

Sin embargo, en razón de que unas son matices o grados de las otras, ambas guardan íntima relación y resulta claro que las "motivaciones básicas" (pilares de la estructura síquica de las personas) mantienen preeminencia sobre las "motivaciones particulares" (matices de la primera).

De esto se desprende que, mientras más impulsos "ataquen" una motivación y mientras más importantes sean estos, tanto mayor será la reacción del individuo en pro o en contra de tal motivación.

--Ejemplo aclaratorio: Una Confederación de Trabajadores impulsa a sus componentes a seguir una determinada línea de acción para lograr un "aumento de salario". Esta motivación particular puede incidir simultáneamente sobre los impulsos "combativos" (lucha - por este fin, seguridad), "nutritivo" (obtener mayores recursos) y de "parentesco" (protección que ofrece la Confederación); es decir que acciona a tres motivaciones básicas.

Los procedimientos para determinar las motivaciones sentidas por un medio humano, se resumen más adelante al tratar el tercer paso del método.

La expresión de las motivaciones de un grupo humano determinado se puede hacer en términos de porcentajes (%) de acuerdo a la relación que exista entre el número de individuos sujetos a tal motivación y al número total de individuos componentes del grupo (ver Cuadro I).

4.3. Coefficiente de reacción (CR)

Intensidad con que es sentida cada motivación dentro de un mismo grupo humano, tanto a favor (+) como en contra (-).

La expresión del CR se puede hacer estableciendo una escala arbitraria (por ejemplo de 0 a 100) sobre la base de ciertos valores.

- Ejemplo aclaratorio: En el grupo humano "estudiantado universitario" de una ciudad cualquiera, el 90% está influenciado por la motivación "autonomía universitaria" en la siguiente forma: 60% a favor de la autonomía y 30% en contra. El 10% restante es indiferente y no se interesa ni en pro ni en contra de esta motivación.

-- Analizaremos el subgrupo que está a favor de la autonomía (60%) y encontramos que los individuos que lo conforman no sienten esta motivación con igual intensidad: unos la sienten con un

índice de intensidad + 100, otros con + 65 y otros con + 30.

Siguiendo con el análisis del subgrupo que está en contra de la autonomía, encontramos también variaciones en la intensidad de su sentir: unos la sienten con -95, otros con -50 y otros con -25.

Establecemos los promedios de estas intensidades en forma estadística y descubrimos que los que están a favor de la autonomía sienten la motivación con una intensidad promedio ("coeficiente de reacción") de + 57, y los que están en contra con un CR de -42.

La expresión matemática, a los efectos del estudio, sería entonces:

- a favor	60% (+ 57)
- en contra	30% (- 42)
- indiferentes	10% (0)

Total: 100%

Sin embargo para que el trabajo tenga real valor, es necesario puntualizar aún más e indicar, tanto para los que están a favor como para los que están en contra, quienes poseen un "elevado CR" y quienes tienen un "mediano CR", precisando el valor de estos coeficientes de reacción. Es decir que se debe indicar el % de los que poseen:

- (1) Un elevado CR positivo (a favor).
- (2) Un mediano CR positivo (a favor).
- (3) Un mediano CR negativo (en contra).
- (4) Un elevado CR negativo (en contra), y además.
- (5) Aquéllos que permanecen indiferentes.

Interpretación de los resultados:

Los individuos de los subgrupos (1) y (4) son personas fuertemente motivadas, capaces de defender (los del subgrupo (1)) u oponerse (los del subgrupo (4)) hasta arriesgando su vida, todo lo que se relacione con la motivación; mientras que los del subgrupo (2) y (3) son menos tenaces a sostener la defensa u oposición, y hasta pueden permanecer indiferentes o neutrales según la influencia que reciban.

Como vemos, los subgrupos (1 y 4) forman los extremos de la reacción y a sus integrantes los denominaremos también con el nombre de "duros" o "irreductibles". En cambio los componentes de los subgrupos (2) y (3) están en el centro de la reacción y los cono-

ceremos con el nombre de "violables", en razón de ser susceptibles de inclinarse hacia uno u otro extremo.

