

**Nociones, Métodos y
Estrategias de Comunicación y
Extensión en el INTA. Análisis
del caso de la Agencia de
Extensión Rural de Monteros,
Tucumán.**

Autora

Elsa Daniela Rodríguez Brito

Directora

Lic. Claudia Villamayor

**Maestría PLANGESCO- Jujuy
Universidad Nacional de La Plata**

Año 2014

Índice

-Parte I: Introducción

I. Abstrac

II. Motivaciones Personales para la realización de este trabajo

III. Introducción

IV. Objetivos

V. El Escenario: El Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria

V. I. Sistema de Extensión

V. II. Agencias de Extensión Rural

V. III. La Comunicación en el INTA: perspectivas y líneas de trabajo

VI. La práctica elegida: la Agencia de Extensión Rural Monteros

VI. I. Metodología

VI. II. Métodos y Herramientas

VI. III. Escenario

VI. III. I. Monteros: tierra de tradiciones

VI. III. II. Agencia de Monteros

-Parte II: Nociones y Perspectivas

I. Nociones de Comunicación

I. I. Comunicación y Emancipación en América Latina

I.II. La Comunicación en los Procesos de Transformación Latinoamericano

I. III. Planificación y Gestión de los Procesos Comunicacionales

II. Desarrollo, Extensión Rural y Comunicación

II. I. Progreso y Desarrollo

II. I. II. Nociones de Desarrollo

II. I. III. Desarrollo Rural

II. II. Extensión Rural

II. III. Comunicación y Desarrollo

III. Desarrollo, Extensión Rural y Comunicación en el INTA

-Parte III: La Práctica

I. Las prácticas de comunicación

II. Las Políticas, Acciones y Actores de la AER Monteros

III. La palabra de las prácticas

III. I. Perspectivas de Extensión

III. I. I. Dimensiones de Extensión

III. II. Perspectivas Comunicacionales

III. II. I. Dimensiones de la Comunicación

IV. Nacidos, Criados y Malcriados en Monteros: la comunicación y la extensión local

V. Entre la Comunicación y la Extensión

VI. Problemáticas de Extensión y Comunicación

VI. I. Propuesta de Acciones

-Conclusiones

-Bibliografía

Al recuerdo de mis abuelos,

Guillermo y Panchina

Muchas gracias a todas y todos los que colaboraron con estas páginas, involucrándose y haciendo suyo estos relatos.

Agradezco también a los directivos de la institución por los tiempos comprometidos en la investigación y por cada gestión, en especial a mi director de beca Mariano Garmendia por la enorme confianza.

Gracias a los que me llevaron al campo y confiaron en mí por primera vez, sin ustedes estas páginas no se hubieron concretado. Sobre todo a mis amigas Silvina Saldaño y Ruth Macedo, que desde mis primeros pasos en el INTA motivaron mis prácticas y estimularon mi confianza.

Mi recuerdo especial a mi querido amigo José Luis Mocho Vidal, que me anima e inspira todos los días en mi memoria con sus convicciones y amor por la extensión.

A mis compañeros y amigos del INTA Leales, a los que fuimos y a los que aún son parte de esta mística unidad. Mi agradecimiento y cariño muy especial a todos y cada uno de ellos.

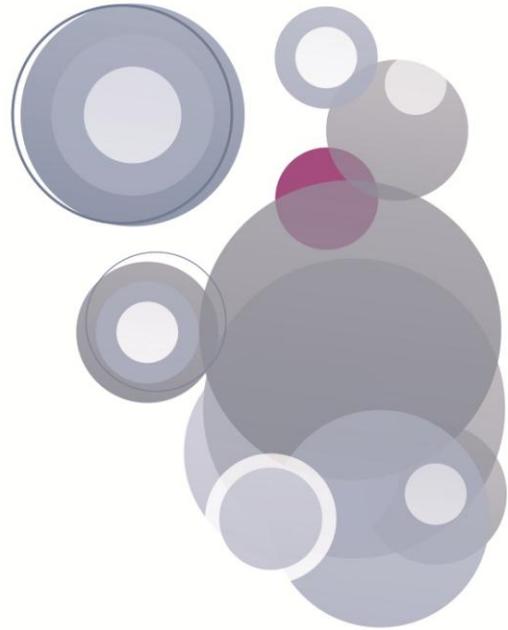
Gracias por siempre a los compañeros y ahora amigos Juan Manuel Maccio, José Logarzo y Edgardo Sánchez Tello de la Agencia de Monteros, por ser protagonistas de estas páginas, por hacer suya cada palabra y por todos los cuidados que recibí, mientras mi hijita esperaba en mi panza.

A los que me apuntalaron a la distancia con sus palabras y ejemplos, gracias por estar siempre sobre todo a mi amigo Matías Centeno.

A mi directora Claudia Villamayor por su generosidad, paciencia y dedicación desinteresada: ¡gracias totales!

Gracias a mi familia por creer en mí siempre, a mi hermana Adelina y mis sobrinos Gero, Nacho y Lucia.

A mis amores Agustín y Anita Guillermina que desde la panza me espero paciente, y hoy me sostienen con su amor todos los días, y al nuevo integrante de se suma a esta familia, y que ya estamos esperando: muchas, muchas gracias.



Introducción

I. Abstract

En esta tesis se presenta una investigación que objetiva las nociones, métodos y estrategias de comunicación que se desarrollan en el sistema de Extensión Rural del INTA, y en particular en las prácticas de la Agencia de Extensión Rural (AER) de Monteros, que pertenece al área de influencia del Centro Regional Tucumán – Santiago del Estero y que interviene en esta zona por medio del Proyecto Regional Tucumán Sur.

En este sentido y con el objetivo de caracterizar la relación comunicación-extensión se promovió el reconocimiento de las dificultades y problemáticas de las prácticas en el territorio mencionado, a fin de rearmarlas en una propuesta de comunicación.

Desde sus orígenes en la institución existe una trayectoria histórica en tomar a la comunicación como recurso estratégico. Así la comunicación aparece en las líneas de acción de la institución, que la incorpora en sus planes y prioridades.

Sin embargo, no existe una única perspectiva comunicacional en el INTA. En la institución, las mismas son diversas y se caracterizan por estar singularizadas por las diferentes realidades y necesidades de los distintos territorios que se aborda: comunicación institucional; comunicación para el desarrollo; comunicación estratégica; comunicación popular, todas juntas y mezcladas.

A fin de identificar las dificultades y problemáticas de esta realidad, se llevó a cabo una investigación de las prácticas de comunicación y extensión de la AER Monteros, del sur de la provincia de Tucumán, durante los meses de diciembre 2012 a marzo 2013.

En tal sentido, para poder abordar el objeto de estudio de esta investigación, se utilizó como principales claves de lectura a las siguientes categorías: **Comunicación** y **Extensión**, lo que permitió conocer las nociones, métodos y estrategias de comunicación y su relación con las prácticas de extensión que históricamente la institución promueve.

II. Motivaciones Personales para la realización de este trabajo

Con esta tesis pretendo manifestar el camino transitado en mi crecimiento profesional de manera de expresarlo en la investigación por medio de los conocimientos teóricos adquiridos durante el cursado de la maestría, como así también reflejar lo aprendido en las prácticas y la reflexión de las distintas intervenciones.

En tal sentido, aspiro a que esta investigación pueda colaborar con la sistematización de las prácticas de comunicación en el INTA; a fin de objetivar las estrategias; identificar problemáticas y así contribuir a la futura elaboración una propuesta de trabajo que aporte al desarrollo de estrategias comunicacionales de la institución.

Cabe agregar que con esta tesis culminaré una beca de práctica profesional y de perfeccionamiento de postgrado, que me fue otorgada por el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA) a fines del año 2007.

III. Introducción

Esta tesis plantea una investigación motivada por la búsqueda de las nociones, métodos y estrategias de comunicación en el sistema de Extensión Rural del INTA, para lo cual se tomó como referencia las prácticas de la Agencia de Extensión Rural (AER) de Monteros. , durante el periodo diciembre 2012-marzo 2013.

La unidad mencionada pertenece al área de influencia del Centro Regional Tucumán – Santiago del Estero, que interviene en esta zona por medio del Proyecto Regional Tucumán Sur.

Las razones por las cuales se eligió esta temática se encarnan en cuestiones institucionales que son importantes destacar.

En primer lugar, los documentos de acción del INTA conciben a la comunicación como estratégica y así la incorpora en sus planes y prioridades.

Además entienden que la comunicación es una responsabilidad de todos y cada uno de los miembros de la institución.

Desde el organismo se promueve una estrecha relación entre comunicación y extensión; al punto que sostiene que según el modelo de desarrollo que se tenga como marco guiará el modelo de extensión, y este a su vez definirá el modelo de comunicación.

No obstante, no existe a nivel nacional; ni en el Centro Regional Tucumán-Santiago del Estero; ni en el Proyecto Regional Tucumán Sur y ni en ninguna de la agencias de extensión que tiene competencia, un marco que haga las veces de una política que oriente estratégicamente las acciones comunicacionales.

En tanto que son las necesidades cotidianas las que imponen la dinámica comunicacional, muchas veces sin un responsable concreto y sujeta a los cortos tiempos institucionales.

Las estrategias comunicacionales que se proponen son coyunturales y los análisis - como diagnósticos- que se realizaron hasta ahora quedan archivados. Por lo general, estos informes son olvidados no solo por la complejidad que revisten los escritos sino porque muchas veces son encargados a consultores externos, y una vez que terminan su trabajo emigran hacia otros clientes.

Por estas cuestiones es importante reflatar una investigación en comunicación no solo para identificar las dificultades y problemáticas históricas de las prácticas, sino para que-además- estas sean identificadas por sus propios actores a fin de que las propuestas tengan una referencia local que se ajuste a la realidad territorial.

IV. Objetivos

Esta tesis se propone los siguientes objetivos:

Generales

- Identificar las nociones, métodos y estrategias de extensión y comunicación que están presentes en la Agencia de Extensión Rural Monteros (AER) del sur de la provincia de Tucumán durante el periodo de diciembre de 2012 a marzo de 2013, que pertenece al área de influencia del Centro Regional Tucumán Santiago del Estero, e interviene por medio del Proyecto Regional Tucumán Sur.
- Caracterizar la relación comunicación-extensión para reconocer las dificultades y problemáticas que surgen en las prácticas, a fin de rearmarlas en una propuesta de comunicación.

Específicos

- Identificar las nociones de comunicación y extensión que el INTA construye y/o promueve para sus líneas de acción.
- Especificar las metodologías y estrategias de comunicación y extensión de la institución.
- Describir los matrices que el INTA utiliza para la construcción de sus perspectivas comunicacionales.
- Identificar las nociones de comunicación y extensión que están presentes en la AER Monteros, del sur de la provincia de Tucumán.
- Especificar las metodologías y estrategias de comunicación y extensión de la unidad.

- Reconocer en las prácticas de la AER Monteros las nociones, metodologías y estrategias de comunicación que las distinguen en la institución.
- Conocer las perspectivas comunicacionales privilegia la AER Monteros en sus prácticas.
- Relevar dificultades y problemáticas en comunicación la AER Monteros a fin proponer líneas de acciones comunicacionales, al servicio del Proyecto Regional Tucumán Sur.

Los mencionados objetivos se observan como una necesidad institucional concreta, que se refleja en la creación de distintas becas en comunicación a lo largo del país.

En concreto en esta investigación, estos sirvieron como guía de lectura del trabajo de campo realizado en la Agencia de Extensión Rural de Monteros y contribuyeron a construir una propuesta de acciones en la temática.

En tal sentido -y a pesar de la trayectoria que tiene el INTA en el uso de la comunicación-, es importante rescatar algunas cuestiones que surgen de las prácticas y que motivan diferentes interrogantes.

El INTA considera que la comunicación se produce en tres planos: interno; hacia la comunidad e integrando programas de extensión.

En tanto que las prácticas de comunicación son acompañadas por distintas nociones: comunicación institucional, investigación en comunicación, comunicación estratégica, comunicación para el desarrollo, comunicación popular, entre otras.

Sin embargo, cada una de estas maneras de nombrar a la comunicación propone preguntas que se reflejan en el hacer cotidiano de la institución. Las dudas surgen a la hora de llevar a la práctica estas nociones; diferenciar las necesidades que cada una satisface y construir las acciones de cada propuesta; en una palabra de qué hablamos cuando hablamos de comunicación en INTA.

Esta tesis se aboca a conocer las nociones, métodos y estrategias de comunicación que surgen de las experiencias de extensión, y poder así caracterizar la relación comunicación-extensión.

Cabe destacar la importancia que desde la misma organización se le otorga al sistema de extensión, ya que considera la estrecha relación entre ambos procesos; al punto que postula que según el modelo de desarrollo que se tenga como marco, este guía el modelo de extensión, y a su vez es este último es el que define el modelo de comunicación.

La teoría acerca de la relación entre extensión y comunicación es amplia, algunas posturas promueven a la comunicación como motora del cambio social, mientras que otras denostan la planificación en comunicación considerándola como simple formulas repetidas.

Entre unas y otras surgen los siguientes interrogante: ¿cuáles son los elementos y variables que desde la institución se plantea en esta relación?; ¿a qué se considera territorio?; ¿qué sucede en las prácticas?; ¿por qué y para qué se interviene? y ¿cómo funciona la comunicación en este proceso: ¿es un medio o un fin?

Por tales motivos, esta tesis se propuso acercarse a las experiencias de extensión rural de la AER Monteros, del Sur de la provincia de Tucumán, para conocer las nociones, métodos y estrategias de comunicación que circulan en estas prácticas; y poder así caracterizar la relación comunicación-extensión, a fin de realizar una propuesta de acciones al servicio del Proyecto Regional Tucumán Sur.

Tal escenario motiva las siguientes preguntas:

¿Qué entiende el INTA por comunicación?

¿De qué habla cuando se habla de modelos de comunicación?

¿Cuál es el lugar de la comunicación en el enfoque territorial?

¿Cuáles son las perspectivas comunicacionales que se usan en las prácticas?

¿Cuál privilegia la institución?

¿Son los modelos actuales de comunicación del INTA los que estimulan la creencia del cambio a través de la comunicación?

¿Cómo se vinculan las prácticas de extensión con los procesos comunicacionales?

¿Cuáles son las variables o elementos que están en juego en esta relación?

¿Cuáles son los paradigmas que están en juego en esta relación?

¿Qué actores participan y cuáles son sus razones y tensiones?

¿Cuáles son las necesidades de comunicación de las prácticas de extensión?

¿Qué perspectivas comunicacionales podemos deducir de aquellas?

Estas preguntas fueron los interrogantes que abrieron la búsqueda de las nociones y perspectivas teóricas de esta tesis, como así también permitieron abordar las prácticas en el terreno donde se desarrollan.

V. El Escenario: El Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria

El escenario del que emerge la práctica que se abordó en esta tesis, es el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA). Este es un organismo estatal con autarquía operativa y financiera que depende actualmente del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación.

A través del [decreto ley 21.680/56](#) se crea la institución el 4 de diciembre de 1956, y desde entonces centraliza sus acciones de investigación e innovación tecnológica en las cadenas de valor, regiones y territorios para mejorar la competitividad y el desarrollo rural sustentable del país.

El INTA tiene como finalidad “impulsar, vigorizar y coordinar el desarrollo de la investigación y extensión agropecuaria y acelerar, con los beneficios de estas funciones fundamentales, la tecnificación y el mejoramiento de la empresa agraria y de la vida rural”¹.

En tanto que el objetivo institucional central es contribuir a la competitividad del sector agropecuario, forestal y agroindustrial en todo el territorio nacional, en un marco de sostenibilidad ecológica y social.

En este sentido, se desprenden los siguientes objetivos institucionales:

-Contribuir a la competitividad de las cadenas agroindustriales, al incremento continuo de las exportaciones, así como al acceso a nuevos mercados.

-Contribuir a la salud ambiental y sostenibilidad de los principales sistemas productivos y agro ecosistemas, manteniendo la potencialidad de los recursos naturales.

¹ Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (2011). *Historia del INTA*. Recuperado de <http://inta.gob.ar/sobre-el-inta/que-es-el-inta/historia>

-Fortalecer la inclusión social y el desarrollo territorial, integrando las economías regionales y locales a los mercados internos e internacionales, con generación de empleos e ingresos que disminuyan los niveles de pobreza rural-urbana.

Cabe mencionar que la estrategia del INTA se enfoca en la innovación tecnológica y organizacional del Sistema Agropecuario, Agroalimentario y Agroindustrial, que en la actualidad ese enmarca en el Plan Estratégico Institucional (PEI) 2005-2015. Además se organiza en cuatro componentes estratégicos que actúan coordinadamente sobre los ámbitos de intervención y en interrelación con los sectores públicos y privados:

-Investigación y Desarrollo Tecnológico. Genera conocimientos en los principales ejes de innovación del Sistema Agropecuario, Agroalimentario y Agroindustrial en respuesta las demandas del ámbito nacional, regional y local.

-Transferencia y Extensión. Adapta e incorpora conocimientos y tecnologías a los procesos de desarrollo territorial y local, promoviendo formas de organización que garanticen la inserción en los mercados y la captación de excedentes.

-Vinculación Tecnológica. Concreta la articulación público-privada y expande las oportunidades regionales a través de convenios y diferentes formas de alianzas respetando la propiedad intelectual.

-Cooperación Institucional. Vincula a los actores públicos y privados con las oportunidades de innovación en el ámbito internacional, nacional, regional y local.

Para llevar adelante esta estrategia en el territorio nacional, el INTA cuenta con una estructura que comprende: una Sede Central, quince Centros Regionales (CR), cinco Centros de Investigación (CI), cincuenta Estaciones Experimentales (EEA), dieciséis

Institutos, más de trescientas Unidades o Agencias de Extensión (AER). Además el Grupo INTA se conforma por dos entidades privadas creadas en 1993, [Intea S.A.](#) y [Fundación ArgenINTA](#).

En tal sentido, los esfuerzos institucionales se orientan a la innovación como motor del desarrollo e integra capacidades para fomentar la cooperación interinstitucional, generar conocimientos y tecnologías y ponerlos al servicio del sector a través de sus sistemas de extensión, información y comunicación.

V. I. Sistema de Extensión

En esta investigación interesa particularizar sobre el Sistema de Extensión del INTA, el cual concibe a la extensión como un proceso de intercambio de información y conocimientos para el desarrollo de las capacidades de innovación de la comunidad rural.

Además este sistema apunta a generar un marco de apoyo al desarrollo local. En tal sentido las funciones del INTA son:

- Capacitar a los diferentes representantes de la comunidad rural para fortalecer su capacidad de innovar en tecnologías y organización, adaptarse a los cambios e insertarse en los mercados.
- Adaptar tecnologías a las diversas situaciones productivas.
- Apoyar el crecimiento de la organización local y regional.
- Generar servicios público-privados de información, asistencia técnica y extensión.
- Gestionar redes locales de innovación.
- Apoyar los procesos de desarrollo rural contemplando el manejo sustentable de los recursos naturales.

En tanto que el sistema de extensión cuenta con las siguientes estrategias:

-Programa Nacional de Apoyo al Desarrollo de los Territorios. Promueve la innovación tecnológica y organizacional, el desarrollo de capacidades y el fortalecimiento de la competitividad en un ámbito de equidad social y de sustentabilidad ambiental. Además este programa cuenta con diferentes estrategias de trabajo según el tipo de población objetivo: Programa Federal de Apoyo al Desarrollo Rural Sustentable (ProFeder), marco de articulación de los subprogramas Cambio Rural, Profam, Minifundio, Pro-Huerta, y otras iniciativas locales.

Cabe destacar que estos subprogramas, son las principales herramientas de intervención de los técnicos en el territorio. En este sentido, es importante destacar algunas de sus principales características:

- *Cambio Rural*: Creado en el año 1993 por la Secretaría de Agricultura, Ganadería Pesca, el Programa Federal de Reconversión Productiva para la Pequeña y Mediana Empresa Agropecuaria (Cambio Rural) trabaja con 1.347 grupos, más de 13.500 pequeños y medianos emprendedores agropecuarios. El INTA tiene la responsabilidad de su coordinación operativa y ejecución presupuestaria.

Sus principales objetivos son:

- . Asistir al productor en la organización y gestión de su empresa, la producción, la transformación y la comercialización, con la finalidad de mejorar sus ingresos y facilitar su integración a la cadena agroalimentaria.
- . Capacitar a los actores sociales responsables de impulsar los cambios necesarios en las PyMES agropecuarias.
- . Promover la integración de las acciones de los sectores público y privado, facilitando el acceso a mercados y a las vinculaciones comerciales necesarias para lograr el fortalecimiento del sector.

. Fortalecer la articulación público-privada para vincular las demandas de los productores con los sectores de oferta tecnológica.

. Promover y participar en acciones de desarrollo local y regional, contribuyendo a crear las condiciones que faciliten el financiamiento del desarrollo rural y agroindustrial.

■ *Profam*: El Programa para Productores Familiares (Profam) nace en el año 2003, destinado a integrantes de la comunidad rural con las siguientes características: escala muy reducida; deficientes recursos de estructura; falta de organización; falta de acceso al crédito; dificultad en la comercialización, y bajos ingresos

Estos productores-además-se distinguen porque trabajan en forma directa en su establecimiento, con la colaboración de su familia. La finalidad del Profam es asistirlos para que inicien un proceso de cambio en su organización; mejoren sus habilidades productivas, de gestión y comercialización; generen alternativas que les faciliten superar, a través de la mejora del nivel de ingresos, la situación de estancamiento en la que se encuentran, y accedan a mejores condiciones de vida.

En tal sentido, sus acciones se orientan a promover: diagnósticos participativos de problemas; formas empresariales de producción y transformación; la ocupación de la mano de obra familiar y la generación de empleo local; la seguridad alimentaria de las familias; el acceso a información de mercados; la validación y adaptación de tecnologías, y la organización de productores hacia formas autogestionarias, para acceder con éxito a los mercados.

■ *Minifundio*: Para dar una respuesta a la alta concentración de minifundios en la estructura agraria argentina, en 1987 el INTA creó este programa del que participan productores con las siguientes características: escasez de recursos naturales y económicos; parcelas pequeñas en función del núcleo familiar; tenencia precaria de la tierra; baja remuneración de la mano de obra familiar; falta de tecnología y

asesoramiento profesional adecuados; dificultad de acceso al crédito; poco poder de negociación en los mercados, y debilidad organizativa.

El objetivo central del programa es propiciar acciones para mejorar los ingresos y calidad de vida de los minifundistas, sobre la base de un desarrollo auto sostenible, que posibilite su transformación, ampliando las posibilidades de capitalización.

- *Prohuerta*: es un programa del INTA y del Ministerio de Desarrollo Social de la Nación con más de 20 años de trabajo en todo el territorio nacional. Desde el 2003 Pro-Huerta es un componente del Plan Nacional de Seguridad Alimentaria (PNSA).

En la actualidad, cuenta con cerca de 624 mil huertas, 130 mil granjas y 3,4 millones de personas involucradas.

Este programa se enmarca en la seguridad alimentaria, la capacitación progresiva, la participación solidaria y el acompañamiento sistemático de las acciones en terreno, a través de la intervención activa del voluntariado (promotores) y de redes de organizaciones de la sociedad civil.

Junto con el modelo técnico que promueve, se apoya en los principios de la agricultura orgánica, lo que da la característica de una fuerte penetración territorial, valoración social y eficacia para la incorporación en la dieta de los hogares de alimentos frescos.

El programa está principalmente dirigido a una población en condición de pobreza, que enfrenta problemas de acceso a una alimentación saludable, para lo cual promueve una dieta más diversificada y equilibrada mediante la autoproducción en pequeña escala de alimentos frescos por parte de sus destinatarios.

En tal sentido, su objetivo es mejorar la seguridad y la soberanía alimentaria y favorecer la participación y organización de sectores vulnerables de la población.

-Proyectos Regionales. Responden a demandas específicas de las problemáticas regionales.

-Atención en las Unidades o Agencias de Extensión. Para dar respuestas a las demandas locales, alrededor de mil doscientos profesionales de todo el país conforman un equipo de trabajo multidisciplinario al servicio de la extensión.

Cabe destacar que el INTA desarrolla sus acciones en transferencia y extensión desde la perspectiva del desarrollo rural con enfoque territorial. Esta estrategia se basa en el proceso de transformación productiva e institucional en un espacio rural determinado, cuyo fin es mejorar la calidad de vida de la población involucrada.

V. II. Agencias de Extensión Rural

Como ya se mencionó, esta tesis se puntualiza en las prácticas de la AER Monteros, dependiente del Centro Regional Tucumán- Santiago del Estero, y en tal sentido interesa especificar sobre las Agencias de Extensión Rural (AER).

En este punto cabe aclarar que en diferentes lugares del país éstas reciben denominaciones distintas, así en algunas provincias se las nombran como unidades, en otras como agencias, etc. No obstante y en esta tesis, se hará mención a éstas como agencias, de manera de respetar la denominación de origen de la muestra con la que se trabajó.

En primer lugar cabe señalar que las agencias nacen y se distribuyen en todo el país, como necesidad del sistema de extensión y transferencia del INTA a fin de atender a las demandas locales. Así alrededor de mil doscientos extensionistas trabajan en las más de trescientas trece agencias de extensión rural de todo el país.

Particularmente, la AER Monteros pertenece al área de influencia del Centro Regional Tucumán-Santiago del Estero, el cual promueve sus acciones institucionales (investigación, extensión, vinculación tecnológica y relacionamiento institucional)

alrededor de proyectos nacionales y regionales mediante la construcción de espacios de articulación institucional con gobiernos locales, organizaciones intermedias y otras entidades de promoción del desarrollo.

En tanto que los proyectos regionales con los que actualmente trabaja el Centro Regional Tucumán- Santiago del Estero son:

-Desarrollo sustentable de los sistemas productivos intensivos de los valles intermontanos y cuencas de la Provincia de Tucumán.

-Proyecto regional con enfoque territorial, Llanura Chaqueña Centro.

-Apoyo al desarrollo territorial en las unidades de extensión del Este de Santiago del Estero.

-Desarrollo de los sistemas productivos y de seguridad alimentaria de los territorios involucrando tecnologías amigables con el medio ambiente y de fuerte inclusión socio organizativo en el área Tucumán Norte.

-El INTA en el territorio: Contribuciones al desarrollo integral del Oeste de Santiago del Estero.

-Desarrollo territorial de los sistemas productivos, alimentarios y las cadenas del área sur, provincia de Tucumán.

En tanto que cabe destacar que este último proyecto involucra en su área de influencia a la Agencia de Extensión Rural de Monteros, cuyas prácticas son objeto de análisis en esta tesis.

V. III. La Comunicación en el INTA: perspectivas y líneas de trabajo

Las perspectivas comunicacionales con las que trabaja el INTA son diversas, debido a que desde sus orígenes existe una preocupación histórica por la temática.

La institución considera que la comunicación se produce en tres planos: interno; hacia la comunidad e integrando programas de extensión. Para materializar estos planos se utilizan todos los medios disponibles: folletos, carteles, boletines de noticias, sitio web, ediciones INTA, videos, exposiciones, etc.

A nivel nacional existen distintas nociones que acompañan las prácticas de comunicación de la institución, a saber:

1)-Comunicación Institucional

a)-Actores: Dependiente de la Dirección Nacional Asistente de Sistemas de Información, Comunicación y Calidad, la Gerencia de Comunicación e Imagen Institucional (GECOM) del INTA lleva adelante el sistema de comunicación institucional.

No obstante se concibe que todo el personal está involucrado en este proceso comunicacional, desde su presidente hasta los operarios contribuyen a forjar en la sociedad la imagen institucional a través de sus palabras, actitudes e imagen.

En tanto que se reserva para la red de comunicadores la tarea de hacerlo profesionalmente en todo el país, para lo cual el Departamento de Comunicaciones cuenta con un equipo interdisciplinario de profesionales que trabajan para el diseño del mensaje institucional y los difunden por diferentes medios.

b)-Objetivos: La Gerencia de Comunicación del INTA sostiene que la comunicación se ha transformado en estratégica para la institución y se halla asociada a sus planes y

prioridades². En este sentido la política comunicacional apunta a fortalecer los vínculos con sus interlocutores y mostrar a la sociedad en general todo su trabajo y potencial.

c)-Estrategia: La construcción de la imagen institucional se realiza a través de la comunicación interna y externa. En este sentido la estrategia de comunicación institucional se proyecta hacia los siguientes públicos:

-Interno: formado por todo el personal de INTA perteneciente a Consejos Directivos; Dirección Nacional (Planificación, Operarios, Organización, RR.HH., Administración, etc.); Direcciones Regionales; Institutos de Investigación; Estaciones Experimentales; Unidades de Extensión; Argerinta; Intea; etc.

-Externo e Interlocutores referentes: considerados como familias rurales, empresarios, profesionales y agentes financieros que participan de las cadenas agroindustriales; productores minifundistas y sectores carenciados; dirigentes y profesionales del Sistema Nacional de Investigación Agropecuaria; dirigentes y profesionales del sistema de asistencia técnica y extensión rural; dirigentes y profesionales de los Poderes Ejecutivo, Legislativo y Judicial; representantes y profesionales de la comunidad académica-científica; representantes y profesionales de organismos nacionales e internacionales ligados a ciencia y técnica; entidades afines; periodistas; educadores; formadores de opinión; dirigentes y empresarios de la comunicación; consumidores y público en general.

En tanto que el sistema de comunicación institucional utiliza los siguientes medios para desplegar su estrategia: medios internos de comunicación, y medios de comunicación masivos, interactivos y de vinculación (medios masivos nacionales, provinciales y locales (medios gráficos-diarios, revistas, libros, otras publicaciones, posters, folletos, etc.-; medios electrónicos-cd, videos-; radios; televisión-abierta y por cable- y medios en vía pública); medios interactivos (electrónicos/informáticos-internet (foros, biblioteca electrónica, etc.), web, email-; telefónicos(0800); eventos,

² Párrafo extraído de www.inta.gov.ar Documento Institucional 1997.

exposiciones y congresos, etc.); medios de vinculación, relaciones públicas, convenios, etc.).

d)-Funciones: Las funciones de la GECOM son: comunicaciones audiovisuales (radio, televisión y video) y eventos (exposiciones y eventos en general); prensa institucional, redes de información, relaciones públicas e imagen institucional; medios interactivos (servicio de atención 0800 INTA, web, educación a distancia); publicaciones, diseño gráfico, biblioteca, archivo documental de INTA y librería, e investigación y relevamiento de datos.

Cabe aclarar que si bien estas funciones son propias de la GECOM, por lo general también se cumplen en las distintas unidades como prácticas de comunicación institucional aunque sujetas a la realidad de cada unidad, como recursos y necesidades locales.