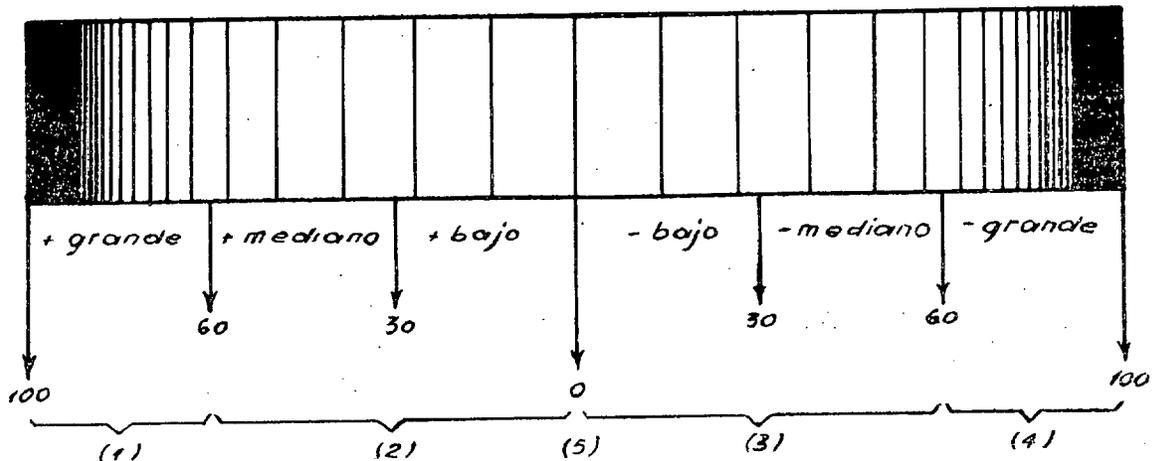
Quienes emplean el arma psicológica suelen concentrar sus esfuerzos sobre los subgrupos (2) y (3) para "violarlos" y "ganarlos a la causa".

Por lo demás la interpretación de los resultados depende lógicamente de los criterios considerados al establecer la respectiva escala de valores. Por ejemplo, la escala 0 a 100 puede tener el siguiente criterio de ponderación:

- Un CR entre 0 y 30 significa que los componentes del grupo pueden manifestarse apenas por reacciones verbales.
- Un CR entre 31 y 60 significa que ellos pueden llegar hasta la realización de huelgas y manifestaciones de masa.
- Un CR entre 61 y 100 significa que sus integrantes pueden llegar hasta el amotinamiento, derramamiento de sangre y violencias físicas de diversa índole.

Escala como ésta es válida tanto para un CR positivo como negativo.

Sintetizando y graficando la interpretación de los resultados de los distintos coeficientes de reacción, tenemos:



(1) y (4): duros o irreductibles.

(2) y (3): violables.

(5) : Indiferentes.

Coeficiente	Nivel	Comportamiento
1 a 30	Bajo	Sólo reacción verbal
31 a 61	Mediano	Llegan hasta huelgas y manifestaciones de masa.
61 a 100	Elevado	Hasta amotinamientos, violencia física, derramamiento de sangre.

Es de hacer notar, que sean cuales fueren los criterios utilizados y la escala de valores resultante, el significado del CR (así como su interpretación) son asuntos muy subjetivos que exigen al observador poseer conocimientos de sociología y sociometría para llegar a soluciones acertadas.

Familiarizados ya con los términos que tienen permanente vigencia en este estudio, entraremos a continuación a desarrollar los diferentes pasos que sigue el método.

5. PASOS DEL METODO

- 1º Análisis de las características y composición del medio humano.
- 2º Determinación de los grupos humanos que conforman el medio de estudio.
- 3º Determinación y análisis de las motivaciones de los grupos humanos y sus CR.
- 4º Síntesis final para determinar las motivaciones de conjunto, e indicar su orden de importancia.

El método es predominantemente analítico y la síntesis final es, en la práctica, un simple resumen, aún cuando de suma importancia.

Veamos cada uno de estos cuatro pasos.

6. ANALISIS DE LAS CARACTERISTICAS Y COMPOSICION DEL MEDIO HUMANO (1er. PASO).

Este paso consiste en hacer un análisis del ambiente, orientado esencialmente a descubrir las características del medio humano que la integra, así como su composición y estructura.

En el Anexo 1 se establece una guía, que en forma alguna debe ser rígida sino adecuada a las circunstancias particulares del estudio en cuestión.

Hay que destacar aquí un aspecto importante: en este primer paso no se deben determinar aún los sentimientos y aspiraciones de la población, es decir, no deben hacerse notar sus motivaciones, ya que sólo se pretende analizar el ambiente determinando las características y la composición del medio humano en estudio.

En los siguientes pasos recién se podrá ir completando el estudio para llegar a resultados acertados. De no hacerlo así, se corre el riesgo de efectuar apreciaciones muy subjetivas por un análisis no científico.

Resulta indudable que la información obtenida para completar este extenso documento que concreta el 1er. paso, es conveniente se exprese en forma cuantitativa (numérica) y se vuelque en cuadros o tablas para hacerla lo más objetiva posible.

Gran parte de esta información, en la práctica, se mantendrá archivada y actualizada por el órgano de inteligencia que las utilice.

Este 1er. paso, si bien trabajoso y que demanda inicialmente mucho tiempo, habrá de facilitar posteriormente la determinación de los grupos humanos existentes en el país, zona, área, etc. que se estudia y facilitará la interpretación de los resultados que se obtengan en los pasos siguientes.

7. DETERMINACION DE LOS GRUPOS HUMANOS (2º paso).

Conociendo la composición del medio humano (producto del 1er. paso), éste consiste en:

- 7.1. Determinar los grupos existentes en la sociedad en estudio, aún aquéllos que, a primera vista, parezcan sin importancia.
- 7.2. Determinación numérica de los grupos humanos, que facilitará la posterior selección.
- 7.3. Determinación de las personalidades más importantes existentes en cada grupo humano, como otro factor a considerar en la selección, ya que, en ciertos casos, una personalidad descollante, presenta a todo el grupo.
- 7.4. Selección de los grupos humanos que tengan importancia para el estudio.

En esta selección se tendrán en cuenta, para la eliminación de aquellos grupos sin importancia:

- Grupos de efectivos reducidos.
- Carencia de personalidades en el grupo.
- Influencia mínima del grupo en el conjunto del medio humano estudiado.
- Lazos funcionales débiles dentro del grupo.

Este paso, por el peligro que no sea encarado en forma objetiva, debe ser desarrollado por la persona directamente interesada en el estudio.

8. DETERMINACIÓN Y ANALISIS DE LAS MOTIVACIONES DE LOS GRUPOS HUMANOS Y DE SU CR (3er. paso).

Constituye, sin duda, el paso fundamental de éste método. Consiste, en síntesis, en investigar la opinión pública del medio humano en estudio para:

- 8.1. Determinar sus motivaciones y la distribución cuantitativa de ellas entre los grupos humanos seleccionados en el paso anterior.
- 8.2. Determinar los CR y sus variaciones.

Para investigar la opinión pública existen diferentes procedimientos. El más ventajoso (aunque más costoso y difícil) es la encuesta (sociométrica) mediante sondeos de opinión, aplicando el método estadístico de "muestras" o "escantillones".

Se hace necesario, en este paso, especialistas en estos tipos de trabajos.

Obtenida la información necesaria para considerarla representativa de la opinión pública, aquélla debe ser tratada estadísticamente y, como resultado de este tercer paso, volcarlos en un cuadro que precise (para cada grupo):

- Las motivaciones (porcientos de los que están a favor y porcientos de los que están en contra).
- Los coeficientes de reacción (+ y -), diferenciando dentro de cada uno de ellos, el % y CR promedio de los que poseen un elevado CR ("irreductibles") y el % CR promedio del resto.

Ejemplo: Supongamos los grupos humanos I y II, las motivaciones A, B y C y CR de 0 a 100.