Es importante resaltar que el INTA cuenta con un manual de imagen corporativo como producto de un exhaustivo trabajo que se inició en 1997 en el Departamento de Comunicaciones y que utilizaron como base las primeras marcas institucionales creadas en 1956 y otras versiones que a través del tiempo circularon dentro de la organización.

En pos de guardar la identidad institucional hacia adentro y hacia afuera y consolidar la marca INTA, el manual cuenta con normas para las publicaciones (libros, revistas) los videos, CD, todo lo referente a boletines electrónicos y el sitio web.

Además establece el uso del ISO INTA tanto en uniformes, ropa de trabajo como en cualquier tipo de merchandising, credenciales y gráfica vehicular; como así también se presentan ejemplos orientativos para muestras estáticas, carpas, gazebos, sombrillas, paneles y banderas, afiches, banners, carteles, folletos etc.

2)-Investigación en Comunicación

a)-Actores: En mayo de 2009 fue creada la Coordinación de Investigación en Comunicación Estratégica (CICE) dependiente de la Dirección Nacional Asistente de Sistema de Información Comunicación y Calidad y desde la cual se promovió una red de comunicadores investigadores en todo el país, a fin de cubrir la vacancia entre la gestión de productos comunicacionales y aquella enfocada en procesos comunicacionales.

Además desde esta coordinación se gestionó una red abierta a unidades similares y equipos de investigación que desarrollen, desde las Universidades u otros organismos nacionales e internacionales, conocimientos en comunicación rural.

b)-Objetivos: Esta coordinación tuvo como objetivo principal integrar en la tarea del INTA a la comunicación como elemento conductor del proceso de innovación.

Su principal propósito fue el fortalecimiento institucional de las capacidades teórico-metodológicas desde el enfoque de la comunicación estratégica.

Este enfoque considera la emergencia de actores en torno a problemáticas, buscando facilitar espacios de encuentro y el desarrollo de capacidades de los actores implicados como agentes del cambio en los territorios.

Este abordaje de los procesos de comunicación implica pensarlos como fenómenos complejos y en constante movimiento, reconociendo las diferentes realidades y respetando las identidades culturales, los conocimientos y los modos de percibir y hacer en un tiempo y espacio dado.

Desde esta coordinación se consideró que la comunicación estratégica permite valorar la innovación como proceso social de co-diseño y apropiación de alternativas novedosas para la resolución de los problemas. Se propuso una metodología de

investigación acción que facilite la integración del conocimiento circulante a la producción de nuevos conocimientos en los proceso de innovación en INTA.

c)-Estrategia: Tuvo como ejes de trabajo:

-Desarrollo de investigaciones en comunicación: diseño y desarrollo de investigaciones en comunicación estratégica tanto a nivel regional como nacional. Relevamiento y sistematización de trabajos científicos sobre comunicación rural.

-Asesoramiento y asistencia técnica a proyectos INTA: asistencia en la generación y adaptación de herramientas metodológicas comunicacionales para programas y proyectos institucionales.

-Capacitación de agentes INTA: diseño y desarrollo de instancias de capacitación para agentes INTA.

-Normativas en materia de comunicación: elaboración de normas, procedimientos y estándares en materia de comunicación.

-Red de comunicadores investigadores INTA: creación y fortalecimiento de una red institucional de comunicadores investigadores.

-Articulación con universidades: generación de espacios para interactuar con unidades similares y equipos de investigación que desarrollen, desde las universidades u otros organismos nacionales e internacionales conocimientos en comunicación rural.

d)-Funciones: De los ejes mencionados surgieron los siguientes proyectos:

-Desarrollo de investigaciones en comunicación. El propósito fundamental de este eje se centró en el fortalecimiento institucional de las capacidades teórico-metodológicas en investigación en comunicación como insumo para programas nacionales, regionales

y territoriales. Concentró su accionar en diagnósticos de comunicación y en el desarrollo de nuevas metodologías para la producción del conocimiento en la materia.

-Asesoramiento y asistencia técnica a proyectos INTA. Este eje operó bajo un sistema a demanda, poniendo a disposición de los programas y proyectos institucionales procesos de asistencia técnica en los diferentes estadios de gestión.

-Capacitación de agentes INTA. Este eje persiguió como objetivo central desarrollar procesos de enseñanza-aprendizaje en torno a la tarea comunicacional en la institución, y generar espacios de conservación a partir del diseño a medida de estrategias didácticas.

Las acciones de formación se realizaron a partir de las necesidades del INTA e implicaron procesos de diseño, implementación, evaluación de la actividad y devolución a los participantes.

-Normativas en materia de comunicación. Esta línea de trabajo tenía como principal propósito sistematizar el conocimiento institucional en materia de comunicación para favorecer la labor y establecer acuerdos mínimos que estandaricen los procesos de comunicación que se realizan en distintas unidades del país.

-Red de comunicadores investigadores INTA. Significó un proyecto a largo plazo cuya finalidad era promover la construcción colectiva de saberes, capitalizar los desplazamientos institucionales en materia de comunicación, consolidar espacios de intercambio entre los profesionales de la comunicación, y expandir las fronteras del conocimiento en la investigación en comunicación rural.

La Red contó con una plataforma digital como soporte para una comunidad virtual de interés disciplinar, y además con un Grupo Redes y Pensamiento Complejo, en continuidad con el primer tramo del seminario interno "Grupos-Redes-Organizaciones".

-Articulación con universidades. En este eje se promovió la generación de espacios para interactuar con unidades similares y equipos de investigación que desarrollen, desde las universidades u otros organismos nacionales e internacionales conocimientos en comunicación rural. En este sentido las actividades que se realizaron fueron: asesoramiento a universidades, participaciones en jornadas, congresos, charlas; convenios interinstitucionales; etc.

Cabe destacar que por iniciativa de esta coordinación surgió una biblioteca digital, que trabaja colaborativamente con la [Maestría de Comunicación Estratégica](#) de la Universidad Nacional de Rosario.

3)-Comunicación para el Desarrollo

a)-Actores: En el marco del [Programa Nacional de Apoyo al Desarrollo de los Territorios](#), se desarrolló el Proyecto de Comunicación en Apoyo al Desarrollo, hoy ya finalizado. Sin embargo, actualmente muchos comunicadores de la organización siguen esta línea de trabajo.

b)-Objetivos: El proyecto mencionado se proponía fortalecer las capacidades del INTA para el diseño de estrategias y el uso de herramientas de comunicación que faciliten la participación de los actores en los procesos de desarrollo territorial.

A primera vista en terreno se vislumbra que los comunicadores que siguen este enfoque tienen como principal objetivo adecuar el mensaje técnico con palabras; dibujos; fotos; gráficos, etc. a fin de que las comunidades puedan adoptar las tecnologías que se les proponen. Aunque en algunos casos, estos comunicadores desarrollan sus propios procesos en las comunidades.

c)-Estrategia: En el marco de las actividades planificadas por el proyecto mencionado, se previó la identificación y caracterización de experiencias de comunicación en apoyo a proyectos de los que participó o participa la institución y otras organizaciones, con el objetivo de rescatar y documentar estrategias/prácticas de comunicación.

d)-Funciones: Del proyecto surgen el relato de experiencias del PAC, el Seminario del Lechería de Rafaela y el Encuentro de Mujeres Apícolas de Entre Ríos, entre otros, y el plan de formación en comunicación para el desarrollo a técnicos extensionistas de todo el país.

En tanto que los comunicadores que siguen este enfoque de trabajo tienen como tareas generales:

-Acompañar a los extensionistas en sus prácticas colaborando con el diseño y difusión folletos; boletines o cualquier otro tipo de material que se conoce como paquete pedagógico.

Estas actividades tienen como principal objetivo adecuar el mensaje técnico con palabras; dibujos; fotos; gráficos, etc. a fin de que las comunidades puedan adoptar las tecnologías que se les proponen. Uno de los más divulgados en la región NOA es un video que sobre crianza casera de gallinas que todavía se usa en Prohuerta.

En algunos casos, estos comunicadores desarrollan sus propios procesos en la comunidades integrando mesas de gestión, promoviendo líneas de investigación que van desde desarrollar indicadores sociales hasta diagnósticos.

Por otro lado, es preciso mencionar que desde el Programa Prohuerta en conjunto con diferentes organismos estatales y académicos se está promoviendo abordar el rol de la **Comunicación Popular** en el desarrollo local y el papel del estado como garante del derecho a la comunicación.

Desde este programa se están abriendo espacios de intercambio de las experiencias de las distintas partes del país, que son compartidos con una multiplicidad de instituciones públicas como el INTA, la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA) y los ministerios de Agricultura y Desarrollo Social de la Nación.

Durante estos encuentros también se brindaron herramientas de capacitación, con apoyo de las universidades y otros actores institucionales, para la gestión de medios comunitarios de manera de fortalecer la labor de quienes trabajan en los distintos territorios.

Además y como ya se mencionó, en la institución no existe una política nacional de comunicación que constituya un marco regional de acción, sino que cada grupo de trabajo sigue sus lógicas y en algunos casos son guiadas por el algún referente de la institución.

Sin embargo, cabe mencionar que en el año 2012 se realizó un “Encuentro Nacional de Comunicadores”, donde los directivos destacaron las necesidades institucionales en el área. En la oportunidad se destacó la prioridad de “cacarear más fuerte”, y maximizar los recursos humanos en este sentido, ya que consideran que “el INTA tiene más profesionales de la comunicación que Clarín”.

Por lo tanto, en el INTA- y particularmente en las agencias-la perspectiva comunicacional es diversa: comunicación institucional; estratégica; comunicación para el desarrollo, todas aparecen cruzadas y mezcladas en especial en los territorios.

VI. La práctica elegida: la Agencia de Extensión Rural Monteros

La Agencia de Extensión Rural de Monteros constituye una práctica social que es representativa de las modalidades de trabajo en comunicación en el INTA.

La misma puede ser tomada como una muestra testigo acerca del modo en que se llevan a la práctica determinadas estrategias de comunicación, lo que facilita poder mirar y comprender sus potencialidades y problemáticas.

En tal sentido-y a partir de lo cual-se pueden sugerir u orientar estrategias de planificación y gestión de procesos comunicacionales, que fortalezcan el trabajo institucional en la práctica elegida y en otras similares.

Es importante resaltar que la elección de la AER Monteros se debe a los siguientes motivos:

-Accesibilidad a los diferentes actores con los que se relaciona. En este sentido, es importante destacar que tanto los representantes del gobierno local; asociaciones y agricultores con los que la agencia se relaciona y trabaja tienen sede en la localidad mencionada, lo cual hace que el trabajo de campo sea más práctico.

-La agencia trabaja en la mayoría de los programas: Prohuerta, Profam y Cambio Rural, lo cual es importante porque articula con distintos tipos de productores.

-Continuidad en el equipo de trabajo, con lo que demuestra una consolidación en el grupo, que es diverso generacional y curricularmente. Además sus miembros son locales, lo que promueve una mayor inserción en la sociedad civil.

-Es una agencia que en la institución se destaca por su articulación con investigación.

-Esta agencia es el epicentro del Proyecto Caña de azúcar, principal cultivo de la provincia y que involucra una cantidad considerable de productores minifundistas.

-La institución solo financió para esta tesis el trabajo de esta sola agencia.

Por los puntos señalados, se considera que el trabajo realizado en la agencia de Monteros es una oportunidad para observar cómo en la práctica se desarrollan los procesos comunicacionales, y por tratarse de una práctica específica cumple con los requisitos que exigen la tesis de maestría en cuestión.

VI. I. Metodología

Para leer las prácticas de comunicación y extensión con las que se trabajó en esta tesis, se inició un proceso de investigación cualitativa.

Cabe destacar que además de las perspectivas teóricas que se presentan en la segunda parte de la tesis, se consideró también como claves de lectura a las prácticas en sí mismas ya que a través de ellas se manifiesta la dinámica de la realidad.

En este sentido, Claudia Villamayor enfatiza que son “escenario ardiente de contradicciones diversas en donde un agente social puede expresar en lenguajes poéticos y sintéticos que la comunicación es una dimensión experiencial, capaz de ser leída y reflexionada como una práctica concreta”³.

Es así que para comprender lo que pasa en el campo de estudio, no es posible explicarlo con meras categorías de análisis racional, porque implicaría negar las contradicciones y opacidades que caracterizan la realidad.

Entonces, para adentrarse en las comunidades, es necesario leer en sus sentidos más personales de cómo una práctica les atraviesa el cuerpo y la significan con sus quehaceres diarios, con sus palabras y con sus silencios.

³ Villamayor, Claudia. *La Comunicación como perspectiva y como dimensión en los procesos sociales. Una experiencia de participación en las políticas públicas. PSA Formosa*. Recuperado de www.unirevista.unisinos.br/pdf/UNirev_Villamayor.pdf pág. 2.

En tanto que se eligió realizar una investigación cualitativa por el carácter flexible que la distingue de otros tipos de procesos. En este sentido, este tipo de investigación presenta distintas alternativas de diseño que responden y se ajustan-en cada caso- a las preguntas y objetivos particulares.⁴

De esta manera, se transformo los objetivos propuestos en preguntas que se trasladaron al campo de estudio. En este sentido, cabe resaltar lo que Rosana Guber distingue como trabajo de campo: “prácticas teóricas, de campo y del sentido común se reúnen en un término que define al trabajo de campo: reflexividad...si caracterizamos al conocimiento como un proceso llevado a cabo desde un sujeto en relación con el de otros sujetos cuyo mundo social se intenta explicar, la flexibilidad en el trabajo de campo es el proceso de interacción, diferenciación y reciprocidad entre la reflexividad del sujeto cognoscente y la de los actores o sujetos/objetos de investigación”.⁵

Cabe aclarar que esta tesis propone realizar una investigación- acción. Es importante destacar que los autores consultados reconocen al carácter de participación de la comunidad y de la instalación de estrategias, como la principal diferencia entre la investigación acción y la investigación acción participativa

En cuanto a la investigación acción, la participación de la comunidad es parcial. En tanto que aplicación del método queda es responsabilidad del científico, que ordena e interpreta los resultados de la investigación que pueden ser devueltos a la comunidad.

En el caso de la investigación acción participativa la participación de la comunidad no solo implica la reflexión, sino “un involucramiento consciente, sistemático y organizado por parte de la comunidad investigada en el conjunto de los procesos investigados”.⁶

⁴ Sin embargo, el autor Scribano asegura que no es fácil hacer este tipo de investigación, porque mas allá de que su diseño es flexible “requiere de una constante vigilancia epistemológica y reflexión sobre cuestiones de validez”. Scribano, Adrian Oscar (2008). *El proceso de investigación social cualitativo*. Buenos Aires: Prometeo Libros.

⁵ Guber, Rosana (2004). *El salvaje metropolitano. Reconstrucción del conocimiento social en el trabajo de campo*. Buenos Aires: Paidós.

⁶ Scribano Op cit pág. 184.

Por lo tanto cabe agregar lo que Davydd J. Greenwood resalta: “La investigación-acción no es una disciplina, ni una facultad, ni un método. Es un grupo de prácticas multidisciplinarias orientadas a una estructura de compromisos intelectuales y éticos.

La investigación acción es investigación social desarrollada mediante una colaboración entre el investigador profesional y los “dueños del problema” en una organización local, una comunidad o un grupo intencional creado para un propósito específico...cualquier método moralmente aceptado, está permitido en la investigación acción pero solo ciertos tipos de resultados son aceptados”.⁷

VI. II. Métodos y Herramientas

En este camino que implica la investigación cualitativa, se utilizaron los siguientes métodos y herramientas:

-Observación Participante: se eligió esta técnica de observación participante porque resalta el acto de construcción de conocimientos como una práctica colectiva.

En este sentido, Guber afirma que “los fenómenos socioculturales no pueden estudiarse de manera externa pues cada acto, cada gesto, cobra sentido más allá de su apariencia física, en los significados que le atribuyen los actores. El único medio para acceder a esos significados que los sujetos negocian e intercambian es la vivencia, la posibilidad de experimentar en carne propia esos sentidos...las herramientas son la experiencia directa, los órganos sensoriales y la afectividad que, lejos de empañar, acercan al objeto de estudio”.⁸

-Entrevistas en Profundidad: la bibliografía consultada asegura que existen muchas definiciones acerca de la entrevista en profundidad.

⁷Greenwood, Davydd J (2000). De la observación a la investigación- acción participativa: una visión crítica de las prácticas antropológicas. *Revista de Antropología Social*, 9, 27-49. ISSN: 1132-58X.

⁸ Guber Op cit pág. 60.

No obstante, el autor Scribano asegura que estas se caracterizan por la interacción verbal cara a cara; indagación exhaustiva; acercamiento al objeto de estudio; hablar libremente y motivaciones, creencias y sentimientos sobre un tema.

Cabe resaltar que una de las dificultades que enfrenta este procedimiento son las posibles faltas a la verdad u ocultamiento de información, para lo cual se recurre a chequeos y/o triangulaciones de la información obtenida. Sin embargo, los autores consultados aseguran que crear un clima de confianza siempre es una buena técnica que propicia el diálogo.

Además este proceso demanda paciencia y asombro por parte del investigador. En este sentido la entrevista etnográfica se relaciona con la observación participante por el alto grado de flexibilidad que se requiere para “descubrir las preguntas e identificar los contextos en virtud de los cuales las respuestas cobran sentido”.⁹

Por lo tanto, lo que motiva la elección de esta técnica son las mismas características que distinguen a las entrevistas en profundidad, ya que se trata de una práctica que involucra a los sujetos y al investigador de tal manera que cuasi agota el tema objeto de diálogo involucrando sus emociones al respecto.

-Análisis e Interpretación de la Información: La bibliografía consultada considera que esta instancia se logra en el cruce del trabajo de campo y el procesamiento de la información.

En este sentido, cabe destacar que en el trabajo de campo lo que se logra es la construcción de un texto sobre esa realidad que está estudiando: “las relaciones entre Texto, Documento y Dialogo son fundamentales para entender la especificidad de lo cualitativo”.¹⁰

⁹ Cabe agregar que la autora considera que el contexto en el cual se produce la entrevista no es solo el marco sino que forma parte de “la trama misma”, Guber, Op cit págs. 85 y 97.

¹⁰ Scribano Op cit pág. 136.

Finalmente, cabe agregar que como esta tesis se refiere a prácticas y procesos sociales, estas técnicas se enriquecieron en el campo, tomando cuerpo en las necesidades y tiempo de los actores que participaron en este proceso.

Es así que se diseñó una propuesta metodológica en base a distintos autores, cuyas perspectivas comunicacionales coincidieran con la que inspira esta tesis.

VI. III. Escenario

Antes de conocer cuáles son las nociones, métodos y estrategias de comunicación y extensión que están presentes en la AER Monteros, a continuación se presenta una primer mirada del ámbito de trabajo a fin de contextualizar la práctica en su geografía e historia, y de acercar los actores y lugares claves de la investigación.

VI. III. I. Monteros: tierra de tradiciones

A una altura de 324 metros sobre el nivel del mar y a 53 km de la capital de la provincia, se encuentra la ciudad cabecera del departamento que lleva su mismo nombre.

Algunos datos interesantes de esta ciudad son que la rodean cuatro ríos, tiene una temperatura promedio de 35°C en verano y 10°C en invierno y según los últimos datos del INDEC, 2010 los monterizos son 63.926.

Algunos la conocen como “la flor de abolengo” o “la fortaleza del folclore”, también la llaman la capital nacional “de la poesía”, “de la randa” o “del pesebre”¹¹. Sin embargo, en cualquiera de estas denominaciones es posible encontrar la esencia histórica y el ser cultural de Monteros.

Su naturaleza y cultura supo gestar artistas escultores, poetas y tradiciones que guardan en cada rincón de esta geografía¹². Así también es posible reconocer a

¹¹ Recuperado de <http://es.wikipedia.org/wiki/Monteros>

¹² Monteros. Dirección Turismo (s/f). *Monteros*. Tucumán: Medina.

Monteros como la cuna de las familias más tradicionales de la provincia, y de las cuales algunos todavía conservan su poder económico.

En un recorrido por Monteros es posible visitar la localidad de Ibatín. Esta fue la primera ciudad de San Miguel de Tucumán, que fue fundada el 31 de Mayo de 1565 por Diego de Villarroel y cuyas ruinas guardan los indicios de la colonia.

También se puede conocer la Reserva de La Florida. Con una extensión de más de 10 mil ha, es una de las reservas más importantes del NOA y cuenta con una gran cantidad de especies arbóreas y en clima excepcional para el ecoturismo.

En tanto que entre Tafí del Valle y la llanura, a 2.500 mts. de altura sobre el nivel del mar se encuentra la Quebrada del Portugués, que se caracteriza y enamora por su belleza. Su maravilloso paisaje atrae al turismo aventura y campamentismo.

Y si de paisaje se habla, los espacios verdes llenan la ciudad con sus flores. La plaza Bernabé Araoz; el Parque 28 de Agosto; la Plazoleta de los Inmigrantes y el Vivero Municipal son reservorios de distintas especies arbóreas y punto de encuentro de los monterizos y sus visitantes.

No obstante, la identidad de Monteros también está forjada por sus tradiciones. Son sus Fiestas Patronales; la Feria de Artesanos; el Encuentro Nacional de Poetas; la Fiesta Provincial de la Flor; el Encuentro Interprovincial de Escultores y el conocido Festival Folklórico, los que promueven los espacios donde se renueva y refirma la cultura nacional.

Además de su geografía y tradiciones, Monteros es el único lugar en el mundo donde se conserva y practica el arte del antiguo tejido de la randa¹³. Este símbolo que identifica a la ciudad se realiza con aguja de pasa de lana; alambres de distintos grosores; hilo de puro algodón; tijera pequeña y un batidor.

¹³ Municipalidad. Dirección Turismo. Dirección de Cultura (s/f). *La Randa*. Tucumán: Medina.

Esta exquisita artesanía es oriunda del pueblo de El Cercado y fue introducida como práctica por los conquistadores españoles, y hoy se transmite de generación a generación.

En cuanto a su nombre, no hay un origen cierto y existen distintas versiones. Una señala que esta denominación se debe a que algunos habitantes del antiguo San Miguel, conocido como Ibatín en la actualidad, se negaron a trasladarse a la nueva ubicación y se refugiaron en los montes cercanos. De allí el apelativo Monteros que alude al que vive o crece en el monte.

En tanto que otra versión sugiere que fueron los mismos habitantes del antiguo San Miguel de Tucumán los que fundaron Monteros el 4 de octubre de 1865, con el nombre de la ciudad del Santísimo Rosario de los Monteros.

No obstante hubo tres intentos de cambiar el nombre de la ciudad, en 1828 y 1832 cuando se intentó cambiarlo por el de Villa Belgrano o por Alexandria, en honor al gobernador de entonces Alejandro Heredia.

Lo cierto es que el 28 de agosto de 1754, nació la ciudad Monteros en el momento en que el Gobernador de las Armas, Felipe Antonio de Alurralde tomó posesión de los terrenos donde actualmente se encuentra. Sin embargo, Monteros ya existía mucha antes de esta fecha como un pequeño pueblo.

Finalmente el 12 de diciembre de 1867 adquirió el rango de municipalidad y su primer intendente fue Domingo Segundo Aráoz, y desde entonces se ha destacado como una de las ciudad más prosperas del sur de la provincia.

Por otra parte, cabe resaltar que la es la industria azucarera el pilar fundamental de la economía local, aunque en la zona rural también se cultivan el limón, arándano y frutilla. Es así que en la zona existen muchos ingenios como el Santa Rosa y La Providencia de la firma ARCOR, pero es el Ñuñorco el más importante.

Además, Monteros también se destaca por sus exponentes deportivos como los clubes Alen-Molino; Yatay y Monteros Vóley. A nivel nacional sobresale el Club Social Monteros campeón nacional de la Liga Argentina de Clubes de Vóley, como así también el Club Atlético Ñuñorco en el ámbito futbolístico¹⁴.

Cabe agregar que en Monteros nacieron distintas personalidades, que se destacaron en diferentes ámbitos populares como el militar y político Bernabé Aráoz. Algunas versiones que cuentan que Julio Argentino Roca habría nacido en tierras monterizas.

A escasa distancia de la localidad de Acheral, puerta de acceso a los Valles Calchaquíes, Monteros se destaca por su paisaje, riqueza cultural, educativa y comercial que hacen de la ciudad de Monteros una de las perlas del este tucumano. No obstante, Monteros también es la localidad que vio nacer hace años a la Agencia de Extensión Rural del INTA.

VI. III. II. Agencia de Monteros

La Agencia de Extensión Rural de Monteros fue la segunda unidad de extensión en la provincia, después de la agencia de Trancas, y al promediar la década del 70 fue levantada.

Pasados más de diez años, en el marco de un convenio firmado entre el INTA y la-entonces-Liga de Cooperativas Cañeras de Tucumán, se funda en 1986 la primera Delegación de Extensión Rural Monteros.

Su principal protagonista Juan Manual Maccio, jefe de la agencia desde entonces recuerda que “en ese momento surgió así la delegación, fue inscripta con un número de código que le daba ya un cierto viso de sostenibilidad en el tiempo como una agencia de extensión. Después se abrieron otras delegaciones que nunca se transformaron en agencias. Las primeras delegaciones en Tucumán fueron Tafí Viejo, Lules y Simoca, pero la primera fue Monteros”.

¹⁴Torino Sola, Rosario (2012). *Los Pueblos de Tucumán: Monteros*. Recuperado de <http://www.elintransigente.com/notas/2012/7/2/pueblos-tucuman-monteros-137240.asp>

Consultado acerca de la diferencia entre una figura y otra, explica que “la diferencia era de escala. La delegación tenía un solo técnico, que es este personaje que te está hablando ahora, en cambio una agencia ya tiene una estructura formal. Aquello era una perjenacion de los directores en su momento pero que quedo. Una agencia tiene personal de apoyo administrativo; técnicos de los distintos programas de intervención del INTA; equipamiento y una seria de cosas, como un local propio que nosotros no tenemos”.

Años más tarde la agencia recibe su actual denominación de Agencia de Extensión Rural. En la actualidad, su zona de influencia se extiende por todo el departamento de Monteros y el oeste de Simoca con el límite de la ruta 157.

Nacida y criada en la ciudad de Monteros, de su publicación aniversario se extrae que la agencia nace con el objetivo de “contribuir al desarrollo local, mejorando la producción de la zona y la calidad de vida de la familia rural, en un marco de referencial de equidad social, defensa y conservación del ambiente”¹⁵.

En este sentido, del documento surge que la unidad armo su estrategia en tres ejes:

-Organización y capacitación de los productores y sus familias particularmente de los jóvenes rurales.

-Transferencia de tecnología para aumentar la eficiencia de la producción de caña de azúcar.

-Búsqueda de alternativas productivas para la diversificación del uso de los recursos disponibles en el medio rural y el incremento del ingreso familiar.

Además para llevar adelante sus primeras acciones, la agencia utilizó como instrumento de intervención a los proyectos como los de Procaña 95; Caña 2000; Minifundio (que fue el primero que se implementó en la provincia) y Prohuerta. Cabe destacar que en la actualidad, la unidad trabaja también con grupos de Cambio Rural.

¹⁵ Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (s/f). *Monteros: INTA*. Tucumán: s.n.

Es importante resaltar-además-que esta estratégica estuvo desde un comienzo respaldada por el trabajo interinstitucional que la agencia supo concebir, a través de las acciones en conjunto que llevaron adelante con la Liga de Cooperativas; la Estación Experimental Agroindustrial Obispo Colombres; la Facultad de Agronomía y Zootecnia de la Universidad Nacional de Tucumán; la Secretaria de Agricultura y Ganadería de la provincia, y con los Municipios y Comunas Rurales. En este sentido, la agencia logro firmar acuerdos interinstitucionales con las Empresas Ñuñorco en 1994; S.A. SER en 1997 y la Municipalidad de Monteros, entre otros.

La prueba más tangible de esta historia de relaciones -que relata los documentos de la agencia y su propia gente-es su actual y futura sede.

Hasta que se culminó el trabajo de campo, la agencia se encontraba funcionando en un local de la Unión de Cañeros Independientes frente la plaza principal de la ciudad, en virtud de un comodato que se firmó con esta organización, pero que próximamente dejarían porque finalmente la AER tendría su propio edificio, cuyo local fue recibido de una donación de la Cooperativa Ibatín.

Cabe destacar que la AER fue la primera en tener un Consejo Local Asesor, que estaba integrado por representantes de las principales organizaciones del sector y organismos institucionales.

No obstante y por iniciativa del jefe de la unidad, este Consejo-que en esta figura sus funciones estaban limitadas- se transformó en la actual Asociación Civil de Desarrollo Territorial en el 2007.

Según relatan sus propios protagonistas, esto significó dar un salto cualitativo que unía a los principales actores del sector como Cooperativas, Unión Comercial, Municipalidad, cañeros independientes, agentes territoriales locales y profesionales.

Esta organización generó distintas actividades, pero la más destacada fue la formulación de un Plan Estratégico de Desarrollo Territorial. Financiado por el PNUD, la asociación llevo adelante múltiples talleres que derivaron en la planificación del

desarrollo productivo de la Cuenca del Río Valderrama- Río Seco, que comprende los territorios de los departamentos de Monteros y Simoca.

Si bien el proyecto tiene un perfil productivo, también se menciona entre sus objetivos el desarrollo turístico de la zona. A través del impulso del camino de la Quebrada del Portugués, se abriría paso a uno de los principales corredores hacia los Valles Calchaquíes y en la actualidad este proyecto está siendo analizado por las autoridades locales.

Además el plan estratégico, menciona como atractivo de este camino la creación de un centro de convenciones y capacitación a guarda bosques en un edificio que funcionaba como escuela de policía durante la dictadura militar.

Cabe destacar que Monteros es el primer municipio que cuenta con un plan de este tipo, desarrollado por las principales instituciones y organizaciones del medio. De esta manera se formó un equipo técnico multidisciplinario, que tiene como coordinador al jefe de la AER Monteros.

Otras acciones de la asociación fueron la creación del Centro de Desarrollo Emprendedor, que además está siendo respaldado por sectores privados del medio, y la puesta en marcha de un proyecto de recuperación ambiental, a través de la implantación de un vivero forestal que provea de material vegetal al proceso de reforestación hacia las áreas críticas de riego.