CUADRO I

GRUPOS HUMANOS Y SUS MOTIVACIONES

Grupo	Efectivos	MOTIVACIONES			
I	50.000	A (+) = 62% = 10%	(80) +	52%	(26)
		A (-) = 14% = 2%	(-50) +	12%	(-20)
		B (+) = 58% = 8%	(70) +	50%	(36)
		B (-) = 8% = 1%	(-48) +	7%	(-20)
		C (+) = 52% = 6%	(64) +	46%	(32)
II	25.000	A (+) = 25% = 3%	(51) +	22%	(21)
		A (-) = 8% = 8%	(-42)		
		B (+) = 5% = 5%	(32)		
		B (-) = 27% = 4%	(-52) +	23%	(-22)
		C (+) = 26% = 4%	(15) +	22%	(17)
		C (-) = 8% = 8%	(-50)		

Este cuadro se interpretaría en la siguiente forma:

En el grupo humano I, cuyo efectivo es de 50.000 personas, el 62 % está a favor de la motivación A y el 14 % está en contra. Es decir, que el 76 % (62 + 14) está impactado por dicha motivación y el 24 % restante permanece indiferente.

Del 62 % que está a favor de la motivación, el 10 % la "siente" con intensidad promedio de 80 (CR) y formaría el grupo de los "irreducibles positivos". El 52 % restante, la "siente" con una intensidad promedio de 26(CR).

Del 14 % que está en contra de la motivación A (oposición), el 2 % se opone con una intensidad promedio de -50 (CR negativo) y el 12 % restante con un CR de -20.

De acuerdo a la escala de valores utilizada (ver pág. 7) para medir el CR, no existe un subgrupo de "irreducibles" dentro de los que se oponen a la motivación A.

En forma similar se efectuaría el análisis del resto del cuadro, finalizando este 3er. paso con las "conclusiones" que de él se derivan.

Estas conclusiones se deben referir al posible comportamiento de los grupos humanos ante la posible "activación" de las motivaciones que lo afectan.

En tal sentido, y para cada grupo humano, las conclusiones contendrían:

- Motivaciones a favor, de las cuales el grupo humano es en extremo sensible cuantitativamente (%) y cualitativamente (CR). Su posible comportamiento.
- Motivaciones en contra (al igual que en el caso anterior). Su posible comportamiento.
- Motivaciones ante las cuales este grupo humano es poco sensible (a favor o en contra). Su posible comportamiento.
- Porcentaje (%) de los irreductibles (a favor o en contra), y sus CR para cada una de las motivaciones por las que se interesa este grupo humano. Posible comportamiento.
- Motivaciones que reúnen el mayor % de la masa del grupo humano. (para ello se suman los % de los que están a favor o en contra) y motivaciones ante las cuales la masa de grupo humano permanece indiferente. Posible comportamiento.
- Desviaciones más notables. Sus causas.

Estas conclusiones deben acompañar siempre la presentación del cuadro I ya que facilitan su interpretación y el aprovechamiento por los que utilizan el estudio.

En efecto, en este paso se ponen en evidencia los "puntos fuertes" del medio humano en estudio y las "vulnerabilidades" del mismo.

Ello permitirá actuar (operaciones psicológicas, acción cívica, etc.) sobre la población para reforzar los "puntos fuertes" y disminuir o neutralizar las "Vulnerabilidades".

9. SINTESIS FINAL PARA DETERMINAR LAS MOTIVACIONES DE CONJUNTO E INDICAR SU ORDEN DE PRIORIDAD (4º paso)

El objeto de este paso del método es determinar cuantitativamente cómo siente cada motivación en conjunto, el medio humano en estudio y ordenarlo según su importancia.

A estas motivaciones se las denominará "de masa" o "de conjunto" y para que sean tenidas en cuenta, su influencia debe manifestarse cuando menos sobre el 33 % del medio humano o cuando, como mínimo influyan sobre la mitad de más de un grupo humano.

Atentos al ejemplo planteado en el Cuadro I, el cuadro resumen se confeccionaría de la siguiente manera:

CUADRO RESUMEN DE MOTIVACIONES

Grupos	Efectivos	MOTIVACIONES		
		A	B	C
I	50.000	76%	66%	56%
II	25.000	33%	32%	34%
TOTAL	75.000	55%	50%	45%
	Promedios			

Sobre la base de este cuadro resumen se formula a continuación el de las motivaciones de conjunto, presentadas por orden de prioridad en el cuadro II. Siguiendo con el ejemplo en cuestión, tendríamos:

CUADRO II

SINTESIS: MOTIVACIONES DE CONJUNTO

Motivaciones	% de Población afectada	Grupos humanos más sensibles a la motivación (indicando % total y tendencia predominante) de acuerdo al cuadro I.
A	55%	Grupo I: 76% (62% +) Grupo II: 33% (25% +)
B	50%	Grupo I: 66% (58% +) Grupo II: 32% (5% +)
C	45%	Grupo I: 56% (52% +) Grupo II: 34% (26% +)

En el cuadro II que antecede el % de la segunda columna no representa la cantidad total de población pues, un mismo individuo que es tá integrando más de un grupo, ha sido contabilizado varias veces.