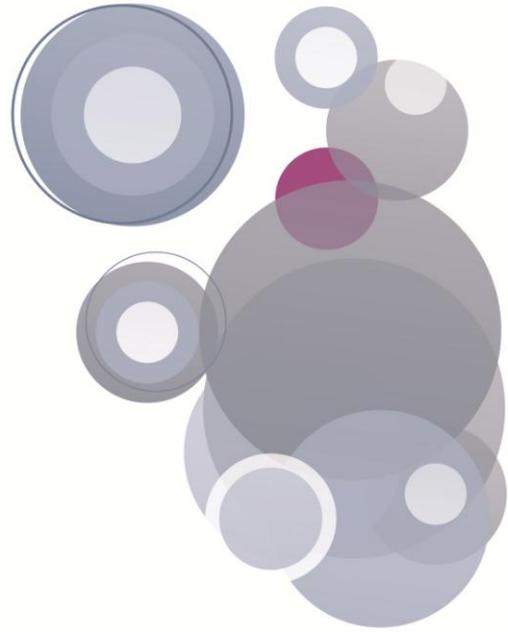
Tanto en estos proyectos que se destacaron como en todas sus acciones, se puede observar que el motor de la asociación es la gente que forma el INTA Monteros, que desde su creación hasta hoy es el motivador y promotor de esta organización.

Hasta marzo de 2013, la agencia de Monteros está integrada por tres personas que forman parte del plantel de recursos humanos institucionales: Jefe, Juan Manuel Maccio y dos técnicos Profesionales, José Logarzo que trabaja con los grupos de Cambio Rural, y Edgardo Sánchez Tello de Prohuerta y Minifundio.

Sin embargo, en el equipo de trabajo también se cuenta con cuatro promotores asesores del programa Cambio Rural (Carla Bueso; Dante Díaz; Federico Moc y Ramón Guerra) y una asistente Natalia Molina, que la Municipalidad “le presta al INTA” y colabora fundamentalmente con la entrega de semillas.

En este contexto, se inició la investigación a través de entrevistas en profundidad a los miembros de la agencia y referentes de distintas instituciones, gobierno local y medios de comunicación; observación y análisis de los productos comunicacionales.

Cabe agregar que en este proceso de investigación que se traslado al campo, se utilizaron como categorías principales a la Comunicación y Extensión de manera que contribuyeran a leer y ordenar las prácticas de la agencia.



 **Nociones y Perspectivas**

Nociones y Perspectivas

En este apartado se presenta las principales nociones y perspectivas de Comunicación y Extensión, que están presentes en la historia del INTA y que motivaron a las distintas acciones y políticas que la institución promovió y promueve en los territorios. Se trata de epistemologías que de una u otra manera aparecen en las prácticas de la AER Monteros acompañando los procesos y como clave de lectura de los mismos.

Las categorías aparecen mezcladas, explícitas o virtuales en cada una en las nociones, métodos y estrategias de comunicación y extensión que en esta investigación se analiza.

Para identificar las nociones de comunicación y extensión se manejan en el INTA, abrevamos en las principales referencias teóricas que existen en las temáticas señaladas.

I. Nociones de Comunicación

Existen distintos lugares desde donde mirar a la comunicación. Cada perspectiva presenta enfoques distintos, renovados o retocados, por medio de los cuales es posible comprender la matriz que cada noción de comunicación propone.

Definida por la Real Academia Española-en una de sus acepciones-la comunicación es entendida como trato, correspondencia entre dos o más personas, además puede decirse que es vincularse; extenderse; poner en común pensamientos y sentimientos mediante distintos tipos de señales verbales y no verbales que entran en el juego de intercambio.

En principio es importante señalar que la comunicación forma parte de una las experiencias primeras y vitales del ser humano. Así cuando es asumida como práctica social, la comunicación se complejiza cuando entra en el juego de la cultura, y comienza a plantear estrategias; instrumentos; canales y producción de mensajes.

En tanto que con la irrupción de la tecnología en la sociedad, la comunicación adopta su modalidad masiva y comienza a ser objeto de estudio de distintas disciplinas que reformularon, adaptaron y enriquecieron su significado a través de diferentes enfoques y modelos de análisis.

Cabe aclarar que si bien la presente investigación no se aboca a rastrear las teorías aplicadas a los diferentes modelos de análisis, interesa puntualizar en las nociones y perspectivas que desde la comunicación han circulado en una institución como el INTA.

A continuación se presenta un rastreo en los análisis de comunicación que se realizan desde epistemologías más informacionales hacia epistemologías más relacionales, que sirven para mirar y comprender el modo en que se piensa y aplica la comunicación en las líneas de trabajo del INTA.

En tal sentido, la autora María Cristina Mata en su trabajo “Nociones para Pensar la Comunicación y la Cultura”¹⁶, resalta a los enfoques que se presentan en el Modelo Informacional; la Comunicación y la Cultura, y la Comunicación Masiva.

Es común encontrar textos que presentan a la comunicación como un proceso de transmisión de mensajes que se realiza desde un emisor a un receptor, a través de un mismo código y por medio de un canal.

Esta noción aparece en los años 40 en los Estados Unidos, a través del modelo que propone la Teoría Matemática de la Información de Shannon y Weaver. Este enfoque surge en el campo de la ingeniería de las telecomunicaciones, a fin de transmitir información entre las maquinas y con el objetivo de asegurar en la mayor velocidad de transmisiones sin perder información y con las menores distorsiones posibles.

Estas consideraciones fueron tomadas por la Teoría de la Información, en la cual Umberto Eco reconoce que el “significado de los mensajes es irrelevante”, por lo que

¹⁶ Mata, María Cristina (1985). *Nociones para Pensar la Comunicación y la Cultura*. Buenos Aires: La Crujía.

lo importante surge en que la información pueda recibirse cuando se transmite. Es decir que desde este enfoque, la comunicación será exitosa en la medida que el receptor recibe exactamente lo que el emisor ha propuesto como mensaje a transmitir, para lo cual se eliminan o se controlan los ruidos.

Esta perspectiva fue adoptada por los primeros teóricos de la comunicación de masas en los Estados Unidos, y luego por otros especialistas que adaptaron y enriquecieron este enfoque.

Como la lingüística estructural de Roman Jakobson se otorgó una dimensión comunicativa al modelo matemático, y se destaca la incorporación de la noción de contexto en que se produce la transmisión y las funciones que cumple el lenguaje.

También cabe mencionar a los teóricos funcionalistas, que consideraron en este enfoque el papel que juegan los grupos de pertenencia de los individuos para la interpretación de los mensajes y en especial sobre sus efectos.

Además desde la teoría crítica se introdujeron nociones como ideología y manipulación como herramientas explicativas de los procesos de comunicación, lo que permitió conocer la función social y política de los emisores y productos comunicativos.

No obstante todas las reformulaciones; adaptaciones y enriquecimientos, este modelo no dejó-en ninguna de sus variantes-de proponer una carácter lineal e instrumental de la comunicación. Esta característica se presenta en la transmisión de un mensaje, que tiene como protagonista al emisor que emite un mensaje -por medio de un canal determinado- a un receptor que se limita a decodificarlo; con lo cual su participación queda desfigurada.

Desde esta perspectiva, la imagen del receptor aparece como un mero reflejo del emisor, y su función queda reducida y “subsidiada por el emisor”. Sin embargo, esta imagen del receptor solo aparece contrarrestada cuando ocupa el lugar del emisor en un acto de comunicación de doble vía, lo que llevo a una serie de reformulaciones.

En este sentido, Mata señala que “así, por ejemplo, fue consolidándose la idea según la cual la información se diferencia o distingue de la comunicación en tanto que la primera es solo transmisión unilateral de mensajes. Mientras que la segunda es el intercambio de mensajes. Vale decir, un proceso en el cual distintos sujetos pueden funcionar como emisores”.

Lo que se quiere resaltar es la falta de reciprocidad de este enfoque, cuando en realidad “la verdadera reciprocidad rechaza la subsidiariedad del receptor”, según afirma la autora. Así desde este pensamiento, en un proceso comunicacional el receptor cumple su propia actividad que se pliega con la del emisor, produciendo sentidos al comunicarse.

Entonces esta perspectiva tiende a equiparar la relación de las máquinas que se plantea en el primer modelo a la relación entre las personas, en la medida que iguala las funciones del emisor (codificador) y del receptor (decodificador) en relación al código que considera neutral. Cabe mencionar que las limitaciones de este enfoque se observan en las manifestaciones colectivas como las ceremonias y rituales sociales.

Desde entonces la sociedad tomó las modalidades de la comunicación masiva y fueron las diferentes perspectivas y modelos los que intentaron enmarcar estas prácticas comunicativas para nombrarlas y comprenderlas.

Este modelo contribuyó a construir una nueva perspectiva que enfoca a la comunicación como hecho y matriz de la cultura, lo que permite observar e indagar las articulaciones que se producen en los mensajes y productos que circulan en la sociedad en un determinado momento; la modelación de los gustos y opiniones, y la manera en que se construyen los mensajes de la sociedad.

Esta perspectiva fue construida gracias al aporte de disciplinas como la semiótica, la teoría literaria y ciertas perspectivas sociológicas como los Cultural Studies ingleses. Desde este enfoque tanto emisores como receptores aparecen como partes activas del proceso, cada uno con sus roles en la producción de sentidos.

Entre los aportes que forjaron esta perspectiva cabe destacar la consideración de las prácticas comunicativas como espacios de interacción entre sujetos, como lugar donde se producen sentidos: el receptor deja de ser un sujeto pasivo, su actividad es importante ya que evita que el sentido quede en suspenso, aunque su relación con el emisor es desigual.

Esta perspectiva comunicacional propone desde la Teoría del Discurso dejar atrás el carácter lineal de la circulación del sentido, que destacaba al modelo anterior. Por su parte, Eliseo Verón agrega que “...un discurso producido por un emisor determinado en una situación determinada, no produce jamás un solo efecto y uno solo. Un discurso genera, al ser producido en un contexto social dado, un campo de efectos posibles...no podemos nunca deducir cuál es el efecto que será en definitiva actualizado en recepción...un efecto se producirá en unos receptores y otros efectos en otros...podemos formular el principio de la indeterminación relativa del sentido: el sentido no opera según una causalidad lineal”.¹⁷

Cabe agregar-además-que a las competencias comunicativas que desde esta postura se le atribuyen al receptor, se reconoce también a los discursos la capacidad de producir efectos y sentidos posibles.

Así se pone límites a la capacidad re significadora del receptor, con lo cual ni este último ni el emisor gozan de libertad total y absoluta en el proceso: “pensemos hasta qué punto toda una historia de comunicación masiva, política y educativa ha ido moldeando de cierta manera a los receptores de esos discursos al punto que ellos mismos forman parte de las condiciones de recepción de todo discurso del tipo...en consecuencia la actividad productiva del receptor no es sinónimo de libertad”, asegura Mata.

¹⁷ Verón, Eliseo y Sigal, Silvia (1986). *Perón o Muerte, los fundamentos discursivos del fenómeno peronista*. Buenos Aires: Legasa.

En tanto que los emisores deben organizar sus mensajes no solo a partir de sus intenciones, saberes y deseos sino también deben tener en cuenta las condiciones de recepción del discurso, es decir la situación y la competencia de los receptores.

Otro de los aportes destacados en esta perspectiva se da por parte de la semiótica textual, que considera la naturaleza de lo comunicado. Esta postura sostiene que lo que transmite no son mensajes particulares reconocibles en sí mismos, sino conjunto textuales que surgen de las prácticas que remiten a un código lingüístico, sonoro o visual; a otras prácticas y sus respectivos productos como modos de decir-géneros, estilos, etc.-; a medios para hacerlo con su diversidad de canales-, y a tipos de circunstancias en que ciertos discursos se producen, etc.

Esta perspectiva permite observar y comprender las características de los procesos de comunicación popular o la comunicación educativa, ya que sus mensajes serán recibidos como un conjunto textual que remite a un continuum simbólico y cultural, cuya lógica está inserta “desde otro lugar”.

En cuanto a “un orden establecido”, la Teoría del Discurso sostiene que si bien el discurso social -lo decible y lo no dicho- es un conjunto de disposiciones que revelan este orden, existen-dentro del mismo- variaciones pueden ser tan amplias o estrechas según las condiciones de su producción. En este sentido, lo decible implica además de temas o modos expresivos, también disposiciones explícitas o implícitas legitimadas socialmente acerca de los sujetos habilitados para expresar los discursos; de los lugares desde los que pueden ser enunciados; los modos en que ellos pueden circular y ser recibidos.

Por lo tanto desde esta perspectiva se asume que tanto el discurso social, la cultura y la comunicación funcionan como espacios de modelación social, donde surgen disputas y negociaciones de los sentidos: “reconocer lo que hegemoniza ese campo no impide proponer alternativas, es emprender el camino del cuestionamiento”.

Otras de las maneras de nombrar a la comunicación es llamarla como masiva o mediática. Ambas nociones suelen asociarse a los medios de comunicación, y en este sentido la Sociología Norteamericana y la Teoría Crítica de la Escuela de Frankfurt contribuyeron con sus aportes a los estudios de las condiciones de vida en la sociedad de masas.

Hacia los años 40 esta asociación de la cultura masiva a los medios de comunicación cobró más fuerza. Por entonces se comenzó a pensar en la autonomía de los medios, lo que les daba la posibilidad de regular -con sus mensajes- los comportamientos de los individuos.

Así se llegó a equiparar a todos los medios de comunicación y se pensaba en ellos como la única causa capaz de producir unos determinados efectos. De esta manera el centro de la escena fue ocupada por los medios de comunicación, distraendo las miradas y desconociendo la cultura como lugar de producción de sentidos por excelencia.

En este sentido, Mata asegura que “no se consideraba, por ejemplo, que la transformación de las relaciones interpersonales está relacionada estrechamente con un nuevo ordenamiento de la vida cotidiana en el cual los medios de comunicación juegan un papel importante, pero que está decisivamente marcado por las transformaciones económicas y sociales experimentadas en nuestros países a partir de los procesos de industrialización y urbanización”.

Cabe agregar que pensar en una sociedad de masas, no implica que las modalidades o procesos que en ella se producen operen de igual manera en todos los ámbitos. Existen distintas variantes que se dan en los diferentes contextos y momentos en que se producen, como es el caso del ámbito urbano y el rural.

Durante mucho tiempo se instaló en el imaginario colectivo la idea de que lo masivo aludía a una muchedumbre pasional y sin rumbo, capaz de ser manipulada por grupos

poderosos y donde los medios tenían el rol de mantener el statu quo a través de la desinformación.

Esta idea se impuso aún más cuando se empezó a pensar a la cultura masiva en términos de hegemonía, más que de dominación. En tal sentido, las clases populares cumplen con el rol de legitimar a esa hegemonía que está representada por el sector propietario de los medios de producción y circulación de bienes culturales, pero que solo pueden imponerse si logran hacer aparecer sus productos como necesarios y deseables para la mayoría: “el vínculo entre ambas se apoya menos en la violencia que en el contrato, una alianza en la que hegemónicos y subalternos pactan relaciones recíprocas”.

Desde esta perspectiva, el sentido de lo masivo o mediático remite a lógicas culturales y comunicativas que circulan en la sociedad actual, donde los medios ocupan un lugar importante. Este enfoque propone considerar a la cultura masiva como algo más que la suma de los medios, es un resultado de la lógica económica y social de la cual surge como matriz con la capacidad de moldear las acciones de las personas.

Por lo tanto, la cultura y la comunicación son presentadas como lugares donde-en condiciones de desigualdad-se producen y negocian los sentidos y se despliegan estrategias de poder sin desconocer las realidades.

Cada una de las nociones aparece en las prácticas todas juntas o mezcladas en sus perspectivas. Es así que en esta tesis -además de estas nociones que los teóricos presentan en enfoques- también toma como claves de lectura a las mismas prácticas, porque es allí-justamente-donde se expresan en la realidad.

En tal sentido, se entiende por prácticas lo que Claudia Villamayor sostiene como “escenario ardiente de contradicciones diversas, en donde un agente social puede

expresar en lenguajes poéticos y sintéticos que la comunicación es una dimensión experiencial, capaz de ser leída y reflexionada como una práctica concreta”.¹⁸

De allí que la comunicación aparece en los procesos que en la sociedad se despliegan, hay que buscarla en las contradicciones y opacidades que los caracterizan. Es en este sentido que la comunicación se sitúa más allá de los medios, atravesando el cuerpo de las comunidades que con sus quehaceres, palabras y silencios le otorgan sentidos.

De esta manera se sostiene el pensamiento de Barbero cuando afirma que “confundir la comunicación con las técnicas es tan deformador como pensar que ellos son exteriores y accesorios a la verdad de la comunicación, lo que equivaldría a desconocer la materialidad histórica de las mediaciones discursivas en que ellas se producen”.¹⁹

El desafío que se presenta es hacer que estas prácticas cuenten los procesos que viven, de manera usar a la comunicación como clave de lectura de estas situaciones sociales. Para realizarlo, Villamayor asegura que será preciso “saber escuchar para poder contar lo que dicen las prácticas, saber sentir para poder expresar lo que ellas comunican por sí mismas y volverlas nociones, métodos y herramientas con identidad cultural e histórica y desde allí no romper la cadena que permita coordinar, gestionar los procesos sociales que tengan a la comunicación como perspectiva y como dimensión, pero también como recurso estratégico para el diálogo ciudadano”.

Entonces mirar los procesos sociales desde la comunicación es entender el vínculo del sujeto con la cultura, que habla de su historia e identidad. Este camino abre la posibilidad de pensar a los sujetos en procesos como prácticas atravesadas por la comunicación.

Prácticas que crean un universo simbólico donde -a través de la interacción-se ponen a circular los sentidos que los constituyen individual y colectivamente desde el lenguaje.

¹⁸ Villamayor, Claudia. *La Comunicación como perspectiva y como dimensión en los procesos sociales. Una experiencia de participación en las políticas públicas. PSA Formosa*. Recuperado de www.unirevista.unisinos.br/pdf/UNirevVillamayor.pdf

¹⁹ Barbero, Jesús Martín (2002). *Oficio del Cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*. Santiago de Chile: Fondo de Cultura Económica.

I. I. Comunicación y Emancipación en América Latina

En este punto interesa destacar la experiencia en comunicación y emancipación en América Latina, porque es un legado que retoma el INTA en algunas de sus acciones y políticas de comunicación.

La investigación en comunicación en América Latina tuvo distintas influencias. Por su parte, el autor Fuentes Navarro²⁰ sostiene que a lo largo de los años la problemática latinoamericana giró en torno a distintos ejes: en los años sesenta el eje giraba en torno a la tensión teórico- metodológico entre el desarrollo y la dependencia; en los años setenta el eje se desplaza hacia la tensión epistemológica- política entre los criterios científicidad y la contribución al cambio social.

En cuanto a la década de los 80, los especialistas coinciden en señalarla como la década perdida, a pesar que a mediados de esta se multiplican las posturas y las posiciones desde las cuales se puede investigar la comunicación.

En tanto que en la década del 90, la tensión predominante para Fuentes Navarro pareció haberse instalado sobre el eje del abandono de las premisas críticas. En este sentido fueron tanto las temáticas asociadas a la globalización y las tecnologías digitales y a las identidades micro social, que promovió una ruptura de casi todos los supuestos teórico-metodológicos, epistemológicos e ideológicos de las décadas previas.

En tal contexto, la investigación en comunicación se veía obligada a contribuir a “la democratización de las sociedades latinoamericanas, a la defensa de la soberanía económica, política y cultural, y al desarrollo en su acepción más amplia”.

Esta perspectiva comunicacional se caracterizaba por una metodología que articulaba teoría y práctica de comunicación; por la especial atención a la relación entre

²⁰ Fuentes Navarro, Raúl (1999). La investigación de la comunicación en América Latina: condiciones y perspectivas para el Siglo XXI. *Diálogos de la Comunicación*, Nº 56. Lima: Felafacs.

investigador e investigación²¹; la integración del espacio y el tiempo como variables internas de análisis, y la superación de la división entre lo político, lo económico y lo sociocultural.

Caracterizada por su preocupación por el cambio social y político, la investigación en comunicación en Latinoamérica ha contribuido y enriquecido los estudios del área a nivel internacional. El autor Robert White²² señala que de este proceso de investigación han surgido cuatro áreas de análisis:

- 1)- la influencia de la política económica internacional en el desarrollo de los medios de comunicación e instituciones culturales autóctonas;
- 2)- ideas acerca de la reforma de los medios, política nacional de los medios y la democratización de la comunicación;
- 3)- trascendencia de formas alternativas de comunicación y uso de los medios por parte de los movimientos populares, como consecuencia de su fortalecimiento y su importancia para la democratización de los sistemas nacionales de comunicación y de medios;
- 4)- mejor comprensión de la relación entre medios de masas y cultura popular en el desarrollo de los sistemas culturales y sociopolíticos nacionales.

En los últimos años los autores destacan que la atención de los investigadores latinoamericanos en comunicación se centra en el análisis de los factores sociopolíticos internos de las culturas latinoamericanas. En este sentido, White destaca la teoría sobre la cultura y la comunicación popular y participativa como una de las contribuciones más importante de la tradición latinoamericana.

²¹ En este punto Fuentes Navarro cita a Wallerstein que asegura que la relación del investigador con la investigación debe fundarse por medio de un “re encantamiento del mundo” que demuestra la imposibilidad de la neutralidad del científico: “...toda medicación modifica la realidad en el intento de registrarla.” Op.cit. pág. 118.

²²White, Robert (1989). La teoría de la comunicación en América Latina. Una visión europea de sus contribuciones. *Telos* N° 19. Madrid.

En tanto que los autores consultados coinciden que pensar en perspectiva comunicacional latinoamericana implica remitirse a Jesús Martín Barbero y su obra “De los medios a las mediaciones”, donde asegura que: “la cultura es la gran mediadora de todo proceso comunicativo” y plantea el concepto de mediación, desde donde se otorga sentido al proceso.

Cabe destacar que Barbero traslada al campo de la cultura el concepto del desarrollo sostenible, lo que implica “pensar los largos tiempos de la cultura frente a los efímeros tiempos del mercado”²³. En tal sentido, para el especialista las culturas no pueden ser medidas por el mercado porque poseen otra temporalidad, en tanto que la sostenibilidad cultural presenta dimensiones temporales conflictivas de las culturas y de sus productos culturales.

Otro componente de la sostenibilidad cultural que cabe mencionar, es que las culturas viven procesos que hay que pensar y que pueden ser estimulados o garantizados en los siguientes planos: respecto a la autonomía; respecto a la capacidad de transformarse y en cuanto a la proyección de la propia cultura hacia fuera de sí misma.

En primer lugar, Barbero sostiene que para que una cultura se mantenga viva es necesario que sea autónoma. Se trata de “la capacidad que tiene una cultura para decidir sobre su pasado, su presente y su futuro”, además significa la capacidad y derecho de negociar y decidir sobre lo que afecte a las comunidades culturales.

En cuanto a la capacidad de transformarse, se relaciona con la capacidad estratégica de la cultura para mantenerse viva. En este sentido, el especialista señala que las culturas viven en tanto se comunican e intercambian con otras, de lo contrario mueren.

²³Barbero, Jesús Martín. Los Oficios del Comunicador. Recuperado de: http://www.perio.unlp.edu.ar/produccionradiofonica1/Bibliografia/barbero_los_oficios_del_comunicador.pdf

Desde tal enfoque, la comunicación es una dimensión constitutiva de las culturas. Así Barbero asegura “toda comunicación es transformadora e implica un riesgo, y es que, por mínimamente que sea, siempre existe conflicto”, es decir que si la comunicación entre las personas es asimétrica mucho más lo será entre las culturas y por lo tanto las culturas existen y viven en la medida en que se comunican, y cuando se comunican se arriesgan exponiéndose a otras y así se transforman.

Además el autor propone a la identidad como otro ingrediente que suma a la transformación cultural. La identidad en sí misma no es una esencia sino un relato, ya que está formada por historias que deben contarse a otros: “contar significa, al mismo tiempo, contar historias y contar para el otro, es decir ser tomado en cuenta. Una cultura solo es tenida en cuenta por otra, si la otra sabe contarse. No somos tenidos en cuenta, sino sabiendo contarnos a nosotros”.

En un contexto mundial donde hablar de aislamiento es casi utópico, es necesario proyectar a las culturas fuera de sí mismas, de manera de salir al encuentro de otras y entrar en relaciones muchos más arriesgadas. Este punto, el analista señala la importancia de la radio en comunidades que habrían muerto de no haber contado con este medio.

Además-desde esta perspectiva-, la sostenibilidad cultural implica la capacidad tomar la iniciativa para proyectarse en el mundo, reconociendo la capacidad de cada cultura de promoverse más allá de sí misma, a fin de poder proyectarse con creatividad.

En este último punto, es necesario plantear el papel de los medios de comunicación en esta capacidad de proyección de las culturas. En tal sentido, Cecilia Ceraso²⁴ aclara que “la comunicación y los medios de comunicación son vistos como prácticas culturales”.

Es importante destacar que desde la perspectiva de Barbero, pensar en los mensajes implica dejar de mirarlos como marcos de análisis en sí mismos para detenerse a

²⁴Ceraso, Cecilia (2008). *Redes de Desarrollo Local y Colectivos de Comunicación en el Territorio* (Tesis de Maestría). Universidad Nacional de La Plata. La Plata.

pensar en el sentido construido desde los mensajes y en relación con los sujetos. Así la comunicación aparece como proceso relacional donde los sujetos que participan producen sentidos, como resultado de su interacción.

En tal sentido, se reemplaza la visión que predominaba antes de los 80 donde los receptores permanecían pasivos, por esta perspectiva que otorga a los sujetos un papel activo dentro de un proceso comunicacional. Así la mirada se vuelve sobre los sujetos, las prácticas, los medios, los productos, los mensajes y la cultura.

Por lo tanto y desde este enfoque, en los procesos comunicacionales se construyen sentidos donde todos los sujetos -individuales y colectivos-están involucrados. Además es también un proceso de construcción colectivo que genera no solo claves comunes de lectura- es decir sentidos que contribuyen al entendimiento-, sino también promueve acciones comunes en una sociedad, donde la comunicación es el soporte de estas relaciones.

De la historia de encuentros y desencuentros latinoamericana surge esta tradición de estudios de comunicación, que pretende reconocer en sus enfoques a la memoria y mirada de los pueblos. En este sentido, la comunicación posee una doble dimensión: política, que implica la intención de decir; la libertad del acceso a decir; la libertad de expresión; el derecho a la comunicación, y simbólica, que aparece en las historias personales y las vivencias que hablan de las personas.

Es así que cuando se piensa en procesos comunicacionales desde esta perspectiva, se habla de procesos sociales de transformación, la cual puede tener diferentes sentidos. Es así que surgen diferentes denominaciones para nombrar a la comunicación las cuales remiten a procesos emancipadores de sectores que se sienten marginales, donde se entiende a la comunicación como un derecho de estos pueblos de tener otra comunicación en la que se reconozcan en su voz.

I.II. La Comunicación en los Procesos de Transformación Latinoamericano

En la tradición latinoamericana se vincula a la comunicación con los procesos de emancipación de los pueblos, a través de diferentes nociones de comunicación.

Entre las décadas del 60 y 70, América Latina vivía el desarrollo de proyectos políticos populares que se desenvolvían en el marco de corrientes de liberación nacional y en plena vigencia de algunos países del Estado Benefactor.

Tal contexto favoreció el desarrollo de políticas de participación social orientadas a acortar las brechas sociales, y es en este marco donde se plantea la comunicación alternativa, la comunicación comunitaria, la comunicación popular.

La necesidad de los sectores marginales de tomar la palabra, a través de un proceso de transformación donde la comunicación se asuma como un derecho propio, aparece como el propósito fundamental que define lo alternativo en comunicación latinoamericana.

No obstante, Barbero²⁵ asegura que “la comunicación alternativa no es aquí nada nuevo ya que desde las experiencias pioneras de Paulo Freire, la comunicación estuvo ligada mas a la liberación del habla, de la actividad y la creatividad popular que a la potencia o al tipo de medio utilizados”.

En tal sentido, lo que el autor pretende dejar en claro es que no debe reducirse lo alternativo a los medios en sí mismos, o en contraposición a las alternativas de comunicación que ofrecen los medios masivos de comunicación. Desde esta perspectiva, surgen distintas miradas acerca de lo popular que lo desmitifican como algo homogéneo, sino que más bien y según sostiene Barbero, es necesario estudiarlo en el proceso en que se produce y emerge.

²⁵ Barbero, Jesús Martín (s/f). *Procesos de Comunicación y Matrices de Cultura. Itinerario para salir de la razón dualista*. México: Ed. Gili y FELAFACS.

De esta manera, lo popular puede ser entendido como “memoria” de una cultura amordazada y silenciada. Es memoria que se expresa como prácticas en las plazas, en los mercados, en las distintas festividades y tradiciones de los pueblos campesinos y urbanos de Latinoamérica, donde se observan rastros de identidad por medio de los discursos de resistencias que se promueven en éstas.

En este punto, la memoria popular adquiere su sentido en ese discurso que no la reconoce y por el cual se plantea una lucha desigual que va más allá de las clases, para plantear-según Barbero- un “conflicto entre la economía de abstracción mercantil y la del intercambio simbólico”.

Por otro lado, se plantea lo popular – masivo, donde este último niega lo popular como mediación histórica. En este sentido, la cultura masiva niega lo popular y desconoce las diferencias-absorbiéndolas y homogeneizándolas-, en la medida que es producida para la masificación y control de las masas.

Así lo masivo aparece como la imagen que las masas deben interiorizar para legitimar la dominación de la burguesía sobre estas. Por su parte, el autor reconoce que “la cultura masiva no es algo tan nuevo, no es más que la forma que adquiere actualmente- en el estadio del capitalismo monopolístico- el proyecto histórico que la burguesía produce para el pueblo desde fines del siglo XVIII al darse a sí misma un proyecto de clase universal”.

Sin embargo, lo masivo aparece como medicación histórica de lo popular en el sentido que los contenidos, las expresiones, las expectativas, los gustos populares se moldean por lo masivo. Es decir que lo masivo no remite a algo exterior o ajeno a lo popular sino al desarrollo de virtualidades que están en lo popular, ya que lo masivo cuenta con paradigmas que ya han sido enunciados por lo popular: frente a la prensa seria se gesta una prensa popular, frente a la literatura culta surge la popular del folletín y los almanaques.

Desde este enfoque, la comunicación se asumirá como alternativa en la medida que dé cuenta de la complejidad que implica estos procesos sociales, que remiten a una historia que refleja la articulación de las prácticas comunicativas-en el lugar de las mediciones- con los movimientos sociales. De esta articulación comunicación - movimientos sociales, surge la manera en que “lo popular se inscribe constitutivamente en el análisis de los procesos culturales”.

En tanto que desde los orígenes de la comunicación alternativa en la década del 60, han sido variados los enfoques desde los cuales puede abordarse esta noción. Así suelen nombrarse a esta comunicación como popular, participativa, autóctona, autogestionaria, emancipadora, entre otras expresiones que según los autores consultados tienen en común presentarse como otra opción frente al discurso de poder.

Por su parte, Máximo Simpson Grinberg²⁶ sostiene que la comunicación alternativa es definida en oposición a los medios masivos, atribuyendo a ésta la característica de autogestionaria y artesanal. En otros casos esta noción va mas allá de lo artesanal o no que implique la comunicación, y nombra una opción frente al discurso dominante.

Aunque en la mayoría de los casos la comunicación alternativa aparece como respuesta a la comunicación de masas, existen otros que se expresan en los casos de fenómenos de resistencia cultural. Estos últimos no se presentan como acciones que buscan el cambio frente a una situación de dominación, sino que aparecen en aquellas sociedades donde predominan las relaciones sociales comunitarias y la comunicación se caracteriza por ser participativa y preexistente a la comunicación de masas.

Cabe destacar que Simpson Grinberg sostiene que estas expresiones remiten a dos corrientes fundamentales que se encuentran en la mayoría de las perspectivas latinoamericana sobre la temática, y contribuyen a la comprensión de esta noción:

²⁶ Simpson Grinberg, Máximo (1984). Comunicación alternativa y democrática ente la “Vanguardia” y la teoría de la dependencia. *Nueva Sociedad*, 71. Recuperado de <http://www.nuso.org>

-“La comunicación alternativa como respuesta a la estructura transnacional”: esta corriente se sustenta en la creencia del carácter transnacional de las estructuras comunicacionales. Esta postura aparece en la mayoría de las investigaciones de la temática, y en este sentido existe abundante información acerca de aspectos que involucran a este supuesto como los que denuncian dominio tecnológico, económico, político e ideológicos de las empresas transnacionales sobre la comunicación en América Latina.

Desde esta corriente se sostiene que la comunicación alternativa surge como respuesta a estas modalidades de dominación de las corporaciones transnacionales, que encarnan los medios masivos de comunicación.

Dentro de este enfoque existen posturas que observan en la estructura tecnológica de estos medios, un obstáculo para los procesos de democráticos y participativos. En tanto que otras posturas aseguran que el carácter antidemocrático no devine del factor tecnológico, sino del modelo comunicacional el cual se considera propio de los países hegemónicos.

En cuanto a la comunicación de masas es considerada por esta postura como un factor de apoyo a la comunicación alternativa en los procesos de democratización, debido a que los autores sostienen que debe asumirse el avance tecnológico de esta era pero con objetivos distintos a la “comunicación transnacional”.

Desde esta perspectiva, Diego Portales²⁷ define a la comunicación alternativa por sus rasgos que las distinguen como propiedad de organizaciones sociales, producción artesanal de mensajes, flujos horizontales multidireccionales de comunicación, acceso amplio de sectores sociales a la empresa y transmisión de contenidos favorables al cambio. Además agrega que la comunicación alternativa para que se considere tal, debe cumplir con los siguientes requisitos: “que sea capaz de articular los flujos de comunicación horizontal y vertical; y segundo, que logre articular las formas de producción artesanal e industrial”.

²⁷ Portales, Diego (s/f). *Perspectivas de la comunicación alternativa en América Latina*. En Simpson, Máximo. *Comunicación Alternativa y Cambio Social I. América Latina*. México: UNAM.

Desde esta corriente se promueve una comunicación alternativa que integre a todos los grupos sociales; no ignore el discurso de las estructuras ni sus tecnologías y que integre a la comunicación masiva. De manera que esta comunicación sea capaz de moverse dentro y fuera del sistema, con un mensaje que llegue a la mayor cantidad de sectores sociales y que se identifique con “las inquietudes, los debates y las lucha populares”.²⁸

-“Hegemonía de las vanguardias político-intelectuales”: esta postura se centra en la Teoría de la Vanguardia que considera a las elites políticas e intelectuales como las custodias de los saberes, los cuales deben transmitir a las masas para que estas cumplan con su misión revolucionaria.

Desde esta postura se sostiene que la validez de las experiencias comunicacionales que no encajan en las estructuras de poder, depende de que se inserten en una estrategia totalizadora. Por su parte, Simpson Grinberg afirma que “así, no debería ser calificada de alternativa ninguna “experiencia parcial”, ya que tal fenómeno solo puede ser asumido “como uno de los más importantes aspectos a desarrollar en el seno de una organización política”, organización que debe constituir, desde luego, la vanguardia de un amplio proceso político-social”.²⁹

En tal sentido, los autores consultados sostienen que las prácticas de comunicación alternativas se presentan como un desafío para los cuadros que ejercen la militancia política como bandera. Desde esta perspectiva toda práctica alternativa espontánea es desechada, ya que las acciones deben estar dirigidas conscientemente a un cambio radical diseñado por una organización política.

En tanto que este enfoque considera que la comunicación se da por una doble vía: por lado se trata de crear canales que permitan la comunicación con las masas, pero no

²⁸ Reyes Matta, Fernando (s/f). La comunicación transnacional y la respuesta alternativa. En Simpson, Máximo. *Comunicación Alternativa y Cambio Social I. América Latina*. México: UNAM.

²⁹ Simpson Grinberg, Op.cit. pág. 5.

“de” ni “para” las masas; y por otro lado estos liberadores deben promover mensajes unidireccionales a las masas, a fin de generar en ellas el nivel de conciencia adecuado.

En esta corriente aparecen las ideas de sendos intelectuales, los cuales son tomados como referentes para la construcción de esta perspectiva. Estos son considerados como claves en las labores de esta noción de comunicación, una vez convertidos políticamente a los intereses populares, cuya principal tarea no es ser solo la voz de estos sectores sino también es necesaria su intervención para educar la conciencia del pueblo hacia la libertad política y social.

Finalmente cabe destacar, lo que sostiene Simpson Grinberg respecto de esta postura teórica “se trata de una concepción instrumentalista de la comunicación alternativa, cuya meta fundamental es el control estratégico de los movimientos populares...en la medida en que la comunicación alternativa, en su expresión más plena, implica el ejercicio de la democracia comunicacional directa, al margen de todo control y sin necesidad de interpretes privilegiados del sentir colectivo, entraría en contradicción con la hegemonía de vanguardia”.

No obstante, estas corrientes no son compartimentos estancos sino que sus partidarios pueden presentarlas como líneas mezcladas y cruzadas.

Estas posturas y sus matices diferentes dan cuenta de procesos de transformación, que se encuentran en el corazón mismo de los distintos nombres con los que se mencionan a los procesos comunicacionales latinoamericanos.

Y si de procesos comunicacionales en América Latina se habla, no es posible dejar de lado su relación con el desarrollo, que contempla principalmente a los sectores con los que el INTA trabaja en las zonas rurales.

Desde la mención del presidente de los EEUU, Woodrow Wilson de la noción de desarrollo en 1918 hasta la Segunda Guerra Mundial, se hablaba de la evolución que

debían seguir los países atrasados en pos de alcanzar el progreso que gozan solo unos pocos países en el concierto internacional.

Esta noción fue sustituida por el término desarrollo una vez finalizada la Segunda Guerra Mundial, el cual significaba en general la intervención del estado de manera organizada y activa a fin de alcanzar, a través del apoyo tecnológico, una mejora significativa en la economía de estos países. Para lo cual el Presidente de los EEUU en 1949, Harry Truman anunció la creación de un programa de asistencia técnica y financiera- conocido como Punto Cuarto-, el cual contribuiría al desarrollo nacional a través de un organismo, conocido como Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional.

Este programa incluía en su agenda a los países latinoamericanos, a los que proporcionaba apoyo para la construcción y mejoramiento de caminos, vivienda, electricidad, agua potable, y a partir de la década del 50 se agregaron servicios en áreas como la agricultura, salud y educación.

Puntualmente en estas áreas se consideró que para alcanzar el desarrollo, era necesario apuntalar las acciones por medio del cambio de conductas de los agentes involucrados en ellas. En este sentido, se promovió la creación de unidades de información que contribuyeran- a través de la educación persuasiva- a los fines de desarrollo instalados en los mencionados servicios, y de esta manera se sembró las bases para lo que más adelante se conocería como comunicación para el desarrollo.

Los autores consultados aseguran que esta perspectiva comunicacional se formó antes en la práctica que en la teoría. Hacia fines de los 40 principios de los 50, las experiencias precursoras las constituyen:

-las Radios Escuelas de Colombia, las cuales nacieron de la experiencia en Sutatenza con el objetivo de contribuir al desarrollo rural de los campesinos. Su estrategia se basaba en la audición de los mensajes, en grupos reducidos de vecinos que eran

acompañados por guías capacitados, que los impulsaban a aplicar lo aprendido en acciones colectivas, en áreas de la producción agropecuaria, en la salud y la educación.

Así nació la agrupación católica Acción Cultural Popular que luego con el apoyo del gobierno colombiano y organismos internacionales, cobró incidencia nacional y mundial. Llegó a contar con una red nacional de ocho emisoras, con el primer periódico campesino de este país, dos institutos de campo para la formación de líderes y un centro de producción de materiales destinados a la enseñanza.

-las Radios Mineras de Bolivia, que se formaron en pequeñas emisoras que fueron gestionadas por este sector. Estratégicamente promovieron “micrófono abierto” al servicio de todos los ciudadanos, con los cual no solo daban mensajes que proponían las luchas contra la opresión sino que también llegaban a todos los sectores del pueblo. A fines del 50 ya contaban con 33 emisoras, algunas de las sufrieron la represión del gobierno de turno.

-Extensión Agrícola, Educación Sanitaria y Educación Audiovisual, estos sistemas nacieron financiados por el gobierno de los EEUU y los de la región latinoamericana. Eran considerados servicios públicos destinados a promover información de extensión agrícola, educación sanitaria y educación audiovisual.

En cuanto a la educación sanitaria buscaba ampliar el alcance e impacto de los mensajes tendientes al cuidado de la salud pública, por medio de campañas con cartillas y carteles.

En tanto que la educación audiovisual promovía a través del uso de tecnologías, como grabación radiofónica, fotografía y cinematografía, estrategias pedagógicas en las aulas.

Por su parte, la extensión agrícola tenía el objetivo mejorar la producción agropecuaria, para lo cual buscaba bajar la información técnica de los agrónomos a los campesinos por medio de la educación no formal, apoyándose en medios como la

radio, folletos y carteles. Así se fomentaba con recursos el contacto directo de estos técnicos en las comunidades rurales, en donde actuaban como agentes de extensión.

Estas primeras experiencias de comunicación para el desarrollo contaban con ciertas orientaciones de estrategias para llevar a cabo sus acciones, pero aún no se habían dado para el área una sistematización teórica que diera sustento teórico a estas prácticas.

Según Luis Ramiro Beltrán³⁰ los primeros esbozos teóricos comenzaron diez años después de las prácticas y corresponden a las siguientes perspectivas:

-del Tradicionalismo a la Modernidad. Este enfoque corresponde al sociólogo Daniel Lerner, que sostenía hacia 1958 la extinción de la sociedad tradicional para abrir paso a la modernidad. Este paso se daba en las etapas de urbanización; participación de la gente en la comunicación masiva; alfabetismo y participación en política.

Lenner-además-aseguraba que existía una estrecha relación entre comunicación social y desarrollo nacional, donde la comunicación en este proceso de transición tenía las funciones de crear nuevas aspiraciones; apuntalar el crecimiento del nuevo liderazgo para el cambio social; fomentar una mayor participación de los ciudadanos en las actividades sociales y enseñar a ellos la empatía, como la disposición de ponerse en el lugar del otro. Por lo tanto la comunicación era entendida como promotora e indicadora de cambio social.

-Difusión de Innovaciones, de Everett Rogers que en 1962 afirmaba que su postura teórica era el motor de la modernización de la sociedad. Entendía a la innovación como una idea percibida como nueva y luego transmitida a la sociedad. Además aseguraba que para que se logre la innovación, un individuo debía pasar por la percepción, interés, evaluación, prueba y adopción. En este sentido, afirmaba que la

³⁰ Beltrán, Luis Ramiro (2005, Julio). *La Comunicación para el Desarrollo en Latinoamérica: un recuento de medio siglo*. Documento presentado al III Congreso Panamericano de la Comunicación, panel 3: Problemática de la Comunicación para el Desarrollo en el contexto de la Sociedad de la Información. Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires.

difusión de la innovación dependía de la tasa de adopción de esta; la cual por lo general venía de los sectores de altos índices de ingreso y educación. Una vez cumplidas estas funciones, los medios de comunicación serían la atmósfera adecuada para el desarrollo.

-Creación de un clima para el Cambio. Esta postura fue propuesta por Wilbur Schramm en 1964, la cual sostenía que la comunicación masiva era la vigía, maestra y formuladora de políticas, por lo cual debía cumplir una serie de tareas en relación a las necesidades de desarrollo de la gente.

Estas eran: estar informada de los planes, acciones, logros y limitaciones del esfuerzo pro desarrollo; ser partícipe del proceso de toma de decisiones sobre asuntos colectivos, y aprender las destrezas que el desarrollo impone manejar. Estos planteos de divulgaron mundialmente con apoyo de la UNESCO, lo que convirtió a este autor en uno de los principales referentes de la comunicación para el desarrollo.

De estas posturas surgieron las principales conceptualizaciones de la relación entre comunicación y desarrollo en la región, de las que Beltrán destaca a:

-Comunicación de Desarrollo: “es la creación, gracias a la influencia de los medios de comunicación masiva, de una atmósfera pública favorable al cambio que se considera indispensable para lograr la modernización de sociedades tradicionales mediante el adelanto tecnológico, el crecimiento económico y el progreso material”.

-Comunicación de Apoyo al Desarrollo: “es el uso de los medios de comunicación-masivos, interpersonales o mixtos-como factor instrumental para el logro de las metas prácticas de instituciones que ejecutan proyectos específicos en pos del desarrollo económico y social”.

-Comunicación Alternativa para el Desarrollo Democrático: “es la noción de que, al expandir y equilibrar el acceso y la participación de la gente en el proceso de comunicación, tanto a niveles de medios masivos como a los interpersonales de base,

el desarrollo debe asegurar-además de beneficios materiales- la justicia social, la libertad para todos y el gobierno de la mayoría”.³¹

A estas conceptualizaciones, se suma otra que aporta Contreras Baspineiro:

-Comunicación-Desarrollo o Comunicación Con Desarrollo: “se re conceptualiza el desarrollo para entenderse como una apuesta cultural de cambio enfocado desde los objetivos últimos del desarrollo mismo, vale decir, desde el cumplimiento de las aspiraciones de la gente. Y las concepciones sobre la comunicación abren su espacio de realización desatrápandola de los límites de los medios para ubicarla en el espesor profundo de la cultura. Se hace comunicación-desarrollo desde un lugar situado, desde el lugar donde se enuncia la palabra, que es el lugar del sujeto”.³²

Estas concepciones son las más nombradas en la literatura y las más citadas por los especialistas. No obstante, existen diferencias entre estas, pero a los fines prácticos los autores las agrupan en una sola denominación general: Comunicación para el Desarrollo.

Cabe agregar que estas nociones estuvieron vinculadas históricamente a las acciones que promovieron las distintas poblaciones rurales con las que el INTA trabaja y es por eso que se las destacan en este punto.

I. III. Planificación y Gestión de los Procesos Comunicacionales

La perspectiva de planificación y gestión de procesos comunicacionales que en esta tesis se plantea está vinculada con los procesos emancipatorios, que marcaron la historia y definieron la identidad de la región latinoamericana.

³¹ Beltrán, Luis Ramiro (Febrero, 1993). *Comunicación para el Desarrollo en Latinoamérica. Una evaluación sucinta al cabo de cuarenta años*. Documento presentado en el discurso inaugural de la IV Mesa Redonda sobre Comunicación y Desarrollo. Lima, Perú: Instituto para América Latina (IPAL).

³² Contreras Baspineiro, Adalid. (2000). Comunicación-Desarrollo para “otro occidente”. *Razón y Palabra*, n° 18.

Estos procesos motivaron parte del desarrollo de las políticas del INTA, y que en particular pueden observarse en la Agencia de Monteros porque dan cuenta de los procesos sociales que aquí se expresan.

En tal sentido, la AER Monteros es una práctica social que es posible mirarla desde la comunicación. Es así que se entiende a los procesos comunicacionales como prácticas sociales atravesadas por experiencias de comunicación, donde pueden intervenir los medios pero no como única variable.

En tal sentido, Washington Uranga³³ sostiene que las prácticas sociales deben entenderse como “manifestaciones de la interacción histórica de los individuos, pueden ser leídas también como enunciaciones que surgen de las experiencias de vida de los hombres y mujeres convertidos en sujetos sociales”. Además agrega que es posible pensar en la historia como un entramado de “gramáticas discursivas” que se expresan como “estrategias comunicativas”, donde se combinan la estética de la vida cotidiana con los formatos mediáticos masivos y comerciales.

Por su parte, Barbero³⁴ agrega que las prácticas sociales son prácticas de enunciación que se construyen a través de narraciones y mediante el desarrollo de habilidades y técnicas expresivas. De esta manera, se forma un discurso que es “el entramado de la cultura y fundamento de la historia de vida de una comunidad”, aunque también se considera como práctica social a los no dichos, silencios y resistencias de una comunidad: componentes que complejizan y diversifican a las prácticas, por las mismas tensiones por las que están atravesadas.

Desde esta mirada de las prácticas sociales, los verdaderos protagonistas son los sujetos sociales ya que poseen la habilidad de crear y promover los procesos históricos culturales, desde la vida cotidiana. Es decir que desde la cotidianidad, las

³³Uranga, Washington (2007). *Mirar desde la Comunicación*. Recuperado de: www.catedras.fsoc.uba/uranga-mirardesdelacomunicacion-pdf

³⁴Barbero, Jesús Martín (2002). *Oficio del Cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*. México: Fondo de la Cultura.

personas forman la experiencia colectiva, constituyendo la cultura y así una historia común a todos.

Además cabe destacar que en las prácticas sociales se manifiestan luchas de poder, donde se despliegan estrategias y dispositivos de comunicación. Desde este enfoque es posible entenderlas no solo como experiencias de comunicación, sino también como manifestaciones de lo político donde los sujetos en interacción con otros producen y reproducen sentidos y significados.

En estas relaciones de producción, intercambio y negociación-que caracteriza a la comunicación como proceso social-, es el lugar donde los sujetos se constituyen individual y colectivamente. Es allí, en estas interacciones, donde se generan “claves de lectura” comunes, para poder entender y entenderse en el marco de una sociedad y una cultura que los contiene.

Desde esta perspectiva la comunicación pasa a convertirse en recurso estratégico para las acciones tendiente al desarrollo de la educación, la cultura, la ciencia, el medio ambiente, etc. y es en este sentido que se relaciona con las categorías que en esta tesis usamos como claves de lectura. Así las prácticas de comunicación son diversas y distintas, como la esencia del hombre, lo que complejiza su análisis.

En tal sentido, para leer una práctica social desde la comunicación es necesario tener en cuenta lo que propone Jorge Huergo³⁵:

“Si trabajamos con procesos comunicacionales, necesitamos considerar al otro como un interlocutor (alguien que es capaz de pronunciar su palabra y de comunicarse de diferentes modos): necesitamos conocerlo sistemática y metódicamente. Si los otros son nuestros interlocutores, para generar procesos y desarrollar proyectos de comunicación con ellos (o en sus ámbitos) necesitamos reconocer sus “marcos de referencia”: las relaciones directas de la población, las concepciones, valoraciones, estereotipos, expectativas y creencias que a diario comparten los distintos actores y

³⁵Huergo, Jorge (2001). *Método de Investigación Cualitativa en Comunicación*. Buenos Aires: Mimeo.

sectores de una comunidad. Si vamos a producir materiales de comunicacionales necesitamos trabajar una etapa de “pre alimentación” de los mismos para que los interlocutores se reconozcan en ellos; esto implica una investigación que nos permita conocer los códigos (no solo lingüísticos sino también experienciales, ideológicos, culturales), las vivencias cotidianas, las preocupaciones; las preguntas y las expectativas de los interlocutores; sus visiones justas, para incorporarlas al mensaje, y las equivocadas, para incorporarlas también, a fin de ayudarle a problematizarlas y cuestionarlas. Si llevamos adelante procesos de planificación y gestión de procesos comunicacionales, necesitamos investigar (a veces permanentemente) las situaciones comunicacionales de las instituciones, organizaciones o las comunidades interlocutoras; un esfuerzo que va más allá de un diagnóstico previo y que nos ayuda y orienta en la toma de decisiones. Si trabajamos en medios de comunicación y coincidimos que la comunicación es un proceso de articulación entre interpelaciones y reconocimientos (así trabaja, por ejemplo, la producción mediática masiva), para poder “invitar” a los otros a adherir o identificarse con los “modelos” que presentamos, necesitamos conocer e investigar sus formas de ser, de pensar, de actuar, es decir: su cultura y sus modos de comunicación. Si realizamos procesos de educación/comunicación, con más razón, necesitamos conocer y reconocer el “universo vocabular” de los otros, como proponía Paulo Freire, esto es: investigar el conjunto de palabras o el lenguaje con que los sujetos interpretan el mundo; el conjunto de ideas, concepciones, esperanzas, dudas, valores y desafíos”.

La complejidad que denota de las prácticas sociales, hacen que éstas no puedan explicarse o planificarse por la sola razón, porque eso significará desconocer el cumulo histórico de las personas y sus relaciones. Por lo tanto, no es posible dar cuenta de tales procesos y prácticas por medio de pasos lineales que en el tiempo no son sostenibles, ya que la realidad no se ajusta en abstracciones analíticas (aunque podemos valernos de métodos y herramientas para representarla).

En tanto que para abordar las dimensiones de la realidad, Daniel Prieto Castillo³⁶ propone asumir: “Una voluntad de aprendizaje se basa en una voluntad de comunicación”.

En este punto Prieto Castillo aclara que para poder interactuar – “tendiendo puentes en todas las direcciones”-, es necesario una habilidad muy especial: la madurez pedagógica, que contribuye a desplegar los recursos de comunicación en el proceso de aprender.

Desde este enfoque se construye la perspectiva del planificador, que será la de aprender desde la comunicación para “sentirse y sentir a los demás, abrirse al mundo, apropiarse de uno mismo” de manera que se pueda leer situaciones comunicacionales. En tal sentido, Prieto Castillo³⁷ puntualiza que “primero se vive, se siente y luego se nombra el proceso que se convierte con los años en una definición”.

Cabe destacar que desde la perspectiva de la comunicación como producción social de sentidos, se promueve la planificación como estrategia para la libertad, pero acorde a los sentires y necesidades de las comunidades, involucrando-también- a los planificadores como parte de este proceso.

Entonces en estos procesos es necesario tener a la comunicación como perspectiva y a la planificación como estrategia, pero ¿para qué planificar la comunicación? Para encontrar el deseo a través de dos caminos: construyendo y sembrando, para promover espacios que dejen de lado el aislamiento personal y fortalecer el encuentro con los demás, a fin de “sentirse y sentir a los demás, abrirse al mundo, apropiarse de uno mismo”.³⁸

Es importante destacar que se elige esta la perspectiva de planificación y gestión de los procesos comunicacionales para mirar a las prácticas de la Agencia de Monteros,

³⁶ Prieto Castillo, Daniel (2004). *La comunicación en la educación*. Buenos Aires: La Crujía.

³⁷ Villamayor, Claudia (2006). *La primera intuición: vivir la pedagogía de la alegría*. Reportaje a Daniel Prieto Castillo.

³⁸ Prieto Castillo, Daniel Op cit.

porque esta óptica vincula la relación entre comunicación y desarrollo, concibe- al mismo tiempo- la idea de cambio y planificación, y sobre todo porque entiende a la comunicación más allá de los medios, sino como procesos que se dan en los territorios.

Este enfoque asume a la comunicación en la complejidad de las relaciones entre los actores y sujetos sociales. Cabe agregar que desde esta perspectiva atribuye la planificación de la comunicación no solo a los estados nacionales sino también a las instituciones y organizaciones.

En tanto el proceso de planificación abarca varios momentos, desde la formulación de objetivos; metas que se busca alcanzar; diagnósticos hasta las líneas de acción. De este proceso surge la optimización de la relación entre los medios y los objetivos, con lo cual en la planificación surge la racionalización de la toma de decisiones de los grupos con los que trabaja.

No obstante la planificación es esencialmente dinámica, ya que se expresa como un proceso continuo de seguimiento, que se enriquece a sí mismo- en su propia dinámica- en la búsqueda de pasos concretos en pos de los cambios deseados.

La planificación incorpora-además-el proceso de gestión, por el cual es posible mirar y comprender la relación de un grupo con su entorno. Así del proceso de gestión se puede observar cuatro dimensiones que aparecen en las organizaciones: Política/Cultural, Organizativa, Comunicativa y Económica.

En tal sentido de un proceso de gestión surgen procesos participativos para la toma de decisiones en estas dimensiones, promoviendo el sentido colectivo de un grupo. Así se entiende que la gestión es un proceso que involucra dos aspectos: una concepción de poder y su administración, y una metodología coherente para llevarlo a cabo.

Por su parte, Eduardo Cortes³⁹ asegura que “es preciso planificar como actuar, es decir, se necesita un mecanismo de gestión para organizar racionalmente las

³⁹ Cortes, Eduardo Carlos (2001). *La comunicación al ritmo del péndulo: medio siglo en busca del desarrollo*. Bogotá.

actividades al servicio del desarrollo, capaz de combinar tres instrumentos para el logro de la eficiencia: la política, el plan y la estrategia”.

II. Desarrollo, Extensión Rural y Comunicación

Las temáticas como desarrollo, extensión rural, educación, territorio aparecen en las prácticas –casi imperceptibles– todas cruzadas, mezcladas y atravesadas. No obstante, cada una de estas se encuentran presente en los documentos y estrategias de acción del INTA.

Es así que no se puede hablar de desarrollo sin pensar antes en progreso; como así también es inevitable mencionar la dependencia de los modelos de extensión rural con la perspectiva de desarrollo de cada periodo y su relación con la educación, junto con los matices de cada proceso de intervención en los distintos territorios.

II. I. Progreso y Desarrollo

Desde el siglo XVIII al XIX la concepción de progreso estructuraba las distintas modalidades de intervención en ese periodo, y la fe en el progreso continuo de la humanidad se convirtió en una tendencia dominante en la modernidad. En este sentido, Gustavo CimaDevilla⁴⁰ sostiene que “el progreso es avance continuo. Así la idea se pasa a la ideología, a una argumentación que se refiere a una finalidad última sin necesidad de precisar condiciones, esfuerzos ni beneficios excluyentes, porque se postulan siempre un “desde” y un “para” absolutos. En ella la intervención es una circunstancia que la confirma”.

Desde esta perspectiva, la concepción de progreso es “irreversible” y además encuentra como destino la creciente superación continua en el tiempo: “No hay pasado mejor”. No obstante, esta concepción plantea una dinámica de avance que en los hechos se enfrenta con lo opuesto.

⁴⁰Cimadevilla, Gustavo (s.f.). *Tocarle la cola al león. Una lectura del desarrollo a través de sus condiciones de intervención*. Córdoba: Universidad Nacional de Río Cuarto.

Hacia fines del siglo XVII surge la Modernidad, cuyas características principales están representadas por el Estado-Nación y los aparatos administrativos modernos. En tal sentido, la Ilustración representa el intento de aplicación de la razón en todos sus ámbitos de la acción del hombre, como la economía.

Es así que la idea de progreso se apropió no solo de la sociedad moderna, sino también cobra fuerza con la adhesión por parte de estamentos gubernamentales. Los Estados Nacionales pasan al centro de la escena en el intento de construir aquel destino de inevitable avance hacia el progreso, en tanto que la legitimación del nuevo régimen vendría de la mano de la escolarización universal para unificar criterios que tiendan hacia la razón.

Frente a la nueva sociedad industrial el postulado predominante era insertarse en el sistema de división internacional del trabajo, como la forma más racional de eliminar el atraso en la diversificación del consumo y de avanzar hacia las naciones civilizaciones.

Sin embargo, no todos los estados corrían con la suerte del destino irrefutable del progreso. La dinámica de la acumulación se adaptaba a contextos diferentes en tanto fueran colonias dependientes-proveedoras de materias primas- o potencias.

Para algunos especialistas esta coyuntura sustituiría “el mito de las ventajas de la especialización internacional por la idea más movilizadora de desarrollo”. Desde este enfoque, el progreso se convierte en desarrollo cuando los estados nacionales enmarcan su accionar en políticas que apuntan a fines colectivos.

Por su parte, el autor José Luis Corton⁴¹ asegura que “desarrollo y modernidad están ligados al cambio social, a la idea de un futuro mejor visto y formulado casi siempre desde los modelos hegemónicos”.

⁴¹Corton, José Luis (2011). *La noción de desarrollo: un repaso a los distintos pensamientos, Estudio sobre el Ambiente y el Territorio*. Buenos Aires: Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria. pág.8.

Así se instaló en la sociedad una idea de cambio asociada a lo que se conoce como progreso, como un futuro que se presenta como una propuesta favorable a los hombres y la sociedad en su conjunto.

Esta idea de progreso estaba fundamentada en la publicación del Origen de las Especies de Darwin en 1859. En tal sentido la comunidad científica sostenía que así como los organismos vivos crecían naturalmente, la humanidad tenía sus propios mecanismos evolutivos que la conducirían naturalmente hacia el progreso.

Cabe destacar que estas ideas tuvieron gran influencia en las ciencias sociales, en especial en economistas y politólogos que sostuvieron sus teorías en base a esta perspectiva de cambio.

Desde esta perspectiva, es importante señalar lo que Cimadevilla afirma “el progreso complejiza la intervención en cuanto explicita en sus condiciones el carácter de “modernidad” que asumen sus principios teleológicos-racionalidad, técnica y avance continuo-, en tanto que el desarrollo complejiza el progreso imprimiéndole a las condiciones de intervención la primacía del estado como actor colectivo que, sobre la base de un consenso social que se postula como síntesis representativa, actúa en su nombre en función del bien común que se define”.

II. I. II. Nociones de Desarrollo

Los especialistas señalan que en general se puede afirmar que el concepto de desarrollo se originó en la segunda mitad del siglo XIX en Inglaterra. Fueron las ideas de Lamark y Charles Darwin las que motivaron a que se asociara el grado de evolución de una sociedad al grado de desarrollo de sus producciones, actividades e instituciones.

Así la noción de evolución sirvió de apoyo de los autores para el análisis del desarrollo. En tanto que en los análisis económicos se observaba una perspectiva biológica, con el

fin de referirse al proceso lineal que lleva al progreso, que implica una secuencia natural de cambio, mutación gradual y espontánea.