Establecida la síntesis y el Cuadro II se deben destacar las conclusiones que de él se derivan para lo cual será necesario tomar alguna información del cuadro I a fin de que las mismas sean más expresivas.

-Redactadas las conclusiones antedichas (comentario de cada motivación) se deben extractar las conclusiones finales de carácter general que surgen de la totalidad del estudio en cuestión.

10. CONCLUSIONES

- 10.1. Cuando se actúe en ambiente subversivo, el estudio sicosocial de un medio humano constituye una de las tareas más importantes del G2; facilitándosele esta labor si mantiene permanentemente al día este estudio.
- 10.2. Los resultados que se obtengan de este estudio permiten definir mejor el (los) probable (s) enemigo, (s) mostrándonos además las causas y contradicciones que dan origen a las distintas corrientes de opinión.

Estas corrientes de opinión son explotadas por elementos subversivos de muy variada procedencia e ideología y fines también diversos, pero en última instancia son capitalizados por el comunismo.

- 10.3. Una vez descubiertos los hechos y precisadas las causas, las soluciones lógicas se orientarán a eliminar esas causas al mismo tiempo que se luchará contra aquél que las desee explotar.

Para este trabajo, este método presentado, constituye una indudable ayuda. Sus conclusiones se concretan prácticamente en los cuadros I y II que tienen en cuenta la finalidad perseguida por el método.

En efecto, el Cuadro I (grupos humanos y motivaciones) nos muestra el componente psicológico del medio humano frente a sus características psicológicas predominantes, en tanto que el Cuadro II (motivaciones de conjunto) después de sintetizar el cuadro anterior nos muestra los resultados en forma inversa: el componente psicológico frente a las características sociológicas que predominan en el medio.

Una última conclusión: hay que tener presente que los resultados obtenidos con la aplicación de este método, no son simples datos estadísticos sino que su valor radica en la explotación que de ellos se haga por cuanto están referidos al medio humano identificado en sus compo nentes de caracteres homogéneos: Por grupos humanos.

+ . + +

ANEXO 1

GUIA PARA EL ANALISIS DE LAS CARACTERISTICAS Y COMPOSICION DE UN MEDIO HUMANO

1. RESEÑA HISTORICA

Hechos de la historia del país, región, etc.; para comprender el origen de la población, sus tradiciones y costumbres dominantes, la influencia del medio geográfico, las relaciones entre los diversos conglomerados humanos y la orientación histórica de la población hacia la población de otras naciones, regiones, etc. (vecinas o no pero que influyen o pueden influenciar a la población en estudio).

2. ASPECTO GEOGRAFICO FISICO

No posee la importancia que tiene en la guerra convencional o clásica.

Su estudio debe ser breve y orientado a facilitar la interpretación de otros aspectos tales como la distribución geográfica de la población, grupos raciales y étnicos, vías de comunicación, etc.

Entre otros, puede contener los siguientes puntos:

2.1. Ubicación geográfica y extensión.

2.2. Regiones o sub-regiones naturales.

Sus características y ubicación.

2.3. División del territorio.

Accidentes geográficos más importantes y su influencia en la vida de la población.

2.4. Clima.

Su influencia en la economía del territorio en estudio y en la vida de su población.

3. ASPECTO POLITICO

3.1. Organización política del territorio.

Características generales (poderes públicos, leyes, instituciones, personalidades, etc.).

3.2. Política externa y/o interna.

Orientación y tendencia.

3.3. Legislación vigente y medidas de carácter público, que afectan al medio humano y que favorecen (o dificultan) la subversión.

3.4. Organización judicial y mantenimiento del orden público.

3.4.1. Leyes y medidas represivas en vigencia contra la subversión.

3.4.2. Tribunales normales y/o especiales.

3.4.3. Características de la administración de justicia.

3.4.4. Población electoral y sus porcentajes y distribución en el país, región, etc.

3.4.5. Breve reseña histórica de la vida política del país, región, etc.; que permitan ubicar los partidos y tendencias políticas actuales.

3.4.6. Los partidos políticos, detallando para cada uno de ellos:

3.4.6.1. Organización.

3.4.6.2. Plataforma (programa).

3.4.6.3. Líderes: prestigio o influencia.

3.4.6.4. Fuerza:

- Efectivos (militantes).

- Simpatizantes.

- Resultado de las últimas elecciones (tanto generales como provinciales, municipales, etc.).

3.4.6.5. Influencia:

- Sobre el gobierno.

- Sobre otros partidos.

- Sobre la población.

- 3.4.6.6. Vinculaciones con el extranjero o con otros partidos políticos.
- 3.4.6.7. Incursión en asuntos culturales, deportivos militares, etc.
- 3.4.6.8. Organizaciones políticas clandestinas: para aquellos partidos políticos declarados ilegales (y para las organizaciones políticas clandestinas) indicar los aspectos que convengan de los puntos anotados para los partidos políticos en el subpárrafo anterior.
- 3.4.7. Política exterior.
- 3.4.7.1. Relaciones con los países líderes del mundo libre y del bloque comunista:
 - Diplomáticas, culturales, etc.
 - Propaganda y viajes de personalidades.
 - Influencia sobre el país, región, etc.
 - Actividades de diversas índoles en el país, región, etc.
 - Situación general de los ciudadanos extranjeros residentes en el país, región, etc.
- 3.4.7.2. Relaciones con los países vecinos (igual que para el caso anterior) en especial con aquellos que sean de interés para el estudio.

4. ASPECTO ECONOMICO

4.1. Caracteres generales de la economía.

- 4.1.1. Características básicas que tipifican la economía del país o región (agrícola, ganadera, minera, industrial, comercial, etc.).
- 4.1.2. Papel del Gobierno Nacional (planificación en la región, apoyo que presta, etc.).
- 4.1.3. Relación de la economía del país o región con el presupuesto nacional, provincial, municipal, etc.

4.2. Agricultura y ganadería.

- 4.2.1. Tipos de cultivo, producción.
- 4.2.2. Clases de ganado, producción.
- 4.2.3. Formas de producción y tecnificación alcanzada.
- 4.2.4. Distribución de la población y nivel de vida.
- 4.2.5. Régimen de propiedad.

4.2.6. Subdivisión geográfica (zonas, subzonas, etc. ganaderas y/o agrícolas).

4.3. Minería

4.3.1. Productos que se explotan y su producción por regiones provincias, etc.

4.3.2. Porcentajes de explotación y de consumo.

4.3.3. Tecnificación.

4.3.4. Población minera, efectivos, porcentajes, distribución, nacionalidad (en especial en las regiones limítrofes), nivel de vida.

4.3.5. Sistema de la propiedad minera.

4.4. Industria

4.4.1. Materias primas nacionales y extranjeras.

4.4.2. Tipos de industrias y su distribución en el país, región, etc.

4.4.3. Fuentes de energía.

4.4.4. Población empleada en la industria.

4.4.5. Régimen industrial y concentraciones industriales.

4.5. Comercio

4.5.1. Características del comercio en el país o región. Grado de dependencia del resto del país y de regiones vecinas.

4.5.2. Población dedicada al comercio.

4.5.3. Comercio exterior y comercio interior.

4.6. Vías de comunicación y transporte.

4.6.1. Densidad de medios y vías de comunicación por regiones, provincias, etc.

4.6.2. Población dedicada al transporte.

4.6.3. Importancia de cada tipo de vía de comunicación en la economía y vida del país o región.

4.6.4. Relaciones con el exterior.

4.7. Telecomunicaciones.

4.7.1. Características generales de los diferentes tipos de servicios (telefónico, telegráfico, radial, etc.).

- 4.7.2. Densidad de medios por regiones, provincias, etc.
- 4.7.3. Población dedicada a estos servicios.
- 4.7.4. Importancia de cada tipo de servicio para el enlase de la población.

4.8. Finanzas y sistema fiscal.

- 4.8.1. Renta nacional: monto y repartición.
- 4.8.2. Presupuesto (análisis global de ingresos, egresos, cuentas especiales, etc.) e inversiones.
- 4.8.3. Sistema tributario. Repartición de las cargas tributarias sobre la población. Contradicciones.