El nacimiento del concepto desarrollo coincide en cierto modo con la expansión de la economía capitalista durante el siglo XIX. Desde esta perspectiva la naturaleza económica del concepto se encuentra relacionada con las distintas etapas del capitalismo.

Según el autor Corton, a cada una de estas etapas le corresponde un tipo particular de desarrollo económico con nuevas relaciones sociales de producción y nuevas categorías analíticas de la economía política:

-de 1700 a 1860 se caracterizó por la economía política de Adam Smith y David Ricardo, y por el materialismo histórico de Marx y Engels.

-de 1860 a 1945 se refiere a la edad del Imperialismo donde se originó la economía política neoclásica y las teorías clásicas del mismo.

-de 1945 a 1966 se enmarca dentro de la etapa expansionista del capitalismo tardío, que estuvo marcada por las teorías de la modernización.

-de 1966 a 1980 en este periodo se destaca por la crisis desatada, por las teorías neo marxistas del intercambio desigual y la dependencia.

Además cabe agregar que los especialistas señalan que al concepto de evolución- como idea complementaria para el análisis del desarrollo- es necesario agregarle otra idea: la riqueza. Esta idea surge en 1776 en el libro “Una investigación de las causas y naturaleza de la riqueza de las naciones”, de Adam Smith que sostiene que el surgimiento de la riqueza está en los potenciales productivos de los países, a través de la acumulación del valor económico de los bienes intercambiables, y en la instauración de un orden económico individualista, que da nacimiento al liberalismo económico.

Es decir que la riqueza para Smith estaba en la suma total de los valores de intercambio que poseía un individuo o una nación, lo cual sienta las bases de principios inmutables sobre las razones de que unas naciones tengan riquezas y otras no. Estas razones encuentran sustento teórico en filosofía individualista y en el derecho natural.

Estos principios se extendieron hasta convertirse en universales y se ampliaron sobre la propiedad privada; la libertad económica y el no intervencionismo estatal, lo que promovió una nueva racionalidad económica. Estas perspectivas se transfirieron a América Latina a través del anuncio en marzo de 1961 del plan “Alianza para el Progreso” del presidente John Kennedy, con el desembolso de 20 millones de dólares para obras de infraestructura y desarrollo.

Por entonces, el sistema internacional se convirtió en un espacio único de relación, caracterizado por territorios diversos geográfica y simbólicamente, a través de los cuales se conforma la globalización.

En este sentido, cabe destacar lo que el analista Arturo Escobar⁴² sostiene como la “era del desarrollo”, en la segunda mitad del siglo XX, cuyos orígenes datan de:

-la necesidad de reconstrucción de las consecuencias inmediatas del mundo, una vez finalizada la Segunda Guerra Mundial.

-la evolución del colonialismo o la colonización en el proceso de globalización y el establecimiento de una nueva política de libre comercio entre las naciones desarrolladas y subdesarrolladas.

-el comienzo de la Guerra Fría y el temor de los Estados Unidos y sus aliados de que los países del Tercer Mundo se encaminen hacia el comunismo.

⁴² Escobar, Arturo (1998). *La invención del tercer mundo, construcción y reconstrucción del desarrollo*. Buenos Aires: Norma.

Cabe resaltar-además- que Escobar sostiene que el “desarrollo ha sido primariamente el mecanismo a través del cual el Tercer Mundo ha sido imaginado y se ha imaginado a sí mismo, marginalizando y excluyendo otros caminos para verse y hacer”.

En este contexto era imprescindible el lanzamiento del plan para ordenar a países del Tercer Mundo, a fin de promover el desarrollo a nivel mundial. Así con el Plan Marshall se ponía a disposición de los países de Europa Occidental 20 mil millones de dólares, con el objetivo de relanzar sus economías y detener la expansión del comunismo en el marco del conflicto Este- Oeste.

Dentro de las acciones de promoción del desarrollo, correspondía darle sustento teórico al concepto que en los años 50 se convirtió en teoría de la modernización. Este enfoque entendía por modernización a la reproducción de la situación alcanzada por los países hegemónicos, la cual debía ser la referencia a seguir por los países del tercer mundo.

En esta teoría el desarrollo se asocia al crecimiento económico, donde la industrialización es un aspecto fundamental e imprescindible. En tanto que el subdesarrollo es considerado un problema de atraso relativo, que se da como consecuencia de círculos viciosos que mantienen a un país en situación de estancamiento permanente.

Hacia fines de los 60 y de manera de explicar la relación de desarrollo entre el Oeste y los países del Tercer Mundo, surge la teoría de la dependencia.

Esta perspectiva aparece como crítica de la modernización pero no del desarrollo, y según la cual el subdesarrollo se produce por las relaciones que los países del tercer mundo mantienen con la economía mundial. En tal sentido, cuestiona el desarrollo capitalista y propone un desarrollo socialista o desarrollo con equidad.

Otra perspectiva es la que formula el estructuralismo, que interpreta las causas de la situación económica y social y la transformación de éstas dentro del sistema capitalista, donde el concepto de desarrollo endógeno ocupó un lugar central.

Contrariamente a lo que postula la teoría de la dependencia, el enfoque estructuralista no concibe al desarrollo y el subdesarrollo como una etapa hacia el desarrollo universal y lineal, sino como parte de un proceso global y único. Además resalta las diferencias entre centro y periferia que se producen en el comercio internacional.

En tanto que la perspectiva post estructuralista constituye otra etapa histórica. Esta visión plantea que la articulación entre conocimiento y dinámica social no es la del individuo- mercado, ni la del producción- trabajo sino la del lenguaje y la significación, como constitutivo de la realidad. Además afirma que el proyecto de desarrollo promueve formas de exclusión.

En los años 90 algunos especialistas aseguraban que estas teorías del desarrollo se habían agotado, y era necesario buscar otras perspectivas para la era post desarrollo. En un mundo donde la Guerra Fría había concluido, el capitalismo aparecía como modelo dominante en la sociedad y una gran parte del mundo vivía ahogada por la deuda y sumergida en la pobreza, mientras desde algunos estratos académicos se postulaba el fin de la historia y del hombre.

Concebido como motor de cambio, el desarrollo tuvo su auge hacia 1930- después de la crisis económica del 29- y sirvió a lo largo de las décadas de la segunda postguerra de fundamento para las políticas y estrategias de intervención, la cuales pusieron el acento en diferentes aspectos:

-**Desarrollo Económico**, vigente en 1950. Es caracterizado por algunos especialistas como aquel que enfatiza la transferencia de tecnología, capitales y conocimiento de los países centrales hacia la periferia garantizando- de esta manera- algunos efectos en la estructura económica y en otras dimensiones de la realidad.

-Desarrollo Económico-Social, se inicia en 1960. Concepto que surge para hacer frente a las críticas del anterior modelo que ponía énfasis solo en los aspectos económicos. Este postulado se presenta como un todo ligado a la estructura social, a fin de promover el bienestar. Entidades como la CEPAL, ALALC y FAO inscriben esta postura.

-Desarrollo Integrado, idea que surge hacia 1980. Este concepto nace como respuesta a las críticas de los teóricos de la dependencia y destaca tanto la autonomía como la integración de factores para los países periféricos.

-Desarrollo Neoliberal, nace hacia 1990. Modelo que subraya la iniciativa y el capital privado, relegando las funciones del estado a ámbitos que no interfieran en la economía.

En tanto que en algunos aspectos, esta clasificación coincide con la visión de los Organismos Internacionales sobre el concepto de desarrollo:

-Desde 1945 a 1960 la Alianza para el Progreso instala un modelo desarrollo bajo la promesa de reconstrucción de los países centrales, la cual se iba a derramar en forma de círculos concéntricos hacia la periferia por medio de la transferencia de tecnología y financiamiento.

-A partir de los años '60 se presenta otro paradigma el cual propone poner límite al crecimiento. Promovido por el Instituto Tecnológico de Massachussets, este modelo sostiene que es inviable mantener la expansión del desarrollo a niveles similares a los registrados en años anteriores, debido al agotamiento de materias primas y recursos estratégicos. Por lo tanto, la idea rectora proponía que el crecimiento y desarrollo de los países centrales depende de tener a la periferia como reserva.

-En los '70 se produce un documento denominado "Implicaciones del Desarrollo del crecimiento de la población de los Estados Unidos", conocido con el nombre de "Informe Kissinger". En este se dejaba sentado que de producirse el crecimiento de los países periféricos, sus poblaciones van a desarrollarse; utilizaran sus propios

yacimientos y recursos. Situación que comprometería al futuro de los EUA y de los demás países polares.

Estas ideas crean el marco donde empieza a tomar forma el paradigma que señala la necesidad de poner límites al crecimiento, por medio del control de la población y de las reservas (con implicancias en el medio ambiente).

-Naciones Unidas adopta una visión diferente de desarrollo en 1993, la cual denuncia la acumulación de la riqueza tanto en países de primer mundo como en los periféricos. Esta postura pretendía dejar explícita las consecuencias de la dinámica de la economía que provocaba tanto la acumulación de capital como la expansión de la pobreza, promoviendo-así-un mundo excluyente.

Además es posible distinguir a los diferentes modelos de desarrollo en relación a los tres grandes paradigmas de las ciencias sociales: el paradigma liberal, el marxista y el post estructuralista.

No obstante, existen otros criterios donde puede evaluarse el desarrollo, como los de orden normativo: *Desarrollo Humano, Otro Desarrollo o Desarrollo Sustentable*. Además, también puede caracterizarse desde el orden espacial como *nacional, regional o local*.

En cuanto a las características que debe contemplar, al autor Ignacio Garda Ortiz⁴³ sostiene que es necesario pensar en desarrollo como un crecimiento sostenido y armónico, en relación de las partes y el todo, ya que “no se podría hablar de desarrollo si una parte creciera a expensas de otra”. En este sentido, el autor resalta que el desarrollo debe permitir que la gente se arraigue y adquiera un conjunto de valores donde lo económico no es ajeno a este proceso, siempre y cuando se inserte en el andamiaje social que posibilite el crecimiento de las personas

⁴³Ortiz Garda, Ignacio (2006). *Problemática del desarrollo y sus distintos modelos. Desarrollo local y economía social. Hacia un nuevo modelo de desarrollo*. Buenos Aires: FLACSO.

Desde esta perspectiva, además se requiere una planificación de las actividades para organizar esas fuerzas vitales innatas en el territorio: “el desarrollo supone planificarlo para que a partir de la vitalidad natural de las partes crezca y cuando llegue a su plenitud mantenga esa armonía entre las partes. Es progresivo y de mediano y largo plazo”.

Por otra parte, es importante destacar que las nuevas tecnologías de la información inciden en los procesos de toma de decisiones y acciones tendientes al desarrollo, exigiendo un cambio de enfoque y de contenido en los modos de intervención. Por su parte, el especialista Roberto Torrado Porto⁴⁴ afirma que “con el fin de lograr un desarrollo integral y sostenido a nivel territorial, resulta obligado razonar en términos de *territorios socialmente organizados*”.

A estas visiones desarrollo, debe agregarse el concepto de desarrollo endógeno que promueve un crecimiento de las naciones por medio del potencial que estas tienen en su territorio.

Entre las cuestiones que plantea el concepto de desarrollo, el especialista Corton destaca:

-el carácter teleológico que plantea el concepto, que usualmente remite a un estado de cosas deseables e ideal, a la que espera alcanzar.

-el concepto de desarrollo se encuentra ligado al progreso como componente de la civilización, una de las ideas centrales de occidente basada en la necesidad de superar la barbarie. Esta perspectiva implica una línea evolucionista de progreso en la cual las poblaciones occidentales desarrolladas se encuentran en una etapa más avanzada que las menos favorecidas. Así las propuestas de desarrollo contienen en su accionar y conceptos mensajes modernizadores, que proponen transformaciones de saberes y tecnologías locales.

⁴⁴Torrado Porto, Roberto (2007). *De la teoría a la práctica en procesos de Desarrollo Local-Territorial: el caso Loventué, La Pampa*. Buenos Aires: Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria.

-la idea de desarrollo se refiere a dos cuestiones distintas e interrelacionadas. Por un lado promueve un proceso de transformación hacia una economía capitalista, moderna e industrial. Por otro, y sobre todo a partir de los años 70, el término se usa para referirse a las intervenciones tendientes a mejorar la calidad de vida y el acceso a bienes y recursos-materiales y simbólicos-de las poblaciones más vulnerables, de manera de reducir la pobreza y disminuir la desigualdad de oportunidades.

-en el discurso sobre desarrollo se propone que una mayor integración a la sociedad nacional de las minorías culturales y étnicas, permitiría superar la pobreza.

Por lo tanto no existe una única definición de desarrollo, es un concepto que se construye históricamente y que resulta dinámico y polémico. No obstante, también la noción está ligada a muchas cuestiones aún sin resolver, como la pobreza y marginación que viven numerosas regiones del mundo.

II. I. III. Desarrollo Rural

La noción de desarrollo se relaciona con progreso, que señala una necesaria evolución de lo atrasado hacia lo moderno. En este sentido, lo rural se lee desde las actividades agropecuarias de su población, y que-además- es considerada atrasada material y culturalmente.

Esta concepción data del pensamiento moderno del siglo XIX, que supone que solo en las áreas urbanas-donde se concentra la industria, la oferta productos y servicios-las personas pueden encontrar su bienestar, lo que promueve las migraciones de las áreas rurales hacia las ciudades.

En este sentido, cabe señalar lo que el autor Corton sostiene: “el origen de la ruralidad tradicional se basa en el enfoque dicotómico, que autores clásicos de la sociología examinan a partir de las consecuencias de la industrialización y la urbanización de las sociedades, antes que de los efectos que éstos procesos producían en el ámbito rural”.

Desde esta postura se afirma que los sociólogos clásicos de la región en principio aplicaron esquemas inspirados en los clásicos europeos, que después fueron reformulados por los funcionalistas norteamericanos y adaptados a la realidad latinoamericana. Entre estos destaca los siguientes especialistas:

-Gino Germani señala las diferencias entre la sociedad tradicional y la sociedad industrial, sobre la base de ideales contrapuestos. Además sostiene que las transformaciones que experimentaron las sociedades latinoamericanas se relacionan más con la modernidad que con la realidad residual que representaba el campo.

-Aldo Solari en su obra "Sociología Rural Latinoamericana" desarrolla la idea del continuum rural urbano. Desde su perspectiva la sociología rural se desarrolla por la existencia de una doble crisis: las migraciones desde el campo hacia la ciudades que han crecido sustantivamente, y la invasión del campo por las ciudades lo que provoca la urbanización del medio rural.

No obstante es importante destacar las cuestiones que en las diferentes épocas que acompañaron a la noción de desarrollo rural:

-Modernización y Desarrollo Rural: Como ya se mencionó, el enfoque de modernización proponía que los países del Tercer Mundo deberían seguir el modelo de los países capitalistas, donde se contemplaba la penetración económica, social y cultural de los países industrializados en los países agrarios y rurales. En tal sentido, los países desarrollados difundirían conocimiento, capacidades, tecnología, organización e instituciones en los países del sur.

Esta perspectiva de desarrollo predominó en la sociología del desarrollo y la antropología de los años 50 y 60, cuyos autores más importantes provenían de las universidades norteamericanas con gran influencia en Europa. En tanto que Latinoamérica se destacan Gino Germani y Aldo Solari.

Cabe mencionar que desde este enfoque se privilegia a las soluciones tecnológicas por encima de los problemas del ámbito rural. Toma como modelo a seguir a los agricultores que están integrados en el mercado y usan tecnologías de producción modernas, las que debían difundirse entre los productores de los países atrasados a través de centros de investigación y sistema de extensión.

Además se considera que era necesario diseñar programas de desarrollo, que posibiliten a estos agricultores pasar de una agricultura de subsistencia a una agricultura comercial a fin de lograr su modernización.

Así se enfatiza la iniciativa empresarial, los incentivos económicos y el cambio cultural. Entre las instituciones que promovieron este enfoque de desarrollo rural en América Latina sobresale el Instituto Interamericano de Ciencias Agropecuarias (IICA), miembro de la Organización de Estados Americanos (OEA).

-El Desarrollo Rural desde el Enfoque Estructuralista: Los seguidores de este enfoque tuvieron mucha influencia en la corriente del desarrollismo, que tuvo mucha influencia en América Latina después de la Segunda Guerra Mundial y hasta comienzos de los años 70.

El desarrollismo considera que para promover el desarrollo es necesario un aumento de los gastos gubernamentales. Así contempla al estado como agente crucial en el cambio económico, social y político, y considera que a través de la planificación económica el estado puede aparecer como agente modernizador de los países en desarrollo por medio de la industrialización.

Esta perspectiva cuestiona los efectos desiguales que arroja el comercio internacional beneficiando a los países centrales. Para lo cual los estructuralistas proponen superar este desequilibrio en los intercambios comerciales, por medio de la industrialización por sustitución de importaciones dentro de un capitalismo de estado.

En tanto que los autores consultados sostienen que el papel de la agricultura según este enfoque era considerado como múltiple:

a)-sostener el proceso de industrialización mediante las divisas obtenidas por las exportaciones, que estaban destinadas a financiar las importaciones de bienes de capital e intermedios y materias primas que la industria exigía.

b)-proporcionar un suministro constante de mano de obra barata para esa industria.

c)-satisfacer las necesidades alimenticias de las poblaciones urbanas, evitando el incremento del precio de los alimentos, con lo cual se facilitaba el mantenimiento de unos salarios industriales bajos y contrarrestaba posibles problemas de escasez de divisas.

d)-suministrar a la industria materia prima de origen agropecuario y forestal.

e)-generar un mercado domestico para los productos industriales.

Por su parte los gobiernos pusieron en marcha planes para la modernización de la agricultura, a través de la promoción comercial, en forma de subsidios con créditos y asistencia técnica. En este sentido, la modernización pasaba por la adopción de nuevas tecnologías y no cuestionaba la estructura agraria, que estaba dominada por latifundios.

En tal contexto el sector agropecuario no logro responder a las demandas de la industrialización, así como tampoco pudo satisfacer las crecientes necesidades alimenticias lo cual provocó el aumento de las importaciones de alimentos.

Se propusieron medidas a favor de la agricultura como el apoyo a la inversión pública en el campo, a la investigación y a la extensión agraria que fueron captadas en su mayoría por los productores comerciales antes que por los más necesitados.

Desde los años 50 y 60, esta perspectiva ha evolucionado y algunos de sus referentes pasaron a integrar las filas del enfoque de la dependencia y/o contribuyeron a la emergencia del neo estructuralismo.

-Teoría de la Dependencia y el Desarrollo Rural: a mediados de los años 60 emerge en América Latina este enfoque, en medio de un contexto de guerrillas en el continente bajo la influencia del modelo cubano y en pleno ascenso del grupo de Países No Alineados.

Esta perspectiva se inspira en el imperialismo y el estructuralismo de la CEPAL, con Raúl Prebisch como exponente. Es justamente de esta última perspectiva donde surge la postura de propiciar el crecimiento económico de América Latina hacia adentro antes que hacia afuera, sobre la base de exportaciones de materias primas, lo que generó el análisis de centro periferia y la incidencia del deterioro de los términos de intercambio comercial en los países subdesarrollados.

Los autores de este enfoque plantean el carácter social y político del subdesarrollo, así como el rol que cumplen en su configuración las relaciones entre clases sociales y la división internacional del trabajo. En este sentido, la estructura desarrollo (centro) es dominante y la subdesarrollada (periferia) dependiente, así se genera un intercambio económico desigual que implica la transferencia de excedentes de la periferia al centro.

Los referentes de esta postura teórica planteaban la necesidad de construir un nuevo orden económico internacional. Una de sus vertientes proponía una transición hacia el socialismo como medio para salir del subdesarrollo, mientras que otra—más cercana a la CEPAL—defendían el protagonismo del estado en la economía y la redistribución de la riqueza, a través de programas educativos y asistenciales destinados a los sectores de menos recursos y la entrega de tierra a los agricultores más pobres por medio de reformas agrarias.

Sin embargo, los especialistas no reconocen que este enfoque tuviera la cuestión agraria como su eje de análisis. No obstante es importante resaltar que la variante marxista de este enfoque tuvo mucha influencia en América Latina a través de la revolución cubana, la que reconocía en los campesinos y los obreros una alianza para luchar por el socialismo.

En tal sentido, no se debía esperar una revolución burguesa porque el modo de producción ya era capitalista-y debido a la naturaleza dependiente de sus burguesías, era poco probable que en estos países subdesarrollados se dieran revoluciones burguesas- por lo que le tocaba a la revolución socialista la responsabilidad de acometer o completar las transformaciones progresistas por medio de la alianza entre campesinos y obreros.

Cabe agregar que los autores reconocen como una de las contribuciones más significativas de este enfoque a los estudios sobre desarrollo rural al análisis de la transnacionalización y globalización de la agricultura. En tal sentido, este el enfoque de la dependencia sostiene que ubicando la agricultura latinoamericana en el contexto más amplio de la globalización y la internacionalización del capital, se puede encontrar las raíces de los problemas agrarios y descubrir las posibilidades del desarrollo rural, en un contexto de destrucción de la economía campesina que ya no puede producir su propio alimento quedando como dependiente del resto del mundo.

En tal contexto de industrialización agrícola ubicada en los países desarrollados, creció el poder de la agroindustria y se convirtió-de esta manera- en un actor destacado en el régimen alimentario mundial, con la creación de nuevas tecnologías para el procesamiento, transporte y comercialización.

Así surgió una nueva división del trabajo en la agricultura mundial: a medida que la agricultura de los países en vía de desarrollo se integraba más a las actividades de las empresas agroindustriales, estas se conformaban como grandes conglomerados transnacionales.

De esta manera, los países hegemónicos acaparaban los mayores beneficios del desarrollo agroindustrial, mientras que los países periféricos solo percibían sus efectos negativos. Además de perjudicar al medio ambiente por medio de la desforestación y polución de suelos y ríos, se debe agregar que estos conglomerados de capital extranjero se fueron apoderando del sector agrícola latinoamericano y de los campesinos por medio de contratos agrarios, estimulando-así-las migraciones de los campesinos que no tenían acceso al mercado.

-El Enfoque Neoliberal y el Desarrollo Rural: El endeudamiento y la crisis económica mundial de los 80 propiciaron el auge de ideas y políticas neoliberales, impulsadas por instituciones como el Fondo Monetario Internacional y el Banco Mundial que dieron pie a ajustes estructurales.

Se vuelve sobre la idea del crecimiento económico como motor de desarrollo y el progreso social, sobre el cual se debe sacrificar las cuestiones sensibles de la población, y así el único desarrollo posible venía de la mano de adaptar estas exigencias globales a los territorios nacionales.

De esta manera se crearon indicadores monetarios, financieros y económicos en materia de desarrollo, según la mirada de los organismos financieros internacionales, la administración política norteamericana y la banca privada transnacional, todos estos enunciados en el Consenso de Washington.

En los 90 la mayoría de los gobiernos latinoamericanos adoptaron este consenso y en muchos de estos la pobreza aumentó junto con el desempleo. El acento puesto en la apertura económica llevó a que estos países se vuelvan vulnerables ante la globalización del mundo, con lo cual los gobernantes se enfrentaron al problema del contagio financiero de un país a otro y se comenzó a cuestionar la desregularización y la liberación.

En cuanto al desarrollo rural, los partidarios de este enfoque no proponen ninguna política específica pero sí critican a las medidas que consideran discriminatorias contra

la agricultura, como el caso de la estrategia de industrialización por sustitución de importaciones (ISI) por considerarla con sesgo urbano y pro industrial.

En tanto que crisis de la deuda de los 80 y la adopción de programas de ajustes estructural por parte de los países latinoamericanos, ha estimulado las exportaciones agrícolas invirtiendo la tendencia que proponía la política del ISI. Así se ha fortalecido el desarrollo de explotaciones agropecuarias capitalistas, en especial las dedicadas al comercio exterior.

En cuanto a los productores dedicados a suministrar el mercado interno han sufrido serias dificultades por la competencia que planteaban las importaciones de estos productos, lo que generó problemas estructurales de pobreza y privación de las tierras para los campesinos excluidos de Latinoamérica.

-El Neo estructuralismo y el Desarrollo Rural: este enfoque surge como crítica a las políticas neoliberales y como una revisión de las propuestas del pensamiento estructuralista en la economía, y cuenta como principal entidad de apoyo a la CEPAL.

Una de las premisas fundamentales de este enfoque se basa en tener al estado como promotor del desarrollo a través de la creación de condiciones de distribución equitativa. En tal sentido sostiene que si bien el mecanismo hacia el cual el desarrollo debe orientarse es el mercado, se resalta la importancia de la participación de la sociedad civil organizada y la descentralización de las actividades del estado, de manera de facilitar la interacción entre gobierno, sociedad y el tercer sector a fin de promover acuerdos de crecimiento con equidad.

De esta manera, el estado debía regular y gobernar el mercado para proteger a los consumidores y evitar los monopolios, a fin de que actores públicos y privados elaborasen juntos una estrategia de desarrollo. Así el estado y la sociedad- a través de sus instancias representativas- aparecían como los que toman las decisiones hacia donde orientar los vínculos con la economía global.

En cuanto a la política rural, este enfoque reconoce la heterogeneidad de los productores rurales y sus condiciones productivas. No obstante, esta perspectiva pretende que aquellos entren en la lógica del mercado a través del diseño de políticas públicas focalizadas en las características propias de cada productor.

Este enfoque realiza diferencias entre los campesinos que tienen más posibilidades de acceso al mercado según su extensión de las unidades productivas, pero que no tienen apoyo técnico ni financiero. En tal caso, considera necesaria la asistencia técnica a bajo costo que debe ser cubierta por el sector privado, la sociedad civil o ambas; además en el caso de aquellos que poseen unidades productivas insuficientes por su tamaño o viabilidad, el estado debe intervenir con políticas de apoyo y diferenciadas para estos grupos.

En tanto que el desarrollo rural se conseguirá por medio de las innovaciones tecnológicas e institucionales, como así también estimulando los mercados rurales para que sean más competitivos y menos segmentados y de ser necesario recurrir a la creación de nuevos mercados. En tal sentido, los neo estructuralistas confían en el potencial tecnológico de la agricultura campesina pero reconocen sus obstáculos, para lo cual el estado debe contribuir a fin de superarlos.

Este enfoque observa que las agroindustrias pueden facilitar el acceso a nuevos paquetes tecnológicos y financieros, y a nuevos mercados y productos, a fin de la reconversión de la producción campesina para hacerla más competitiva. Además se considera que las agroindustrias y la agricultura de contrato proporcionan oportunidades de empleo a los trabajadores rurales.

En los años 90 el discurso sobre desarrollo se comenzó a orientar hacia el **Desarrollo Sostenible**. En tal sentido, Ricardo Thornton⁴⁵ afirman que el mensaje de sustentabilidad se asienta en tres ejes: ambiental, equidad social y económico.

⁴⁵ Thornton, Ricardo (2006). *Los 90 y el nuevo siglo en los sistemas de extensión rural y transferencia de tecnología públicos en el MERCOSUR*. Buenos Aires: Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria. Citado por Corton, José Luis Op. cit.

Este enfoque sobre desarrollo se inspira, entre otros, en el Informe de la Comisión Brundtland (1987) que considera a la sustentabilidad como “un proceso en el cual la explotación de los recursos, el desarrollo tecnológico y el cambio institucional, estén en armonía con el medio ambiente y satisfagan de manera equitativa las necesidades de las generaciones actuales, sin comprometer las posibilidades de las generaciones futuras para satisfacer las propias”.

Cabe destacar que los términos desarrollo sustentable y desarrollo sostenible se usa de manera indistinta. En tanto que el concepto de sostenible surge con anterioridad al termino sustentable, y es considerado menos restrictivo que el segundo.

Por su parte, Corton afirma que “el primero tiene origen en la crítica, evaluación y propuestas sobre impactos sociales en el medio ambiente, los ecosistemas y la biodiversidad...el segundo lo consideramos como una modalidad de desarrollo con énfasis económico, que permite la perduración y autorregulación con una base sustentable sin dependencia externa”.

En tanto que la CEPAL sostiene que el desarrollo sostenible posee fundamentos éticos y políticos. Así en la Conferencia de Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y Desarrollo, celebrada en Río de Janeiro en 1992-conocida como la Cumbre para la Tierra-, se concluye con una serie de principios que debe seguir el desarrollo en los próximos años⁴⁶.

Estos principios se constituirían en la plataforma de las políticas públicas sobre desarrollo a nivel mundial, ya que son considerados como medidas internacionales que fueron bien recibidos en países integrantes del organismo.

Estos se adoptaron en discursos y legislaciones nacionales, además de la creación de instituciones y programadas vinculados a estos principios. Sin embargo, el impacto de estas políticas es aún incipiente.

⁴⁶ Estos principios toman como antecedentes la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Medio Humano (Estocolmo, 1972) y el Reporte Brundtland. Además destaca que como influencia en la agenda de desarrollo sostenible, al trabajo del Club de Roma en los 70, con el informe de “Los límites del crecimiento” donde se destaca el deterioro ambiental en el mundo y las consecuencias para el mundo.

Posteriormente a la Declaración de Río- en torno al cambio climático, efecto invernadero y calentamiento global-, en diciembre de 1997 se firmó el Protocolo de Kyoto, a fin de concientizar a los países industrializados de asumir su responsabilidad social y ambiental.

A partir de entonces, comenzaron a surgir programas sobre desarrollo sustentable. Esta perspectiva no solo se trasladó a discursos que promovían una relación amigable con el medio ambiente, sino que también dio impulso a la creación de propuestas como el caso de la agroecológica y la producción orgánica para espacios rurales.

En cuanto al ámbito rural y a fin de lograr el desenvolvimiento de un nuevo campesinado en el proceso global de interacción agricultura-medio ambiente, este enfoque busca promover la sostenibilidad ambiental que posibilite a este sector desarrollar aptitudes para adoptar tecnologías apropiadas que preserven el medio ambiente. Sin embargo, en la práctica, en los agricultores persiste la prioridad económica de productividad sobre los postulados del desarrollo sostenible o sustentable.

En el marco de los procesos de globalización y los ajustes estructurales que se sufrió en las últimas décadas, en América Latina surgió un interés particular sobre el desarrollo rural. Así se comenzó a pensar en lo rural desde una perspectiva diferente a la de años anteriores, donde el territorio cobra protagonismo y así se comenzó hablar sobre **Desarrollo con Enfoque Territorial**.

Pensar en términos de espacio implica soslayar el concepto a lo meramente geográfico, no obstante reflexionar sobre desarrollo implica focalizar la heterogeneidad de la realidad en el territorio. En este sentido, los autores consultados sostienen que concebir la relación del territorio con el desarrollo implica pensar en los criterios que forjan el Enfoque del Desarrollo Territorial.