4.9. La moneda y el crédito.

- 4.9.1. Estabilidad, orientación, restricciones, contradicciones, sectores favorecidos por el crédito.

5. ASPECTO SOCIAL

5.1. Población (importancia y distribución geográfica).

- 5.1.1. Cantidad, distribución y densidad de la población en el país, región, provincia, etc.
- 5.1.2. Distribución y porcentaje de la población urbana y rural.
- 5.1.3. Principales centros urbanos.
- 5.1.4. Distribución y porcentajes de la población por actividades económicas (agricultura y ganadería, minería, industrias, comercio, etc.).
- 5.1.5. Distribución y porcentajes de la población por edades, sexos, razas, etc.
- 5.1.6. Movimientos migratorios, volumen de los mismos, repartición geográfica, períodos de mayor movimiento.
- 5.1.7. Emigración e inmigración del país.

5.2. Grupos étnicos y minorías.

- Efectivos, distribución geográfica, densidad.

5.3. Instrucción (educación).

- 5.3.1. Analfabetismo: efectivos, porcentajes, distribución geográfica.

5.3.2. Repartición de la población estudiantil: universitaria, secundaria y primaria, comercial, técnica, etc.

5.3.3. Orientación y tendencias de las agrupaciones estudiantiles en el país, región, provincia, etc.

5.4. Información

1) Organos de prensa, de radiodifusión y televisión Importancia, tiraje o audiencia. Orientación política.

2) Medios privados.

5.5. Religión.

1) Distribución y porcentaje de la población por religiones.

2) Organizaciones y religiones.

3) Orientaciones y tendencias en el país, región, provincia, - etc.

5.6. Nivel de vida y prosperidad pública.

1) Relación entre la capacidad adquisitiva de la población y el costo de la vida (porcentajes por sectores) en el país, región, etc.

2) Tendencias de variación de costo de vida.

3) Condiciones de vida: alojamiento, electrificación, agua potable, calefacción, etc.

4) Posibilidades de procurarse los artículos de consumo corriente.

5) Problemas sociales causados por las condiciones de vida: criminalidad, delincuencia infantil, mendicidad, prostitución, - vagancia, etc.

5.7. Salud y bienestar social

1) Índices de mortalidad, natalidad, nupcialidad en el país, región, etc.

2) Enfermedades endémicas y epidémicas más importantes (efectos sobre la población en el país, región, etc.).

3) Organización de la salud pública: personal médico, hospitales, centros asistenciales (indicar su proporción en relación a la población) en el país, región, provincia, etc.

4) Estado alimenticio de la población.

5) Instituciones de auxilio y beneficencia.

5.8. Vivienda.

- 1) Situación y balance de la vivienda con respecto a la población en el país, región, provincia, etc.

5.9. Trabajo (en el país, región, provincia, etc.)

- 1) Repartición por profesiones y oficios.
- 2) Legislación de trabajo (extractos).
- 3) Salarios.
- 4) Formación técnica.
- 5) Desocupación (porcentaje y distribución).
- 6) Tendencia de la mano de obra rural hacia la industria.
- 7) Organizaciones sindicales: enumeración, efectivos, importancia, tendencias políticas o influencias políticas.
 - Personalidades.
- 8) Relaciones entre empleadores y empleados.
 - Conflictos de trabajo mas comunes.
 - Sus causas reales y sus causas aparentes.

5.10. Organizaciones sociales y culturales.

- Importancia, tipo y actividad, orientación política, personalidades, influencia y prestigio de los intelectuales.

5.11. Estructura social.

- 1) La familia: características de la estructura familiar (uniones legales e ilegales).
- 2) Clases sociales: establecer las clases sociales existentes - juzgando sobre la base del factor económico y de la influencia sobre éste de los factores trabajo, cultural, etc. Indicar efectivos, porcentajes, distribución geográfica en el país, región, etc.

5.12. Idiomas y dialectos (en el país región, etc.).

- 1) Porcentaje de la población que practica cada lengua. Repartición geográfica. Predominio por zonas.
- 2) Importancia relativa de la lengua oficial y de los dialectos locales.