En un territorio la diversidad es la regla, en cuanto se trate de cuestiones medio ambientales; actores sociales; estrategias de movilización y acceso a los recursos y

proyectos diversos. Por lo tanto- y resaltando el pensamiento del autor Torrado Porto- hablar de territorio es pensar en un “actor y factor de desarrollo”.

Por su parte, Sergio Sepúlveda⁴⁷ sostiene que el enfoque territorial pone de manifiesto el carácter diverso de los territorios rurales; la necesidad de formular políticas con objetivos múltiples e integrales, para superar el marco institucional tradicional y las inversiones sesgadas en lo económico y así establecer mecanismos institucionales que promuevan un sistema participativo y abierto para formular soluciones desde la base.

Desde esta perspectiva las propuestas deben centrarse en las personas, ya que toma en consideración la interacción entre los sistemas socioculturales y ambientales, como así también la integración productiva y el aprovechamiento competitivo de los recursos productivos, como medios que posibilitan la cooperación y corresponsabilidad de los actores sociales.

Este autor considera que el enfoque territorial del desarrollo rural promueve la integración de los territorios rurales hacia adentro y con el resto de la economía nacional. Por lo tanto, es “una visión integradora de espacios, agentes, mercados y políticas públicas de intervención”.

En tal contexto surge el interés por la denominada nueva ruralidad, que nace debido a la importancia que han tenido para las familias rurales los ingresos que no están relacionados con actividades productivas propiamente dichas, sino de actividades complementarias que impactaron en el empleo y desarrollo de otras áreas económicas.

De esta manera lo rural trasciende lo agropecuario, mantiene fuertes relaciones con lo urbano y su población desarrolla diversas actividades. En tal sentido y para el autor Abromay⁴⁸ esta noción del territorio contribuye a los estudios de las regiones rurales en cuatro dimensiones básicas:

⁴⁷ Sepúlveda, Sergio (2003). *Desarrollo Rural Sostenible. Enfoque Territorial*. Costa Rica: IICA.

⁴⁸ Citado por Corton, José Luis Op. cit. pág. 19.

a)-los territorios ya no se definen por sus límites físicos, sino por la manera en cómo se produce, su interior y su interacción social.

b)-la noción de territorio impide la confusión entre crecimiento económico y proceso de desarrollo. Así la pobreza ya no se interpreta como una simple insuficiencia en la renta agropecuaria, sino como un fenómeno multidimensional. Además el enfoque territorial requiere un análisis de las instituciones alrededor de las cuales se organiza la interacción social.

c)-el estudio de los actores y su organización se vuelve crucial para comprender situaciones locales.

d)-el territorio enfatiza la manera en que una sociedad utiliza los recursos en su organización productiva y en la relación entre los sistemas sociales y ecológicos.

En tanto que autores como Corton plantean que esta situación implica una revalorización del espacio rural, gracias a la construcción multifuncional del mismo. Esta construcción comprende la esfera ambiental, institucional, agrícola y social, debido a una mayor interacción entre lo urbano y lo rural sumado a la influencia de los medios de comunicación.

Por su parte, el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA)⁴⁹, sostiene que este enfoque concibe al territorio como un espacio geográfico que se distingue por:

- “la existencia de una base de recursos naturales específica;
- una identidad (entendida como historia y cultura locales) particular;

⁴⁹Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (2007). *Enfoque de Desarrollo Territorial, Documento de trabajo N° 1*. Buenos Aires: Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria.

- relaciones sociales, institucionales y forma de organización propias, conformando un tejido o entramado socio institucional (resultado de las diversas interacciones entre los actores e instituciones) característico de ese lugar, y
- determinadas formas de producción, intercambio y distribución del ingreso”.

Estas características otorgan al territorio una identidad que lo distingue como único y distinto a cualquier otro; no solo por sus cualidades geográficas y su dinámica económica, sino también porque se concibe como construcción social de los actores locales en el marco de un proyecto de desarrollo que los contiene y moviliza.

Por lo tanto, el INTA concibe que “el desarrollo territorial es un proceso implementado por los actores del territorio, que procura fortalecer las capacidades locales y aprovechar los recursos propios y externos para consolidar el entramado socio institucional y el sistema económico-productivo local, con el propósito de mejorar la calidad de vida de esa comunidad”.

En esta línea de análisis toma forma el concepto de desarrollo territorial rural, caracterizado por el especialista Torrado Porto como “un proceso de transformación productiva e institucional en un espacio rural determinado, cuyo fin es reducir la marginación de las áreas rurales”.

En tal sentido resulta apropiada la definición del especialista Marcelo Sili⁵⁰, que considera al término como “un proceso de transformación rural que a través de la organización y la dinamización del territorio y de la puesta en marcha de metodologías dinámicas y flexibles de organización social, pretende alcanzar:

-Un alto grado de innovación y diversificación económica productiva, con actividades agrícolas y no agrícolas que permita construir sistemas productivos locales

⁵⁰ Sili, Marcelo (2005). *La Argentina Rural. De la crisis de la modernidad agraria a la construcción de un nuevo paradigma de desarrollo de los territorios rurales*. Buenos Aires: Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria.

competitivos, reducir el riesgo y la vulnerabilidad frente a los cambios en los mercados y reducir drásticamente los niveles de pobreza y marginalidad.

-Altos niveles de capital social y cultural rural a fin de fomentar la inclusión social, el arraigo de la gente a su tierra y una mayor capacidad de innovación social y cultural.

-Infraestructura, equipamientos y servicios eficientes para el desarrollo económico y el mejoramiento de la calidad de vida”.

En tanto que desde los principales organismos internacionales como la FAO; el BID; el Banco Mundial; el IICA y numerosos gobiernos están orientando sus intervenciones hacia esta concepción de enfoque territorial del desarrollo rural, con políticas y programas destinados a los sectores rurales. Aun quedan muchas cuestiones inconclusas que implican redoblar los esfuerzos.

II. II. Extensión Rural

Las perspectivas de desarrollo que se mencionaron tienen en común que llevan en su impronta el cambio y la transformación, lo cual ha motivado a diferentes modos de intervención.

El autor Gustavo Cimadevilla considera que la intervención une “dos puntos en el tiempo totalmente disímiles...un tiempo A (presente) y sus condiciones de realidad negativas e indeseables que dan lugar a la construcción especulativa de un tiempo B (futuro), positivo y superador por definición”.

Desde este enfoque, la búsqueda de “transformación” parte de una contienda histórica que reconoce como condición primaria a la intervención. En tal sentido, el autor la reconoce como “un proceso a través del cual se orienta un acción para modificar un estado de realidad identificado intersubjetivamente, ya sea de orden natural-intervención sobre las condiciones del ambiente-hábitat-o social-intervención

sobre los órdenes y principios de organización social-, suponiendo además que la acción en cualquiera de estas dimensiones inciden sobre las restantes”.

Además para el autor toda acción de intervención requiere—entonces- de las siguientes condiciones previas: a-“la existencia de un conjunto social dispuesto en un ambiente-hábitat genéricamente reconocido; b-la complejización del entendimiento para el reconocimiento y la correspondencia de sus miembros; c-la creación de instrumentos para facilitar las condiciones de vida; d-un esquema de valores y su correlato en una concepción teleológica determinada; y e-una concepción acerca de las capacidades y sentidos de protagonismo”.

Cuando se habla de intervención, por lo general se piensa en acciones que se realizan en las prácticas. Por su parte, Elina Dabas⁵¹ denomina a la intervención como aquellas estrategias para fortalecer la trama social y agrega que “las estrategias pueden ser de todos los que están preocupados por resolver el problema”.

En tal sentido, la sola intervención externa no modifica el estado de las cosas sino que cada actor involucrado, con sus particularidades incide en la trama social. Así cuando la intervención se convierte en estrategia común a todos, ésta entra en el juego de estrategias de comunicación.

Desde esta perspectiva de la comunicación, se encuentra la concepción de hegemonía que desarrolla Antonio Gramsci, ya que no es posible seguir hablando de clases dominantes en el sentido del marxismo ortodoxo, es decir el poder devenido de la capacidad para controlar las fuentes del poder económico: la estructura, sino que debe analizar a las formaciones sociales en función de “la capacidad de un grupo social de ejercer la dirección intelectual y moral sobre la sociedad, su capacidad de construir en torno a su proyecto un nuevo sistema de alianzas sociales, un nuevo bloque histórico”⁵².

⁵¹ Dabas, Elina (2006). *Viviendo Redes. Experiencias y Estrategias para el fortalecimiento de la trama social*. Buenos Aires: Ciccus.

⁵² Citado por Uranga, Washington (2007). *Mirar desde la Comunicación*. Op. cit. pág. 21.

Si bien esta perspectiva contempla que entre hegemónicos y subalternos no hay simetrías en las instancias de emisión y recepción, no obstante algunos sujetos poseen mayor legitimidad a la hora de generar sentidos, en especial las clases hegemónicas que cuentan con mayores posibilidades de influir sobre la producción discursiva.

En tal sentido, es ineludible pensar en extensión rural. Los autores consultados sostienen que la perspectiva de extensión rural siempre fue dependiente del modelo de desarrollo rural aplicado durante los diferentes periodos históricos; es así que se piensa más desde lo metodológico-es decir en la transmisión de un mensaje que debe ser apropiado y reproducido-, que desde lo conceptual.

Para analizar esta categoría es insoslayable mencionar a las propuestas teóricas de Paulo Freire, para quien el término remite a “extender algo a o hasta alguien”⁵³. En tal sentido, el extensionista extiende sus conocimientos y técnicas.

El autor propone analizar el término desde los campos asociativos que se desprenden del concepto, donde aparecen las siguientes dimensiones: extensión- transmisión; extensión-sujeto activo (el que extiende); extensión-contenido (que es tomado por quien extiende); extensión-entrega (de algo que es llevado por un sujeto que se encuentra “atrás del muro” a aquellos que se encuentran “más allá del muro”, “fuera del muro”); extensión-mesianismo (por parte de quien extiende); extensión-superioridad (del contenido de quien entrega); extensión-inferioridad (de los que reciben); extensión-mecanicismo (en la acción de quien extiende); extensión-invasión cultural (del contenido llevado, que refleja la visión del mundo de aquellos que llevan, que se superpone a la de aquellos que, pasivamente, reciben).

Para el especialista la acción extensionista implica “la necesidad que sienten aquellos que llegan hasta la “otra parte del mundo”, considerada inferior, para hacerla más o menos semejante a su mundo. Además esta acción transformaría al hombre en una casi “cosa”, negándole la posibilidad de transformación del mundo.

⁵³ Freire, Paulo (1973). *¿Extensión o Comunicación? La concientización en el medio rural*. México: Siglo XXI editores.

Desde este punto de vista, pensar en extensión no implica un quehacer educativo “liberador”, sino persuasión y propaganda. Así el trabajo del agrónomo como verdadero educador no es domesticar a los hombres, y -en este sentido- su tarea no correspondería al concepto de extensión sino de comunicación.

Desde este enfoque el objetivo fundamental del trabajo de extensionista es intentar que los campesinos cambien sus conocimientos por los conocimientos del extensionista, en tanto que la extensión rural aparece como un campo en cuyas acciones fundamentales se espera el éxito de estos cambios.

De esta manera el trabajo del agrónomo promueve un problema filosófico ya que lo que se pretende es sustituir un conocimiento por otro. Freire propone considerar que “el conocimiento exige una presencia curiosa del sujeto frente al mundo. Requiere su acción transformadora sobre la realidad. Demanda una búsqueda constante. Implica invención y reinención. Reclama la reflexión crítica de cada uno sobre el acto mismo de conocer”.

Estas son las razones por las cuales el autor asegura que la expresión extensión educativa solo tiene sentido si se toma la educación como práctica de domesticación. Ya que educar como práctica de libertad no es extender algo desde la “sede el saber” hasta la “sede la ignorancia”, con el propósito de salvar, con este saber, a los que habitan en aquella.

En tanto que en sus obras emblemáticas “Educación como práctica de libertad” y “Pedagogía del oprimido”, Freire propone tomar las siguientes ideas como ejes centrales de la educación popular⁵⁴:

-El aprendizaje es progresivo y no se trata de memorizar los datos. Se necesita el compromiso del que aprende, ya que se partirá de problematizar su propia realidad para cambiar su situación. Estas ideas se distancian de la educación tradicional o

⁵⁴Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria. *La comunicación en los procesos de desarrollo territorial*. Op cit.

bancaria, ya que lo que se intenta es depositar información en la memoria del alumno, sin problematizar ni desarrollar un pensamiento crítico.

-No existen contenidos previos, estos surgen a medida que el educador y educando problematizan la realidad de los participantes. En tanto que del modo tradicional la educación se concibe la transmisión de un repertorio de contenidos pre elaborados y desvinculados de la situación de los participantes.

-La educación popular tiene como objetivo producir conocimiento con intención liberadora y despertar la conciencia crítica sobre la manera en que se organiza la sociedad de modo de generar poder popular para superar la brecha social. Por su parte, la educación tradicional reproduce roles asignados según la clase social es decir que lo que tienen más ingresos acceden a una mayor calidad educativa y mas bienes culturales.

-La educación está pensada para incluir a todos y reducir los niveles de analfabetismo. Desde la perspectiva tradicional hay un alto nivel de deserción, especialmente en aquellos sectores más pobres.

-Los métodos que se basan en el trabajo en grupo, responden a una educación democrática e inclusiva, horizontal y auto gestiva, vivencial (aprender haciendo), creativa, multicultural. En la tradicional se deja a los alumnos librados a su suerte, en los casos que no tengan las capacidades estándares para cumplir con las exigencias definidas verticalmente.

-Se da una relación de paridad entre el educando y educador ya que ambos enseñan, aprenden y construyen juntos. Desde el enfoque tradicional se parte de la desconfianza de los saberes de los alumnos, no hay un interés por aprender.

-La gente está motivada y desea participar, lo que genera un espíritu de grupo que fortalece los lazos. En la educación tradicional los alumnos van a la escuela por

obligación, porque saben que necesitaran un titulo para conseguir trabajo, además se promueve el individualismo.

-No son necesarios los requisitos, salvo el tiempo y las ganas. En tanto que en la tradicional la carga administrativa es abrumadora lo que condiciona la libertad y la flexibilidad.

-Los educadores coordinan las actividades de capacitación en las comunidades: el maestro trabaja en el campo o en el barrio donde viven los participantes. Desde la perspectiva tradicional las escuelas son el centro de la educación formal, el maestro no sale de la escuela no conoce ni entiende las lógicas de la comunidad donde enseña.

-La educación popular tiene como objetivo tratar que los pobres tomen conciencia de las causas sociales y políticas que generan su situación y se organicen para superarla. En tanto que la educación tradicional tiene como objetivo la sociabilización en el sentido de enseñar normas de conducta y convivencia.

-El éxito educativo se considera cuando aumenta el nivel de conciencia y organización de los participantes para mejorar su nivel de vida. Desde el enfoque tradicional el éxito pasa por mantener la matricula de los alumnos y que apruebe la mayor cantidad de alumnos posible.

Por lo tanto-desde la perspectiva de Freire- en la una situación educativa, tanto el educador como el educando deben asumir un papel de sujeto cognoscentes, mediatizados por el objeto que buscan conocer. En tal sentido, el concepto extensión no promueve este proceso, ya que su acción se limita a extender un conocimiento elaborado previamente sin tener en cuenta su capacidad crítica de los destinatarios, y donde solo se muestra la presencia de los contenidos extendidos.

Estas cuestiones aparecen reflejadas en lo que Freire propone como el equívoco gnoseológico del término extensión, a fin de resaltar las relaciones que el hombre tiene con el mundo.

En la medida que el término remita la acción de llevar, transferir, entregar y depositar algo en alguien resalta en él una connotación mecanicista, de la que surge el primer equívoco gnoseológico del término extensión que se observa en que si hay algo dinámico en la práctica del concepto, este algo se reduce a la acción de extender en sí misma, donde el mismo contenido extendido se torna estático.

En tanto que el sujeto que extiende es un actor activo frente a los que deposita el contenido que extiende: solo aprende quien se apropia de lo aprendido, transformándolo en aprehendido para reinventarlo en situaciones concretas, y por el contrario aquel que es “llenado” de contenidos sin que sea desafiado no aprende.

También es importante destacar que el autor hace hincapié en que el hombre no puede comprenderse fuera de sus relaciones con el mundo, ya que es un sujeto de la acción y de la reflexión. Esta relación se expresa cuando el sujeto actúa, transformando y creando una nueva realidad que condiciona su forma de actuar, así capta la presencia de las cosas conformando su opinión o la doxa.

Este conocimiento no llega a conformarse como conocimiento verdadero para Freire sino que es “dominio donde los hombres se dan cuenta ingenuamente de la presencia de las cosas...la percepción de esta presencia no significa un adentramiento en ellos, de lo que resultaría la percepción crítica de los mismos”. Esta dimensión de la percepción también incluye las relaciones condicionadas por la realidad concreta y cultural de los hombres, que se dan entre los hechos u objetos que se perciben. Tal situación ocurre habitualmente en las “culturas mágicas” de la mayoría de los campesinos en Latinoamérica.

Desde esta perspectiva, cuando perciben elementos culturales extraños los modifican, manteniendo algo de su originalidad con una significación nueva. Ante la presencia de objetos, técnicas o formas de proceder nuevas es posible que reaccionen con desconfianza, rechazo o aceptación, ya que son manifestaciones culturales extrañas al lugar donde se introducen que pueden ser percibidas mágicamente.

En tal sentido, el autor concluye que la forma de comportarse y de pensar de los campesinos-en mayor o en menos grado- es próxima del mundo natural (ya que entre ellos y su mundo natural y cultural hay un “fuerte cordón umbilical”). Freire explica que esta proximidad les permite una comprensión no verdadera de los hechos, que se expresa como formas desarmadas de conocimiento pre científico.

En tanto que el trabajo del agrónomo es intentar con la capacitación técnica, la superación de la percepción mágica de la realidad y de la “doxa por el logos”; es decir que se trata de un intento por superar el conocimiento sensible por otro, que partiendo de lo sensible, alcanza la razón de la realidad.

Según Freire reconoce que la sustitución de un procedimiento empírico de los campesinos por otro de técnicas elaboradas es un problema antropológico, epistemológico y estructural, que escapa al equívoco gnoseológico que se mencionó. Además cualquier intento de educación popular aparece como una estrategia, de manera de promover acciones transformadoras de esa realidad y así -con estas acciones-se alcance la superación del conocimiento sensible.

Sin embargo, es importante destacar que el mismo conocimiento campesino se caracteriza por la solidaridad entre las diversas dimensiones constitutivas de la estructura cultural que genera distintas reacciones ante la presencia de los elementos nuevos introducidos. Estas cuestiones son las que impiden que el trabajo del agrónomo sea un éxito si desconoce la visión del mundo de los campesinos y de su realidad en su totalidad; lo que demanda un esfuerzo no de extensión sino de concientización, que permite a los sujetos apropiarse de la “posición que ocupan, con los demás, en el mundo”.

No obstante, para el autor la extensión lleva implícita la teoría anti dialógica que es incompatible con la educación “auténtica”. Entre las características de esta teoría, Freire destaca la invasión cultural que lleva implícita la conquista, la manipulación y le mesianismo como caminos hacia la “domesticación”: los extensionistas fundamentan esta posición “anti dialógica” por una cuestión de tiempo o de “falta de tiempo”,

mientras que Freire reivindica el dialogo como motor de la problematización del conocimiento.

Por lo tanto el trabajo de un agrónomo no puede solo limitarse a la sustitución de una tecnología autóctona por otra, por dos razones: no es posible el cambio de procedimientos sin que repercuta en otros ámbitos de la existencia de los hombres; y porque es imposible concebir a la educación neutral.

En tal sentido, la capacitación técnica a los campesinos está unida a otras dimensiones que sobrepasan a una técnica en sí misma. Estas prácticas en el territorio hacen que la responsabilidad del agrónomo lo conviertan en un agente del cambio y que su posición no se reduzca a un “estar frente”, un “estar sobre” o un “estar para”, sino a una posición de “estar con” (también como sujetos del cambio).

Desde estas posturas, es importante agregar que Freire relaciona la reforma agraria como “una decisión política, que es la efectúa e impulsa las proposiciones técnicas, que no siendo neutras, implican la opción ideológicas de los técnicos. De ahí que, puedan, tanto defender como tanto negar, la presencia participante de los campesinos, como co-responsables en el proceso de cambio”.

Para que los campesinos entren en este proceso, es necesario promover la comunicación. En tal sentido, el autor considera que lo que caracteriza a la comunicación es el diálogo, a través del cual los sujetos se expresan y entran en relación por medio de un mismo sistema de signos lingüísticos. Además debe existir un acuerdo en torno a los signos, de lo contrario no puede haber comprensión.

Estas dimensiones son importantes para establecer relaciones con los campesinos, especialmente por el lenguaje técnico de los agrónomos que dificulta la comprensión. Freire propone-entonces-abrir el diálogo problematizador entre las partes, de manera que disminuya la distancia entre ellos y se promueva la comunicación.

Desde esta perspectiva, la “educación es comunicación, es diálogo, en la medida que no es transferencia del saber, sino un encuentro de sujetos interlocutores, que buscan la significación de los significados”.

Es así que el autor considera que el éxito del trabajo del agrónomo depende que sea co-participado con los campesinos a través de la comunicación, que debe inspirarse en un humanismo que se nutra en la ciencia; que pretenda la humanización de los hombres y rechace la manipulación; que promueva acciones transformadoras y que sea esperanzadamente crítico: “estamos obligados a negar al término extensión, y a su derivado extensionismo, las connotaciones del quehacer verdaderamente educativo, que se encuentran en el concepto de comunicación...¿extensión o comunicación?, respondemos negativamente a la extensión, y afirmativamente a la comunicación”.

II. III. Comunicación y Desarrollo

Existe una relación histórica entre los conceptos de desarrollo y comunicación, lo que dio lugar no solo a conocimientos empíricos sobre el rol de esta última en el desarrollo rural y sino también estudios teóricos de la comunicación al servicio del desarrollo rural, que estuvieron influenciados por las distintas ideas y conceptos que acompañaron a la noción de desarrollo.

En este sentido, el autor Juan Díaz Bordenave⁵⁵ asegura que “no hay modelos teóricos absolutamente correctos o incorrectos de la comunicación para el desarrollo rural. Un modelo que parece funcionar para un tipo de situación de desarrollo puede no ser el adecuado para otra”.

No obstante, estas diferencias es posible encontrar puntos de encuentro entre las primeras nociones de desarrollo y la concepción mecanicista de la comunicación. En

⁵⁵ Díaz Bordenave, Juan (2008). La teoría de la comunicación y el desarrollo rural: una breve reseña. En Gumucio-Dagon, Alfonso y Tuffe, Thomas (Comp.), *Antología de Comunicación para el Cambio Social: lecturas históricas y contemporáneas (tomo I)*. Bolivia: Consorcio de Comunicación para el Cambio Social.

este sentido, el especialista Luis Ramiro Beltrán⁵⁶ afirma que tanto en el origen de “una orientación al estilo clase alta, del deseo de dominio político y los intereses industriales y comerciales” del modelo vertical de comunicación, como así también en las características de aquel se encuentran estas coincidencias:

-la comunicación social es un proceso de transmisión de modos de pensar, de sentir y actuar a una o más personas a otra u otras;

-el objetivo fundamental de la comunicación es la persuasión, de tal forma que el transmisor, una o varias personas, logre del receptor, una o varias personas, los comportamientos deseados, y

-la comunicación de doble vía por medio de la retroalimentación es importante, ante todo por ser instrumento de ajuste del mensaje que permite al transmisor asegurar la reacción esperada por parte del receptor.

Cabe mencionar las distintas nociones de comunicación que propone Díaz Bordenave, a modo de reseña de aquellas que prevalecieron en el tiempo y dieron origen a las teorías:

-De la fuente al receptor. En la época del Renacimiento la comunicación pasaba por los contenidos más que por las formas. Con la invención de la imprenta de Gutenberg se incrementó la cantidad de personas a las que llegan los mensajes, con lo cual el interés se centró en los canales de comunicación en especial por los libros.

Cuando estos últimos fueron prohibidos, los periódicos pasaron al centro de la escena y se ganaron su prestigio en la sociedad como herramienta política. Con el tiempo los trabajadores de los diarios se convirtieron en profesionales de la comunicación, a

⁵⁶ Beltrán, Luis Ramiro (2008). Desarrollo Rural y comunicación social: relaciones y estrategias. En Gumucio-Dagon, Alfonso y Tuffe, Thomas (Comp.), *Antología de Comunicación para el Cambio Social: lecturas históricas y contemporáneas (tomo I)*. Bolivia: Consorcio de Comunicación para el Cambio Social.

través del arte de redactar las noticias, volviéndola accesible para todo el público lector.

No obstante recién cuando se crearon medios electrónicos, la comunicación se volvió un objeto de estudios científico. Es así que el primer modelo llamado de telecomunicación es creado por ingenieros eléctricos y matemáticos, los que dieron luz a los conceptos como señal; símbolos; códigos; canal; información; codificar y decodificar, característicos de este primer proceso.

Este modelo sentó las bases sobre las primeras ideas y estudios de comunicación, cuyas perspectivas estaban puestas en la transmisión de los mensajes sea cara a cara o por medio de los medios masivos.

En el contexto de la Segunda Guerra Mundial, se comenzó a prestar atención a todas las formas de comunicación. En tal sentido, las señales y los códigos obtuvieron importancia militar, y comunicación se transformó en instrumento de persuasión a través de la propaganda durante la guerra psicológica.

Por entonces, la perspectiva comunicacional que se adoptó fue la de la transmisión de mensajes y como persuasión. Estos enfoques pasaron a ser objeto de análisis en distintos campos de estudios, en especial en el área de la publicidad, y empezó a relacionarse a la comunicación con cuestiones tecnológicas; lo que atrajo la atención de distintas profesiones como las dedicadas a las relaciones públicas, la salud y la extensión rural.

En tanto que en las áreas de publicidad como en la relacionada con el cambio tecnológico, su interés por la comunicación pasaba por los efectos que ésta generaba, por ejemplo en la compra de un producto, la adopción de una actitud determinada, la aceptación de una práctica agrícola, entre otras.

Este interés por la comunicación y sus efectos se acentuó cuando creció la preocupación por el desarrollo económico de los países del tercer mundo, el cual se

entendía como el incremento de la productividad. Para concretarse, este desarrollo necesitaba primero un cambio en las personas que podía darse a través de la comunicación, ya que se percibía a ésta como un agente de cambio y así fue considerada como una herramienta indispensable para el desarrollo.

En tal coyuntura, Díaz Bordenave reconoce que “la presión de las metas de desarrollo económico, el tamaño y dispersión de las audiencias objetivo en las zonas de desarrollo, la disponibilidad de tecnologías modernas para la comunicación y un interés por vender equipos costosos hicieron de los medios un elemento importante en los programas de desarrollo rural”.

En tales circunstancias muchos técnicos se capacitaron en el uso de los medios, aunque se observaba un notorio descuido por el contenido que se transmitía.

-El auxilio de las ciencias sociales. Los especialistas afirman que el enriquecimiento de la teoría de la comunicación se dio cuando se amplió la mirada del primer modelo hacia la concepción de la comunicación como un proceso.

Heredada del pensamiento filosófico y científico de la época, esta nueva perspectiva comunicacional deja atrás la concepción mecanicista y se mezcla como parte de la vida de las personas. En tal sentido, toma en cuenta la imagen que el transmisor tiene del receptor y viceversa; las experiencias de los sujetos que intervienen en el proceso; los sentidos y los significados de los símbolos y situaciones; el contexto cultural, entre otras.

Además estas cuestiones motivaron a pensar en los distintos significados que las personas podían darle a una misma situación, con lo cual se aceptó que la realidad no es tan objetiva ni absoluta como proponía el anterior modelo.

Esta nueva manera de mirar la realidad, promovió en muchos de los técnicos que trabajaban en terreno revisar la máxima que motivaba su tarea cotidiana: “un mensaje técnicamente correcto debía ser universalmente aceptado por solo ser correcto”.

Esta concepción de la comunicación como proceso, motivó-también-a los especialistas a buscar herramientas de análisis y conocimientos sobre las nuevas variables en disciplinas como la antropología, la sociología, la psicología social, la psicología, la ciencia política y la economía.

En tanto que Díaz Bordenave destaca la contribución de la sociología en el área de la comunicación, en especial en a dos de sus conceptos: sistema social y difusión de las ideas.

Por sistema social se entendía a cualquier estructura social interactiva que posee normas; objetivos; estatus; jerarquías; sanciones; instalaciones y territorialidad, como la familia o una comunidad rural. Cabe mencionar que se consideraba que un sistema social se da a través de procesos como la comunicación, lo que promovió que comenzara a pensar en la estrecha relación que tiene esta con la sociedad.

No obstante, este concepto de sistema social no contribuyó significativamente a la teoría de la comunicación para el desarrollo. En este punto los especialistas señalan que esta limitación se debe a que la noción explicaba el conflicto y el cambio social como búsqueda de equilibrio, lo cual no es característico de los países en vías de desarrollo y así se reemplazó por otra idea más amplia como sistemas sociales.

La preocupación por el cambio tecnológico-como elemento importante para asegurar el desarrollo económico-llevó a que los sociólogos dedicados al sector rural prestaran atención a la idea de difusión de innovaciones, y los siguientes aspectos que caracterizan esta noción: antecedentes personales que favorecían la adopción y difusión de una nueva idea; las características sociales de las personas y las comunidades que influyen en la adopción y difusión de las prácticas; las etapas de la conducta por la que pasa un agricultor desde que conoce una idea nueva hasta que la adopta: conciencia, interés, prueba y decisión; las características de una nueva idea o práctica que la hacen más o menos adaptable: compatibilidad, divisibilidad, comunicabilidad, complejidad, etc.; y las funciones personales que intervienen en la difusión de una innovación dentro de cierta comunidad: el innovador, el líder, etc.

De este concepto, lo más importante que se extrajo para el campo comunicacional en las etapas del proceso de adopción fueron las diferentes utilidades de los canales personales e interpersonales, como medios masivos y los amigos y vecinos.

Así se generó una mentalidad difusionista, que tuvo como crítica principal la imposibilidad de retroalimentación en el proceso comunicacional. En este sentido, se entiende que este modelo fue creado en el contexto de los países desarrollados donde los agricultores toman parte en las decisiones, lo que difiere del resto de los países donde gran parte de los actores del sector rural tienen limitaciones sociales y económicas.

Estas posturas sobre la comunicación fueron enriquecidas por dos ideas: la de las funciones de la comunicación y de la estructura social.

La percepción que existe entre las personas que los medios satisfacen algunas de sus necesidades, dio origen a la idea de las funciones que la comunicación cumple. De este concepto se desprende la distinción entre la comunicación instrumental y la consumatoria.

En tanto que los autores señalan que la primera se refiere al contenido que el receptor otorga a un fin útil-como el caso de la información técnica que puede proporcionar un medio que ayuda a mejorar el trabajo-; mientras que la segunda hace referencia al contenido que reduce la tensión o produce placer-como el caso de algún evento deportivo que se emite por los medios-, aunque se considere que algunos medios son propicios para un cierto tipo de comunicación, en la práctica la diferencia entre estas no es muy clara.

No obstante, del estudio de las funciones de la comunicación se observó que a las personas no solo le gusta recibir sino también comunicarse con los demás para expresar sus sentimientos y pensamientos. Así al concepto de comunicación se le añadieron las nociones de expresión, relación y participación.

Cabe agregar que a esta perspectiva comunicacional se enriqueció con el pensamiento de Daniel Lerner, quien agrega al proceso la idea de empatía como la capacidad de ponerse en el lugar del otro. En tal sentido, para el especialista esta habilidad es importante para alcanzar el desarrollo en los territorios ya que “un campesino solo puede desear cambiar su vida si asume la perspectiva de una persona más moderna”.

Como extensión de la empatía, surge el concepto de co-orientación. Esta noción implica que mientras dos personas alcancen una mayor similitud o co-orientación sobre las interpretaciones de un mismo objeto más eficiente será el flujo de la comunicación, lo cual es considerado como un elemento de ayuda para los agentes territoriales.

Sin embargo, en las prácticas estos enfoques de la comunicación han sido usados por los agentes para perfeccionar las técnicas de persuasión con los grupos de trabajo. En tal sentido, Díaz Bordenave asegura que “los hallazgos sobre la función importante del receptor-transmisor intermediario, o líder de opinión, fueron utilizados por los comunicadores orientados a los efectos para diseñar mejores estrategias de persuasión masiva, y no necesariamente para satisfacer mejor la necesidad de las personas”.

En tanto que entre las décadas del 40 y 50, cobró importancia el movimiento de desarrollo comunitario en aquellos países donde se prestaba asistencia técnica a las regiones en vías de desarrollo. Esta injerencia promovió que los receptores dejaran de ser vistos como sujetos pasivos para convertirse en verdaderos actores de las comunidades, cuyas problemáticas que podían ser resueltas colectivamente.

En tal contexto se comenzó a considerar a la comunidad y sus recursos para resolver internamente sus problemas, lo que enriqueció la perspectiva de la comunicación. Así se demostraba que debía haber un el vínculo entre los mensajes y importancia de la toma de decisiones en conjunto, lo que promovió la intervención de la comunicación en acciones como: diagnósticos de situación y problemas; acceso a información sobre las alternativas; organización de las personas; contribuir al acceso de medios y

recursos para las comunidad, y la creación de instituciones para la toma de decisiones y acciones colectivas.

-La estructura social. Este concepto se incorpora la teoría de la comunicación y entiende a la sociedad como una red de posiciones y jerarquías, en las que algunos ocupan lugares de poder y privilegios. En este sentido, se entendió que no todas las comunidades son iguales ni homogéneas.

Este concepto puso en alerta sobre las limitaciones que las personas tienen acerca del acceso de la información y la comunicación, en especial en aquellas sociedades donde los medios de comunicación funcionan al servicio de las instituciones tradicionales del poder y del statu quo. En tal contexto, los medios cumplen la función de transmitir valores e ideologías contrapuestas a los intereses de los sectores con bajos recursos, que por otra parte intentan identificarse con las elites.

No obstante, estas no son las únicas cuestiones que alejan a los medios de comunicación de las personas en los países en vías de desarrollo.

En el caso de los sectores rurales, se ha demostrado que la mayor parte de los mensajes que se transmiten por los medios no remiten a contenidos rurales sino más bien urbanos, por lo que no son tenidos en cuenta por la población.

A lo que se suma que el analfabetismo de la población rural limita el acceso a los medios escritos, poniendo en lugar de privilegio a la televisión y la radio aunque en estas zonas prima los contactos interpersonales, como forma de comunicación elegida para la difusión de los mensajes.

-La comunicación en y como sistema. Esta perspectiva considera que un sistema es una construcción mental, la cual puede ser trasladada a cualquier cosa. Un sistema es entendido como un conjunto de partes que interactúan, manteniendo sus fronteras a la vez que realiza intercambios de influencias con el entorno.

En tanto que para el autor citado, las influencias son consideradas como los insumos que reciben del entorno, y que-a través de varios procesos-el sistema los transforma en resultados. Estos últimos son los productos, servicios e influencias que un sistema genera con el objetivo de transformar su entorno.

La importancia de este concepto en la comunicación es que contribuye a considerar como elemento importante a la retroalimentación en el proceso. Anteriormente la retroalimentación era considerada solo para determinar en la audiencia sus reacciones o los efectos del mensaje, hoy es más bien visto como un elemento que aplica correctivos a fin de encaminar al sistema en el logro de sus objetivos.

Puntualmente en el caso de la visión de la comunicación para el desarrollo, esta visión de sistemas es considerada por los autores como un peligro para la individualidad y la creatividad humana en pos de los objetivos del sistema.

Sin embargo, se considera que la introducción de la noción de sistema al concepto de comunicación para el desarrollo permitió observar la interrelación de diferentes aspectos del desarrollo rural, lo que permite tener una mirada más amplia de las problemáticas en el terreno.

Cabe agregar que este concepto también impulsó la mirada de que los programas e instituciones destinadas a fomentar el desarrollo son subsistemas dentro de sistemas más grandes, por lo que sus objetivos deben adecuarse a estos últimos.

Además el enfoque sistémico ha estimulado investigaciones en áreas asociadas a la comunicación para el desarrollo, como la tecnología educativa. En tal sentido, se demostró la utilidad de ciertos métodos y materiales de la educación formal en la educación no formal.

-La comunicación para el cambio social. Producto de las diferentes consecuencias que aparejaron a las distintas nociones sobre el desarrollo a lo largo del tiempo, han motivado a renovar el concepto y orientarlo hacia las personas. En tal sentido -

además- se cuestionó la orientación de la comunicación para el desarrollo, que hasta entonces impulsaba la modernización de los territorios.

Entre los especialistas a los cuales se les atribuye las críticas a los modelos del desarrollo, Díaz Bordenave destaca la contribución de Paulo Freire, quien propone transformar lo que denomina educación bancaria en pedagogía que ya mencionamos en otro punto.

Esta perspectiva motivó a muchos especialistas a que pudieran observar en la comunicación un proceso inseparable de los demás procesos sociales y políticos. Además se concibió que para que la comunicación sea eficaz debe estar integrada con procesos de concientización, organización, politización y tecnificación.

En tal sentido, el autor citado considera que es necesario asegurar un acceso más equitativo a los recursos y beneficios del desarrollo, por medio de la creación de organizaciones de base popular que faciliten las acciones colectivas.

No obstante, es necesario que las personas que integren estas filas reconozcan de sus derechos y potencialidades, para adquirir “un grado de politización, que les dé no solo una razón para cambiar, sino también capacidades de toma de decisión y liderazgo necesarias para llegar al poder”.

Sin embargo, para que la comunicación contribuya con estos procesos es necesario que esté inserta en un modelo de desarrollo que permita la participación popular en todos los niveles de decisión. Mientras tanto, en las prácticas se revela una clara orientación de la comunicación como persuasión hacia el desarrollo rural de los territorios.

III. Desarrollo, Extensión Rural y Comunicación en el INTA

Como se mencionó anteriormente, desde la Gerencia de Comunicación del INTA se sostiene que el modelo de desarrollo que se tenga como marco guiará el modelo de extensión, y este a su vez definirá el modelo de comunicación. Por lo tanto, en la institución hubo y hay muchas formas de pensar el desarrollo, así como formas de pensar la extensión y la comunicación.

Es así que desde que se creó el INTA en 1956, sus extensionistas han vivido un proceso de cambios que fueron acompañando a los distintos periodos históricos del país y del mundo. En este sentido, variaron los enfoques de la extensión rural en la institución, que tuvieron que convivir con formas distintas de actuar y pensar, pero que sirvieron de guía para la acción.

El autor Calos Alemany⁵⁷ destaca que en el debate institucional sobre el desarrollo rural, la problemática ha alcanzado una dimensión importante: “la problemática institucional aparece vinculada a los continuos procesos de reestructuración y desestructuración del sector público y privado, mostrando las dificultades, rigidez e inercia del sistema...desde aquí la problemática institucional cobra actualidad como demanda de la sociedad para democratizar sus instituciones y redefinir las maneras de hacer”.

Desde esta perspectiva se debe poner el acento en observar las dificultades de las transformaciones institucionales, ya que supone una transformación en sus reglas de juego. Así, el especialista coincide con otros autores en que las organizaciones que se dedican al desarrollo no existen en un vacío, no son creadas para satisfacerse a sí mismas, sino que están vinculadas al fenómeno histórico del ascenso y la declinación de los modelos de desarrollo.

⁵⁷Alemany, Carlos (2003). Apuntes para la construcción de los períodos históricos de la Extensión Rural del INTA. En R. Thornton y G. Cimadevilla. *La extensión rural en debate. Concepciones, retrospectivas, cambios y estrategias para el Mercosur*. Buenos Aires: Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria.

⁵⁷Freire, Paulo (1973). *¿Extensión o Comunicación?* Buenos Aires: Siglo XXI.

En tal sentido, los modelos de desarrollo aparecen como marcos que articulan las reglas de juego de las instituciones, que se reflejan en su forma de actuar y pensar, que se traslada a los actores que participan en éstas y a sus modelos de intervención. Así los paradigmas de desarrollo se constituyen en fuente de inspiración para la construcción y reconstrucción de las matrices de estas organizaciones.

Como todo modelo presenta contradicciones que pueden provocar distorsiones y hasta motivar su propia crisis, lo que promueve la emergencia de nuevos paradigmas hasta que uno se impone sobre otro.

No obstante, el ascenso y la declinación de las organizaciones están asociados al fenómeno del ascenso y declinación de los paradigmas del desarrollo predominantes, lo cual no significa que las adecuaciones institucionales a estos modelos son perfectas y automáticas.

En tanto que los cambios de visión del desarrollo son influenciados por las relaciones institucionales preexistentes, por el juego de las fuerzas políticas de cada institución, por las capacidades de recrear nuevos modelos mentales y articular nuevas “nuevas reglas de juego”, por el grado y la forma de interacción de la organización y los actores clave de su entorno relevante. Estas cuestiones son las responsables de que no se dieran las adecuaciones perfectas y las que definen la capacidad de cambio y de desarrollo institucional.

En Argentina existen muchas organizaciones dedicadas a la problemática del desarrollo rural. Entre ellas, el INTA es considerado una referencia obligada en la temática, por su amplitud en la cobertura nacional y experiencia territorial constituye la visión del sector público sobre la extensión y el desarrollo rural.

Por su parte, Alemany plantea la hipótesis de que a través de su historia y bajo la misma carcasa institucional el INTA llevo adelante diferentes proyectos de extensión, que se caracterizaron por presentar e implementar propuestas de asistencia técnica diferenciadas en cuanto a objetivos, audiencia privilegiada, metodologías, actividades

y acciones concretas. Cada uno de estos proyectos respondieron a los distintos paradigmas de desarrollo que se sucedieron a la largo de la historia nacional.

Para el autor esta adaptación a los diferentes modelos de desarrollo explica la continuidad institucional a lo largo del tiempo. Tal característica se suma a la integración de investigación y extensión, que distingue al INTA del resto de las organizaciones similares.

En la historia de la extensión del INTA se puede identificar un primer proyecto institucional: “el paradigma educativo”, que se caracteriza durante los primeros veinte años de su existencia (1956-1976), ya que a partir de allí se produjeron importantes transformaciones que culminaron con la reformulación y la creación de un segundo proyecto institucional: el “transferencista”. Este se mantuvo vigente hasta comienzos de los años 90, a partir del cual se iniciaron cambios tendientes a la “privatización de la extensión” y el desarrollo de nuevas modalidades de intervención.

En la primera década del siglo XXI, en la institución se inició nuevamente un debate, no concluido aún, orientado a reformular el enfoque de trabajo para adecuarse a las nuevas demandas sociales, ambientales y tecnológicas.

En el año 1956, se creó el INTA con el objetivo de ser parte del sistema institucional que instrumentaba la estrategia de sustitución de importaciones, perspectiva que se impuso en América Latina una vez finalizada la Segunda Guerra Mundial y que fue impulsada por el estructuralismo.

Como ya se hizo referencia anteriormente, el enfoque estructuralista consideraba que el deterioro de los términos de intercambio de los países exportadores de materia prima explicaba el atraso y pobreza en los que estaban sumergidos. Así se propuso llevar adelante el desarrollo del sector industrial, a través de un conjunto de instrumentos de política económica que asegurasen protección arancelaria, subsidios al capital y la innovación tecnológica, guiados por una fuerte participación del estado en la producción de bienes y servicios.

En tal contexto era necesario incrementar la producción del sector agropecuario, con lo cual la generación y transferencia de tecnología cumplieron un rol destacado. Así se organizó la investigación y extensión rural, en tanto que el estado pasó a ocupar un rol central en la regulación de la producción y distribución del ingreso entre el campo y la ciudad.

Es importante destacar que en esta etapa de organización de la extensión en INTA, también tuvo influencia la corriente sociológica norteamericana. Esta perspectiva consideraba al “tradicionalismo rural” como el responsable de los bajos niveles de vida y de la limitada producción rural.

En este sentido, este enfoque promovía al desarrollo como un pasaje lineal de la sociedad tipo tradicional-que se caracterizaba por conservadurismo, lazos de afectividad y soluciones tradicionales para los problemas comunes- hacia la sociedad moderna, donde prevalecían los patrones de lucro, neutralidad afectiva, universalismo, especialización y soluciones técnico científicas para los problemas comunes.

Tanto esta perspectiva como la estrategia de sustitución de importaciones, consideraban que era necesario quebrar las resistencias culturales para ingresar a la modernización agropecuaria. Así ambas sostenían que para alcanzar el desarrollo rural se debía implementar soluciones de naturaleza diferenciada, una enfocada al orden técnico y relacionado con objetivos económicos y condiciones de producción y explotación racional de recursos; y otra de orden educacional, vinculada al cambio de mentalidad del campesino para que convierta en alguien apto para la vida moderna.

En este punto, Alemany enfatiza que “organizar una verdadera cruzada educativa, capaz de demostrar los beneficios de la modernidad y ayudar a salir del estancamiento y los bajos niveles de vida del sector rural, fue la misión explícita con que se crea el Servicio Nacional de Extensión del INTA”.

Esta “idea de llevar el Ministerio al campo” fue el motivo por el que se realizó un gran despliegue y cobertura territorial a través de las Agencias de Extensión Rural (AER),

que promovieron el contacto directo con la población rural a través de sus propuestas de trabajo.

En tanto que los encargados de llevar adelante este proyecto educativo, eran los integrantes de las AER: los extensionistas. El equipo de las AERs estaba formado por el jefe de la agencia con formación en ingeniería agrónoma, veterinaria o técnico agrícola; una asesora de Hogar Rural con formación en economía doméstica; un asesor de Clubes 4 A y un técnico agrícola especializado en el trabajo con jóvenes rurales.

Estos equipos lograron construir una cultura extensionista, cuya mística trascendía lo profesional por el sentido social que le imprimían a su trabajo. Así los extensionistas lograron un importante impacto en las familias rurales y alto reconocimiento en el campo: “eran épocas en que ser extensionista del INTA, era mucho más que ser un empleado público, era saber que la sociedad valoraba el rol social y la importancia de su tarea”, asegura Alemany.

Siguiendo visión que se tenía de desarrollo, estas las prácticas de extensión rural se dedicaron al fortalecimiento y construcción de liderazgos locales; a fin de obtener su colaboración de manera de facilitar el proceso de difusión de conocimientos y cambio de mentalidades.

En esta primera etapa, el INTA tuvo como base para su proyecto extensionista a la unidad familiar. Sus intereses estaba puestos en el bienestar de la población rural, que abarcaba lo económico y lo social; sus niveles de alimentación; salud; habitación; vestuario; recreación, etc.

Así llevo adelante propuestas de grupos de hombres para analizar sus formas de producir; grupos de mujeres para tratar los problemas del hogar (Club de Hogar Rural) y grupos de jóvenes (Club 4 A) para iniciar nuevos proyectos y facilitar la sociabilización en las actividades que querían incorporar y transformar.

En esta etapa se destaca la concepción de la educación “bancaria” en estas prácticas. Estas sobresalían sobretodo en el trabajo con jóvenes y mujeres, cuyo objetivo central era acompañar a la población para fortalecer la toma de conciencia de la subordinación existente y ayudar a la transformación.

En tanto que en este periodo se concebía a la comunicación desde el modelo de Información desarrollado por Shannon y Weaver, en la década del 40. Este esquema surgió con el fin de enviar órdenes a los aviones de la Segunda Guerra Mundial y tenía componentes principales al emisor-medio-receptor.

En este sentido el circuito de la información era vertical: del extensionista a los grupos y, una vez definido el líder, del extensionista al líder y de este a su grupo. Sin embargo, con este modelo no se logró el impacto esperado, en parte porque las personas que se elegían como líderes no tenían un liderazgo real en su comunidad, ya sea por la falta de confianza o de acuerdo con la gente para acordar sus necesidades, o por la dificultad de comprensión de las propuestas del extensionista.

En las décadas del 50 y 60 la lenta transformación hacia los niveles tecnológicos que se quería alcanzar fue una preocupación por el estancamiento de la producción agropecuaria, en especial en la zona pampeana.

En toda América Latina se comenzaron a organizar estudiantes, trabajadores y campesinos, y por entonces ya se empezaba a escuchar la necesidad de una reforma agraria. Por entonces, las obras “Educación como práctica de libertad” y “Pedagogía del oprimido” de Paulo Freire, motivaron el trabajo de números militantes, extensionistas y trabajadores sociales.

En los 70 se produjeron cambios importantes en los órdenes político, económico y social en el país. Estas transformaciones obedecían a la internacionalización de las condiciones de producción, que llevó a profundizar la homogeneización de las técnicas productivas, que se extendieron al proceso de modernización de la agricultura, que además tenía como patrón a los modelos de los países centrales.

Algunos especialistas llaman a esta época como el inicio de la “revolución agrícola”, caracterizada por la incorporación de tecnología y el incremento de productividad y de la producción, como fruto del cambio técnico.

En este punto, Alemany destaca que la innovación genética y agronómica es la que produjo el aumento de producción unitaria de maíz, trigo, soja, sorgo y girasol. Esta cuestión es importante porque dio inicio a un nuevo modelo de uso del suelo en regiones importantes como La Pampa Húmeda, que consiste en la rotación trigo-soja lo que permitió obtener dos cosechas por campaña en la misma superficie.

Tal situación de “agriculturización pampeana” se convirtió en el emblema del tipo de modernización de la agricultura argentina, con la generación; transferencia y adopción de paquetes tecnológicos de alto rendimiento.

En este periodo se observan brechas de desigualdad en diferentes zonas, como una constante en este proceso de modernización concentrado en la agricultura pampeana de exportación. Tal situación llevo a la agudización de la crisis socio-económica de las economías regionales y el agravamiento de las condiciones de producción de los agricultores familiares y minifundistas, donde el estado asumió el rol de adaptar la estructura productiva a la división internacional del trabajo, por medio del control de las actividades poco rentables, aunque necesarias para la reproducción del capital.

Así el desarrollo agropecuario se basó en un modelo que tenía como eje articular a la generación y transferencia de los paquetes tecnológicos de los cultivos claves de exportación. En este sentido, por paquete tecnológico se consideraba aquel que correspondía a una línea de montaje, en el cual el uso de una innovación técnica exigía el empleo de una innovación técnica anterior y la utilización técnica de una cierta innovación técnica posterior, por lo que esta combinación no podía ser rota ya que invalidaba los resultados finales de la producción.

En este circuito el estado tenía un papel importante, ya que estos no podían ser patentados ni menos monopolizados por algún propietario en particular.

Estas nuevas perspectivas del desarrollo que se impusieron en el país a mediados de los 70, produjo que en el INTA se revisaran las propuestas de extensión, con el objetivo de aumentar la productividad de los agricultores.

Así en la institución se construyó un nuevo modelo de asistencia tecnológica basada en la transferencia tecnológica, que se asentó en el sector productivista del INTA que durante mucho tiempo convivió con el sector más vinculado a la acción social. Además, internamente este enfoque fue bien recibido debido al contexto vigente en la organización a partir del golpe militar del 76.

Entonces con el objetivo de elevar la productividad de los factores de producción, la nueva propuesta institucional de extensión consistía en la transferencia de paquetes tecnológicos, generados en el ala de investigación de la institución.

Así se debió redefinir el público beneficiario, por lo tanto los extensionistas dejaron de tener como principal objetivo a las familias rurales- de pequeña producción o minifundio- y se concentraba ahora en los productores agropecuarios sobretodo los medianos, sin hacer una diferenciación acabada de estos, los que se consideraban podían absolver la tecnología propuesta.

A partir de entonces, el INTA concibió a la extensión como parte de la secuencia de los procesos de generación, difusión y adopción tecnológica de acuerdo a un modelo lineal y descendente.

También es importante recalcar el lugar de la investigación en el INTA, que se organizó sobre la base de productos, es decir por la constitución de “sets” de ideas preconcebidas de validez universal que debían ser acumuladas y finalmente “depositadas” en el productor.

Estas ideas aún perduran en la cultura y pensamiento institucional, además que promovieron la separación de las áreas de investigación y extensión que se

organizaron como áreas independientes y muy centralizadas, y que en todavía en la actualidad no se pudo superar (salvo algunas excepciones).

En tanto que la planificación del trabajo de extensión estuvo centralizada en el Dirección Nacional de Extensión, de manera de asegurar que los programas de difusión implementados por las agencias respondieran a los objetivos que desde la nación se bajaban. Así la tarea del extensionista consistía mas en ver cómo se enganchaba en los programas nacionales, que en detectar problemática locales.

De manera de hacer efectiva esta nueva propuesta se incorporó masivamente becarios, cuyos perfiles respondieran a la acción de transferencia tecnológica, y así en los 80 las prácticas de extensión en el INTA se modificaron sustancialmente.

Esta nueva propuesta priorizaba las tareas para la generación del conocimiento, lo que provocó conflictos que se agudizaron por la planificación centralizada que no tenía contacto con la realidad, que los técnicos debían enfrentar cotidianamente.

En tanto que en las comunidades se mantenía la imagen del anterior modelo totalizador que comprendía la problemática agraria, y así las agencias siguieron siendo las receptoras de todas las problemáticas que aquejaban a las familias rurales.

A mediados de los 80, en el INTA se inició un proceso de reformulación conocido como INTA II. Con el objetivo de desburocratizar y adaptar la organización al nuevo contexto democrático del país, se diseñó una estrategia basada en tres ejes fundamentales: descentralización, participación e integración.

Para promover la descentralización se otorgaron responsabilidades a la organización regional, creando los Consejos de Centros Regionales con la participación de actores sociales involucrados en el desarrollo. Esta incorporación se debía a la necesidad de asumir la heterogeneidad de los territorios y lograr captar las diferentes demandas, como así también impulsar acuerdos de integración con otras instituciones del medio.

En este periodo, la comunicación tomó el mismo enfoque difusionista de otras décadas, y se centró en el esquema de emisor y receptor. Con la vuelta a la democracia este enfoque convivió con otros que incluían una mayor participación de los agricultores, sobre todo en aquellas zonas donde primaban los pequeños productores minifundistas.

Hacia la década de los 90 en el país se inició una reforma económica que se dirigió principalmente a la aplicación de políticas de ajuste estructural, a fin de resolver desequilibrios externos y crisis fiscal, la que alcanzó a su máxima expresión cuando se agotó la posibilidad de seguir financiando los recurrentes déficits mediante la emisión monetaria, que provocó sendos procesos inflacionarios.

En este periodo la reforma económica que se impulsó alcanzó una gran transformación, no solo en el orden económico sino también social por lo que consiguió imponer un nuevo paradigma en el pensamiento económico y en la forma de ver el funcionamiento del estado.

En tal sentido, se abandonó la estrategia de sustitución de importaciones de matriz keynesiana, y se definió una nueva forma de intervención estatal y de distribución del ingreso con bases neoliberales.

Desde esta nueva perspectiva, se concibió al estado como un problema y se adjudicaba la crisis económica al proteccionismo de otras épocas; a la excesiva intervención; a la inmensidad del aparato público y a la insuficiente decisión política por mantener la disciplina fiscal. Estas fueron las principales causas que dieron sustento al proceso de apertura y reforma de la economía, que promovió la reforma del rol del estado y la reducción del aparato público.

Este nuevo contexto dio origen a un nuevo modelo de desarrollo, donde se excluía a gran parte de la sociedad que se configuró en una nueva categoría social: los nuevos pobres. En tanto que la tradicional estructura social argentina formada por la clase

media, se quebró y se avanzó hacia una sociedad con sectores sin posibilidad de acceso al nuevo sistema productivo y sus beneficios.

Cabe destacar que el nuevo paradigma económico estuvo determinado por lo que sucedía en el contexto internacional, lo que provocó la ruptura del equilibrio que existía entre las políticas macro económicas y las políticas agrícola/agraria. Tal situación, hizo que por parte del estado casi desapareciera el interés por las cuestiones de política sectorial y regional, y se convirtieron en intereses secundarios frente a los esfuerzos por mantener un tipo de cambio fijo.

Tal hegemonía de la macroeconomía frente a la política agrícola/agraria, provocó que esta última se adapte a la dinámica de la competencia internacional, en áreas de la sanidad agropecuaria y calidad comercial, la promoción de las exportaciones y la innovación tecnológica.

En tal contexto se impuso en el INTA la necesidad de plantearse esta nueva visión del desarrollo, de manera de responder a los nuevos requerimientos de innovación tecnológica y se desencadenó en nuevos debates sobre la organización interna de la institución.

Así se impulsó la separación de la investigación de la extensión, privatizando y provincializando esta última. Acorde al ajuste estructural que desde la economía se promovía y la retirada del estado de la escena, hacía presumir que se podía prescindir de la extensión en el INTA con el argumento de que no era posible que en una misma organización se genere tecnología de punta y al mismo tiempo administre programas sociales.

En tanto que en la práctica, la respuesta institucional fue resistir en los espacios que en otras épocas se ocupaba. Así la presión externa permitió lograr una unidad interna en la organización y construir una estrategia, que reconocía que en la articulación público privada estaba el nuevo reposicionamiento público, concebido como instrumento capaz de actuar como complemento de la actividad privada para la promoción del desarrollo.

En el INTA se definió que se daría respuestas a las demandas de las cinco grandes audiencias institucionales: productores minifundistas, pequeña y mediana empresa rural, mediana y gran empresa, la agroindustria y los sectores carenciados con insuficiencia alimentaria.

Cada uno de estos actores requería una estrategia de intervención específica. Mientras que para la gran empresa y las agroindustrias era necesario establecer como estrategia la transferencia tecnológica y convenios de vinculación tecnológica; para los demás actores se privilegiaban las propuestas participativas que favorezcan a la toma de decisiones en ámbitos grupales y capacitación de adultos.

De esta manera, los programas y proyectos se convirtieron en herramientas metodológicas que contenían a estos actores y sus demandas. Así se crearon el Programa Social Agropecuario (PSA), el Programa Federal de Reconversión Productiva para Pequeños y Medianos Productores (Cambio Rural) y el Proyecto Integrado de Autoproducción Alimentaria (Prohuerta), que todos juntos formaron la nueva estrategia de intervención del estado en el sector agropecuario.

Puntualmente el INTA consiguió gerenciar a Cambio Rural y Prohuerta, que junto al trabajo que desde el programa Minifundio se estaba llevando a cabo desde 1987, crearon el cuerpo operativo de la propuesta de extensión. No obstante, la institución participó del desarrollo operativo del PSA con el que se vinculó institucionalmente en las diferentes regiones, al igual que con otros programas que apuntaban a la solución de las diferentes problemática territoriales de los productores, empresas y de las cadenas agroalimentarias.

La creación de estos programas de intervención produjo importantes tensiones en el proceso descentralizador impulsado en el INTA. Esto llevo a la resolución de una nueva ecuación de programas nacionales/ proyectos regionales, que dio lugar a la continuidad del debate abierto de descentralización/centralización de los 80.

En la práctica, estos nuevos programas de intervención se acoplaron a las agencias, lo que generó contradicciones internas entre la “extensión tradicional” y la influenciada por estos programas. Sin embargo, según Alemany esta tensión era producto de algo más profundo: se planteaba si la extensión podía hacer posible cambios endógenos y como consecuencia, introducir elementos de cambio exógeno capaces de desencadenar la transformación institucional.

No obstante, lo que predominó en la organización en esta etapa fue el ajuste permanente, -que se tradujo en reducción presupuestaria y de personal- que repercutió en la transformación del sistema, y sumado al predominio de las políticas macroeconómicas, perjudicaron el reposicionamiento de la extensión como una de las prioridades institucionales.

En tanto que la estrategia defensiva del INTA consiguió mantener vigente a la extensión rural, sin que se haya podido privatizar o eliminar esta área de la institución. Fueron los programas mencionados los que contribuyeron a reconocer la complejidad de las demandas territoriales de los distintos actores y así la necesidad de reconsiderar la totalidad de los aspectos productivos, económicos, culturales y organizativos.

Cabe destacar-además-que en esta década el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) relativizó el PBI como única medida del desarrollo, y propuso a cambio el índice de Desarrollo Humano que rescata indicadores sociales y dimensiones como condiciones y expectativas de vida.

Así redefine al desarrollo como un proceso de ampliación de la capacidad de elección de la gente, que implica potenciar las capacidades existentes e identificar las oportunidades a las que las comunidades puedan acceder.

De estas influencias se extrajo la convivencia del esquema de comunicación difusionista con otras perspectivas, como educación y comunicación popular; estudios etnoculturales; el desarrollo de sistemas sustentables de agricultura familiar;

investigación acción participativa, entre otros que dieron lugar a nuevas herramientas al trabajo cotidiano de los extensionistas en terreno.

A comienzo del siglo XXI, el modelo que imperó a la década de los 90 colapsó en sus bases conceptuales e ideológicas, debido a una serie de acontecimientos sociales y políticos a los que le sucedieron a la corrupción generalizada; el poder económico concentrado; la exclusión social; el desmembramiento de la red de solidaridad social; la atomización y deserción del estado, fueron las causas que los autores coinciden en señalar como las que afectaron a la representatividad política en sus bases y provocaron la caída de las propuestas económicas neoliberales.

En tal sentido, la humanidad toda estaría transitando un cambio de época que los especialistas en relaciones internacionales llaman Transición Intersistémica.

Gran parte de los autores señalan que no es posible hablar de orden cuando no hay un régimen claro, cuando las reglas no son a largo plazo y sobre todo cuando la hegemonía está más que repartida.

No obstante, Dallanegra Pedraza⁵⁸ asegura que es posible pensar en un tipo de orden que media “la decadencia de un sistema y la emergencia de uno nuevo”. El autor aclara que en esta etapa convive el “estigma del viejo sistema y su orden correspondiente, debido al eco que queda de las viejas reglas y las características de funcionamiento sistémicas, y el enigma del nuevo sistema y su orden correspondiente, por el desconocimiento y la falta de acuerdo o de capacidad para imponer las nuevas reglas”.

En tanto que los especialistas señalan que las características que distinguen a esta etapa son:

⁵⁸ Dallanegra Pedraza, Luis (1998). *El orden mundial del siglo XXI. Una teoría sobre el poder y el orden mundial desde una perspectiva realista-sistémica-estructural*. Buenos Aires: Ed. de la Universidad. Buenos Aires.

-El antiguo sistema no tiene vigencia, por la decadencia en que se encuentra; pero tampoco el nuevo sistema porque está emergiendo.

-No hay una configuración de poder consolidada, porque es endeble.

-Ninguno de los actores polarizadores tiene el poder para imponer las reglas del juego en cada uno de los ejes donde se asienta el orden. Tampoco existe acuerdo sobre cuáles deben ser las reglas.

-Suceden cambios a un ritmo que superan la estabilidad de cualquier sistema. La rapidez de estas transformaciones se deben a que: emergen nuevos actores; la decadencia de viejos actores polares y emergencias de nuevos factores, por ejemplo el caso de las comunicaciones.

En la actualidad, el escenario que el autor relata es la pugna de los actores hegemónicos por establecer las reglas de los segmentos que componen al Eje Económico.

Mientras tanto, si hay pugna por imponer el orden es difícil hablar de orden, sin embargo aunque las reglas sean inestables y de corto plazo, éstas constituyen el orden de la transición intersistémica.

No obstante, otros algunos autores como De Souza Silva afirman en sus estudios sobre el Proyecto “Nuevo Paradigma”, que la génesis del actual cambio de época debe asociarse a tres revoluciones: sociocultural, económica y tecnológica, cuyos cruces actúan como promotores de cambios.

Por su parte, el autor Ricardo Dominic Thornton⁵⁹ sostiene que “una época cambia cuando se transforman cualitativa y cuantitativamente las relaciones de producción,

⁵⁹Thornton, Ricardo Dominic (2006). El contexto del debate: cambios, paradigmas, escenarios, integraciones e intervenciones. En *Los '90 y el nuevo siglo en los sistemas de extensión rural y transferencia de tecnología públicos en el Mercosur*. Buenos Aires: Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria.

de poder, de experiencia humana y de cultura. Ya no sirven las antiguas premisas y enfoques tradicionales para entenderla, menos aun para explicarla. El cambio al que nos estamos refiriendo tiene en la globalidad uno de sus referentes principales”.

En tal sentido, el autor destaca que la globalidad abarca múltiples dimensiones- económicas, políticas-institucional, cultural, tecnológica y físico-ambiental. Este proceso totalizador además abarca el mismo modelo de desarrollo sustentable, propuesto como alternativa superadora, como así también el modelo democrático como política contenedora y en tanto que en lo económico se propone la ideología capitalista.

Desde esta perspectiva, la globalización se plantea como un hecho totalizador y planetario que refleja un movimiento global de integración cultural y económica, provocado por la revolución tecnológica de las comunicaciones y transportes, la consolidación del capitalismo y el ajuste estructural sobre sistemas económicos a escala global.

En tanto que los distintos sucesos políticos y económicos destacados de las últimas décadas del siglo XX, promovieron que se reduzca el significado de lo rural solo a las actividades agropecuarias del sector y reconociendo en éste como mano de obra barata. Así es que se reconoce a la década del 90 como la de la exclusión social, lo que contribuyó a que el desarrollo y la extensión rural no estuvieran en la agenda de los gobiernos.

La exclusión también se manifestó en el acceso a la tierra, la vivienda, la educación, la comunicación, la salud y la justicia. Estas problemáticas afectaron –y siguen afectando- a las zonas rurales, lo que explica que los proyectos de desarrollo rural en la actualidad buscan facilitar el acceso a estos recursos o servicios.

Para Thornton una opción que tienen los países de la región para insertarse en la globalización y minimizar sus impactos negativos, es tomar al MERCOSUR como escenario de acción y aprendizaje. El especialista observa al bloque como “un tejido

interesante y complejo de regiones especializadas, con condiciones particulares de patrimonio étnico, cultural, social y natural, que determinan el objeto de una política rural sustentable.”

En tanto que el cambio de paradigma que dejó los 90 también tuvo como consecuencia que de a poco se deje de hablar de agricultura como sinónimo de rural, para ampliar la perspectiva a ruralidad.

Según señalan los autores, este enfoque parte de la definición de la ruralidad como “una condición y característica asociada a territorios que tienen, en esencia, una construcción de orden histórico y social, como procesos prolongados de conformación de sociedades y organizaciones territoriales”.⁶⁰

La perspectiva de territorios construidos se sustenta en que en la región se transita hacia una nueva lectura de la ruralidad y de las acciones consecuentes que deben llevarse adelante. En tal sentido, las interrelaciones urbanas y rurales aparecen como una estrategia clave para proporcionar una mirada más amplia de todos los actores que conforman y construyen el territorio.

No obstante, esta nueva visión sobre los territorios es muy reciente y según el autor hoy representa más una construcción teórica que una realidad. En este sentido, el MERCOSUR aparece como el escenario que el nuevo siglo ofrece para el desarrollo de los territorios, que a pesar de sus fortalezas y debilidades cuenta con “condiciones particulares de patrimonio histórico, humano, social y natural que determinan el objeto de una política rural”.

Cabe agregar que el autor sostiene que existen áreas en las que se requieren un gran esfuerzo para superar la pobreza como: mayor equidad en el acceso a activos productivos y sociales; promoción de oportunidades en economías eficientes y dinámicas; paz y seguridad para las poblaciones más vulnerables; mayor participación democrática; garantía de sostenibilidad productiva en armonía con el ambiente, y

⁶⁰ Thorton, Ricardo Dominic Op. cit. pág. 40.

educación y capacitación para entender, aprovechar e implementar acciones transformadoras de sus realidades.

Después de la crisis del 2001, se inició en el país un periodo de transición política, social y económica en el cual se abren los debates para establecer un nuevo modelo de desarrollo.

En tanto que en el INTA, se inició un proceso de revisión de su proyecto de extensión para lo cual se formó un equipo de trabajo con el objetivo de comenzar a reflexionar sobre las funciones, roles, estrategias y propuestas de trabajo.

La propuesta de transformación del sistema de extensión, reconoce la necesidad de producir una transformación en la institución que reoriente los conceptos, enfoques y metodologías de trabajo.

Entre sus propósitos se encuentra la promoción de la innovación tecnológica y organizacional más que la incorporación de tecnología; el desarrollo de capacidades de los actores más que el aumento de la producción y el fortalecimiento de la competitividad sistémica regional en un ámbito de equidad social más que eficiencia individual.

En relación a esta propuesta se deduce que la intervención estará concentrada más en la calidad del proceso y la capacitación de los actores intervinientes durante el mismo, y no solo en el producto de la innovación.

En tal sentido lo que se puede observar en esta propuesta es que hay una articulación entre extensión e investigación, en los procesos que conducen a la innovación, aunque sin embargo este proceso es reciente y aún está en pleno desarrollo.

La actual coyuntura promueve la necesidad de rever las visiones del desarrollo rural en pos de una nueva ruralidad emergente. En este sentido, Alemany sostiene que los fundamentos de la nueva ruralidad son “el progreso humano como objetivo central de

la sociedad, el fortalecimiento de la democracia y la ciudadanía, el crecimiento económico con equidad, la sostenibilidad del desarrollo superando el enfoque compensador y asistencial, y el capital social como sustento fundamental para el diseño de estrategias”.

Estas cuestiones otorgan importancia a lo local, a la necesidad de relevar las capacidades territoriales para su ordenamiento y gestión, descentralizar en la decisión de la asignación de los recursos y promover la participación de la población en el diseño, formulación y ejecución de los programas y proyectos.

Por su parte, Marcelo Sili⁶¹ plantea que en la actualidad la sociedad comprende que el desarrollo rural no es una problemática exclusiva de los campesinos, sino un problema nacional que afecta a todos los habitantes de un país.

El autor propone como eje de análisis no a la agricultura sino al desarrollo integral de los territorios rurales que abarca “el problema del empleo, el éxodo rural, la situación de las infraestructuras y el equipamiento, la cultura rural, la visión y las formas de vida de la gente en las áreas rurales, el modelo de desarrollo puesto en marcha en las últimas décadas.

Desde este punto de vista, la cuestión central es cómo construir un modelo y un paradigma de desarrollo para los territorios rurales que permita diversificar los sistemas productivos, mejorar la calidad de vida de la gente y los equilibrios sociales y territoriales de la Argentina.

Además Sili sostiene que una de las causas del “desequilibrado desarrollo” en América Latina y en particular en la Argentina, es la falta de una concepción territorial e integral del mundo rural, que incluya sus sistemas culturales y productivos. No obstante- después de cuatro décadas del proceso de modernización conservadora-, los espacios

⁶¹ Sili, Marcelo (2005). *La Argentina Rural. De la crisis de la modernización agraria a la construcción de un nuevo paradigma de desarrollo de los territorios rurales*. Buenos Aires: Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria.

rurales reaparecen en este nuevo siglo como “espacios estratégicos”, como territorios capaces de crear procesos de innovación y desarrollo.

En tanto que este proceso de revalorización obedece, según esta perspectiva, a tres hechos fundamentales:

-“El desarrollo de los territorios rurales debe estar basado en la valorización integral de los recursos rurales y no sólo la agricultura y la ganadería. Se va tomando más conciencia que el crecimiento de la producción agraria y el desarrollo de las áreas rurales no son sinónimos, es más, muchas veces son contradictorios.

-En segundo lugar, se comienza a comprender el funcionamiento del territorio como un sistema en donde todas las variables están articuladas y condicionadas mutuamente. Esto supone comprender que la competitividad económica, social y política no es un asunto solamente sectorial (ni agrícola), sino eminentemente territorial.

-En tercer lugar, frente a un aumento considerable de la deslocalización (producto de la globalización) el territorio se revaloriza como elemento esencial en la vida de los hombres, como sustento de la identidad y la cultura no uniformizada. Los territorios se están reconstruyendo y resignificando permanentemente a fin de encontrar sentidos que le permita mantener el mayor grado posible de identidad”.

Paralelamente a este proceso, se observa un cambio en el discurso científico, social y político sobre el mundo rural. Este nuevo discurso apunta hacia la valorización del patrimonio territorial rural; al mantenimiento del tejido social; al equilibrio de los territorios; al medio ambiente; a la vida en los pueblos; entre otras cuestiones que explicitan la diferencia entre lo agrario y lo rural.

Estas cuestiones motivaron a una revisión del concepto de extensión rural en la región. En tanto de un documento del Centro Latinoamericano para el Desarrollo Rural⁶², se desprende que:

“Tradicionalmente la extensión se entendía como sinónimo de asistencia técnica o transferencia de tecnología, sin embargo esta concepción ha terminado por distanciar a las instituciones de las necesidades e intereses de los habitantes rurales.

Desde hace un tiempo se propone un nuevo concepto de extensión que la considera como un sistema que debe facilitar el acceso al conocimiento, información y tecnologías a agricultores y sus familias, sus organizaciones y otros actores del mercado; facilitar su interacción con contrapartes en investigación, educación, agro negocios y otras instituciones relevantes; y asesorarlos para que desarrollen sus propias habilidades y destrezas técnicas, organizacionales y de gestión”.

En tanto que en el INTA hoy se asume a la extensión rural como un proceso educativo, “en tanto constituye una práctica intencional que acompaña y estimula el análisis y la reflexión para transformar la realidad de los productores familiares, empresariales agropecuarios, pobladores rurales, emprendedores y jóvenes. La extensión rural gira en torno a un proceso de diálogo en el que los saberes disciplinares forman una trama con los saberes locales para la construcción de nuevos saberes, en los que la teoría y la acción se articulan en una práctica superadora”.⁶³

A futuro en la institución se asumen como desafíos fortalecer sus capacidades en las ciencias sociales; mejorar el abordaje integral de los requerimientos en organización, comunicación, capacitación, tecnología, producción, comercialización y financiamiento de los distintos actores; desarrollar tecnologías sociales; profundizar el grado de compromiso y participación de los ámbitos de participación institucionales (Consejos

⁶² Centro Latinoamericano para el Desarrollo Rural. RIMISP (2010). *Experiencias Innovadoras en Extensión Rural en América Latina*. Recuperado de www.rimisp.org

⁶³ Catullo, Julio Cesar y Torres, Guillermo (2010). Innovación Tecnológica y Extensión Rural para el Desarrollo Sustentable de los Territorios en Experiencias Innovadoras. *Extensión Rural en América Latina*. Recuperado de www.rimisp.org

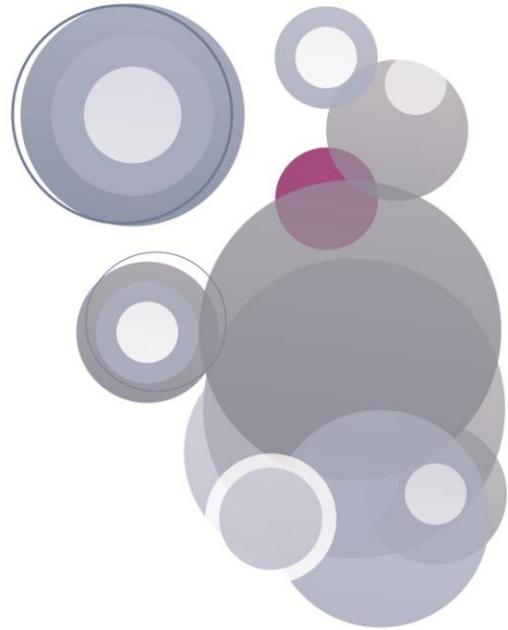
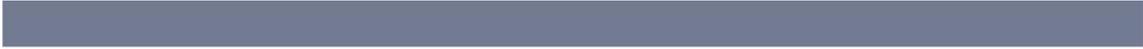
Asesores); continuar con la formación continua de los recursos humanos; garantizar la formación holística de los gerentes institucionales; revisar y actualizar métodos y estrategias de formación y de capacitación para productores y profesionales, operarios y jóvenes; fortalecer las actividades en la economía social, y potenciar las estrategias de vinculación con otros organismos.

Es interesante poder leer estos desafíos desde la perspectiva que propone José de Souza Silva⁶⁴, que reconoce que “no se puede educar ni transformar la realidad con respuestas sino con preguntas”.

Cabe destacar que para el autor desarrollar o no desarrollar, no es cuestión. Después de siglos de progreso y décadas de desarrollo, la humanidad nunca estuvo tan desigual en particular en la Latinoamérica, la cual reconoce como la región más desigual del mundo.

Entonces Souza Santos concluye que “si aspiramos al buen vivir—y no al desarrollo— como fin en el mundo rural, la escuela transformadora de Antonio Gramsci, el pensamiento creativo de Simón Rodríguez y la pedagogía de la pregunta de Paulo Freire ofrecen caminos prometedores”.

⁶⁴ Souza Silva, José (2010). *La pedagogía de la pregunta y el día después del desarrollo. Hacia la educación contextualizada para construir el buen vivir en el mundo rural latinoamericano*. Trabajo presentado en III Congreso Nacional de Educación Rural, Red Nuevo Paradigma para la Innovación Institución en América Latina, en Medellín, Colombia.



La Práctica.
Agencia INTA Monteros

I. Las prácticas de comunicación

Como ya se mencionó en el apartado **Introducción**, en el INTA existen distintas nociones de comunicación: comunicación institucional; comunicación para el desarrollo; comunicación estratégica; comunicación popular que acompañan las prácticas de extensión rural en los distintos territorios.

No obstante, a pesar de la trayectoria histórica del INTA en la temática no hay a nivel nacional ni regional políticas en comunicación, sino más bien acciones que se traducen en los territorios y acompañan las prácticas institucionales según las necesidades de investigación y/o de extensión.

Puntualmente en este caso de la agencia de Monteros, se observa que estas nociones de comunicación aparecen mezcladas e involucradas en los métodos y estrategias de extensión de sus miembros.

Sin embargo, es importante destacar que en la agencia no existe un componente específico en comunicación que se denomine como tal y que pueda objetivar un proyecto específico en esta área.

En tanto que de lo relevado surge que las cuestiones de comunicación están centralizadas en la Estación Experimental Agropecuaria (EEA) Famaillá, la cual cuenta con un área específica formada por dos comunicadores.

Las iniciativas que desde el área surgen están relacionadas con cuestiones que hacen a los quehaceres institucionales, como organización de eventos; edición de un boletín de noticias electrónico; difusión de información de interés general y técnico; diseño grafico; contralor de las normas de diseño INTA, entre otras cuestiones cercanas a la noción de comunicación institucional concebida desde la organización⁶⁵.

⁶⁵ Para más información ver el apartado **V.III. La Comunicación en el INTA: perspectivas y líneas de trabajo**, en la sección de **Introducción** de la tesis.

En tal sentido, el área de comunicación de la experimental es el tamiz por el cual pasa todo lo que pasa institucionalmente en comunicación. De esta manera, centraliza desde el diseño gráfico de los materiales que circulan, hasta la difusión interna y de adentro hacia afuera de la información, generando-así-coherencia en los estilos y uniformando la comunicación.

En el caso de la agencia, no cuenta con un profesional del área que sistematice y promueva formalmente acciones específicas en comunicación. Para estas cuestiones, debe remitirse a la estación experimental, por ejemplo para la difusión de alguna noticia o el diseño de materiales de distribución, como invitación o papelería en general.

No obstante, los miembros de la agencia promueven cotidianamente acciones en comunicación que gestionan y echan andar (también) en sus prácticas de extensión. La cotidianidad y de sus relaciones; la cercanía geográfica de sus vínculos; proyectos interinstitucionales y su participación asidua en diferentes programas de radio, son algunas líneas de acción en comunicación que se llevan adelante y hasta distinguen a la agencia del resto de la región.

Cabe resaltar además de estas líneas que caracterizan el accionar de la agencia, que existe desde el Proyecto Regional Tucumán Sur una voluntad de tomar a la comunicación entre sus líneas estratégicas. Esta tesis se propone-entonces- a través de la objetivación de la información obtenida en el campo, plantear una propuesta de acciones que posibiliten potenciar a la comunicación como motor de políticas públicas.

A fin de objetivar las nociones, métodos y estrategias de comunicación y extensión que la Agencia de Extensión Rural Monteros promueve en sus prácticas, se inicio la investigación en el campo, la cual permitió tomar contacto con los miembros de la agencia; promotores; referentes de organizaciones; autoridades del gobiernos local; medios de comunicación y productores.

En este sentido, se utilizó las siguientes herramientas: entrevistas de profundidad; observación participante; talleres; análisis de los productos comunicacionales y memorias las cuales permitieron obtener datos que a lo largo de este apartado se presenta.

Finalmente para leer y ordenar la información de este proceso de investigación, se utilizó como categorías principales a Comunicación y Extensión, y otras que circulan entre ambas y que a los objetivos centrales de esta tesis se las llama subsidiarias como Desarrollo; Territorio; Intervención y Educación.

II. Las Políticas, Acciones y Actores de la AER Monteros

Con el propósito de conocer cómo los miembros de la agencia y los actores involucrados en sus prácticas construyen la comunicación y la extensión, se partió de identificar- a modo de recapitulación-los objetivos, estrategias y líneas de acción que ellos mismos expresan y que aparecen en los documentos institucionales.

Estas políticas, estrategias, acciones y actores que a continuación se expone, conforman el escenario donde rastreó las nociones, métodos y estrategias de comunicación y extensión.

Objetivo Fundacional ⁶⁶	<i>“Contribuir al desarrollo local, mejorando la producción de la zona y la calidad de vida de la familia rural, en un marco de referencia de equidad social, defensa y conservación del ambiente”</i>
Ejes Estratégicos ⁶⁷	<p><i>-Organización y capacitación de los productores y sus familias particularmente de los jóvenes rurales</i></p> <p><i>-Transferencia de tecnología para aumentar la eficiencia de la producción de caña de azúcar</i></p> <p><i>-Búsqueda de alternativas productivas para la diversificación del uso de los recursos disponibles en el medio rural y el incremento del ingreso familiar</i></p>
Actores Internos ⁶⁸	<p><i>Juan Manuel Maccio (Jefe de la AER)</i></p> <p><i>Edgardo Sánchez Tello (a cargo de los programas Minifundio y Prohuerta)</i></p> <p><i>José Logarzo (a cargo del programa Cambio Rural)</i></p>

⁶⁶ Este objetivo remite a la fundación de la agencia, según data en una publicación aniversario de la misma. Para más información remitirse al capítulo **VI.III.II Agencia de Monteros**, en la sección de **Introducción**.

⁶⁷ Desde en el documento aniversario surge que la agencia construyó sus líneas de acción en base a estos tres ejes. Para más información remitirse al capítulo **VI.III.II Agencia de Monteros**, en la sección de **Introducción**.

⁶⁸ Se llama actores internos a los miembros de la agencia, es decir aquellos que están directamente ligados a la institución contractualmente y porque son los encargados en gestionar las acciones en el territorio.

<p>Instrumentos de Intervención⁶⁹</p>	<p><i>-Cambio Rural Caña de Azúcar</i>⁷⁰</p> <p><i>-Prohuerta</i>⁷¹</p> <p><i>-Minifundio en Floricultura</i>⁷²</p> <p><i>-Trabajo Interinstitucional</i></p> <p><i>-Asociación Civil de Desarrollo Territorial (Plan Estratégico de Desarrollo Territorial; Centro de Desarrollo Emprendedor; Vivero Forestal, otros)</i></p>
<p>Actores con que trabaja</p>	<p><i>-Gobierno Local: Municipalidad de Monteros (Intendencia; Dirección de Producción y de Empleo; Red de Mujeres; Programa de Familia y Nutrición, y Programa de Alfabetización para Adultos) y Municipalidad de Simoca (Dirección de Producción y de Turismo). Comunas: en Monteros (Amberes; León Rouges;</i></p>

⁶⁹ Dentro de las estrategias del Sistema de Extensión, el INTA cuenta con el Programa Nacional de Apoyo al Desarrollo de los Territorios. A su vez este programa tiene diferentes estrategias de trabajo según el tipo de población a la cual se dirige: Programa Federal de Apoyo al Desarrollo Rural Sustentable (ProFeder), marco de articulación de los subprogramas Cambio Rural, Profam, Minifundio, Pro-Huerta, y otras iniciativas locales. Para más información remitirse al capítulo **V.I. Sistema de Extensión**, en la sección de **Introducción**.

⁷⁰ En este programa trabajan conjuntamente grupos de productores, un asesor técnico privado y profesionales del INTA, a fin de promover la búsqueda de alternativas que permitan incrementar los ingresos, elevar el nivel de vida, generar nuevas fuentes de empleo, retomar el proceso de inversión y posicionarse mejor en los mercados. En el caso puntual de la agencia, se trabaja con productores cañeros ya que el cultivo es el que prima en la región y el que caracteriza a la provincia. Para más información remitirse al capítulo **V.I. Sistema de Extensión**, en la sección de **Introducción**.

⁷¹ El Prohuerta es un programa basado en los principios de la agricultura orgánica, con fuerte penetración territorial y valoración social. Trabaja en la incorporación de técnicas de seguridad alimentaria y de alimentos frescos en la dieta de hogares nacionales. Para más información remitirse al capítulo **V.I. Sistema de Extensión**, en la sección de **Introducción**.

⁷² Este programa trabaja con el objetivo de propiciar acciones para mejorar los ingresos y calidad de vida de los minifundistas, sobre la base de un desarrollo auto sostenible, que permitiría ampliar las posibilidades de capitalización de las explotaciones agropecuarias en las economías regionales. Para más información remitirse al capítulo **V.I. Sistema de Extensión**, en la sección de **Introducción**.

Villa Quinteros; Soldado Maldonado; Sargento Moya; Teniente Berdina; El Cercado; Capitán Cáceres; Los Sosa; Acheral y Río Seco) y en Simoca (Santa Cruz de la Tuna; Pampa Mayo; Cuidacita y Yerba Buena).

-Ingenios (Ñuñorco; Santa Rosa; Providencia).

-Cooperativas (Ibatín; CODEMONT; La Maravilla; Don Pedro; La Agraria).

-Grupo de Productores: Cambio Rural; Minifundio y Prohuerta.

-Promotores.

-Escuelas: en Monteros (Escuela Especial; 281 Yonopongo; 319 La Florida; Isauro Arancibia Los Sosa; 237 La Ciénaga; 297 El Churqui; Oran; Gaucho Güemes y Mariano Ariza), en Simoca (266 de Yerba Buena; 391 Lomas de Cuidacita; 16 Valderrama y Escuela Media de Monteagudo) y en Leales (Especial de Santa Lucía de Villa Fiad).

-Centro de Atención Primaria de la Salud (CAPS): Santa Cruz; Río Seco; Sargento Moya; Los Costilla; Yonopongo; Teniente Berdina; Hospital de Santa Lucía y El Churi.

-Centro Integrador Comunitario (CIC): Monteros; León Rouges y Río Seco.

-Medios de Comunicación: en Monteros FM Municipal; en Simoca

	<i>FM Sensación y Sinetic, y en Amberes Radio Comunitaria.</i>	
Iniciativas en Extensión	<i>Gobierno Local</i>	<p>Hay una relación directa con la Municipalidad de Monteros, ya que son socios en la Asociación Civil donde se canalizaron proyectos como: el Plan de Desarrollo Productivo de la Micro Región de la Cuenca del Río Valderrama; la producción de un Vivero Forestal (recientemente aprobado); el Centro de Desarrollo Emprendedor del Programa Jóvenes Emprendedores Rurales.</p> <p>Además la agencia cuenta con un convenio que trasciende las gestiones políticas de los intendentes y data de la década del 80 hasta hoy.</p> <p>En cuanto al área de Producción se contribuye con datos para la formulación de proyectos de miel de caña y pollos.</p> <p>En cuanto a la Red de Mujeres</p>

		y los otros programas, las actividades son: entrega de semillas y otras de capacitación en huerta, granja, cocinas ecológicas. En tanto que la Municipalidad de Simoca, le ha otorgado un espacio en la feria para entregar de semillas, capacitación y atender consultas.
	<i>Ingenios</i> ⁷³	Capacitaciones y reciben algunas consultas.
	<i>Cooperativas</i> ⁷⁴	Capacitaciones y reciben algunas consultas. Durante los meses de abril y agosto se les

⁷³ El cultivo de caña de azúcar es característico e histórico de la provincia. Los ingenios son uno de los principales actores del sector, con lo cual es importante rescatar aquí el contexto de la actividad cañera. En uno de los primeros talleres que se realizó con los miembros de la agencia, surgió que los ingenios deben mantener la producción constante con lo cual selecciona a los cañeros que los ayudan al inicio de la zafra. En este sentido, es selectivo en su comportamiento y elige al productor grande que lo acompaña todo el año, aunque cabe aclarar que no prioriza a ningún productor por encima de sus propios intereses: la prioridad del ingenio es su propia actividad. En tanto que el mediano y pequeño productor, solo les sirve como variables de ajustes para promediar o favorecer la baja producción de otro sector. Es importante agregar que la producción de caña de estos productores suele ser de mejor calidad, y una de las razones es por el poco volumen de superficie que manejan, lo que les permite trabajar mejor. En ciclos de donde el precio del azúcar está en baja, afecta a su trabajo pero no se conoce en exactitud cuánto. De parte del ingenio, el productor solo recibe el azúcar y no el resto de los subproductos.

⁷⁴ Las cooperativas son otros de los actores de la actividad cañera que es importante contextualizar. En tal sentido, estas organizaciones dependen de los ingenios en la asistencia financiera y de los insumos -como urea y agroquímicos- durante el periodo inter zafra. En cuanto a la comercialización de azúcar cada cooperativa tiene sus canales propios en el mercado local y en el nacional, como las de Monteros y las otras solo en el local. Actualmente, las cooperativas están perdiendo influencia en el sector por un descredito de los mismos asociados debido a la corrupción y mal manejo en general. A esto se suma que reciben por parte del estado una presión impositiva, que se traduce en el mismo trato que cualquier empresa privada, con lo cual se ven debilitadas en sus gestiones. Es importante destacar que la Liga de Cooperativas Cañeras que se fundó en abril del 86 – año que se abre la agencia de Monteros como delegación a cargo del Ing. Maccio.

		<p>deja el rendimiento fabril. Cabe destacar que los actuales dirigentes- a excepción de La Maravilla- son el resultado de los cursos de capacitación realizado desde la agencia en el CECAIN (Centro de Capacitación Integral de INTA Famaillá) en la década del 80.</p>
	<p><i>Productores Cambio Rural</i>⁷⁵</p>	<p>Capacitaciones a cargo de investigadores del área de la experimental; ensayos; talleres y encuentros programados según la época del cultivo y necesidades sugeridas por los productores. A fin de año se realiza un</p>

⁷⁵La producción del cultivo de caña de azúcar es la principal actividad de la zona influencia de la agencia, que comprende aproximadamente 35 mil ha, donde se involucran a 12 comunas rurales en Monteros y 7 en Simoca, más dos municipios. La dinámica de la actividad azucarera está regida por ciclos de precios del azúcar en alta y en baja, y la tendencia es más años en baja que en alta. En este sentido, es importante mencionar que muchos- o la mayoría- cuando la actividad está en alza no hacen inversiones que resuelvan alguna coyuntura desfavorable hacia el futuro. Además la actividad no está subsidiada, y los subsidios que hay son ficticios porque no repercuten en el área. Pero por el volumen de producción que manejan los grandes productores poseen mayores beneficios en insumos y porcentaje de producción, mientras que el mediano a pequeño no tienen estos beneficios porque desde el estado no se los protege con ninguna ley y además no poseen representación gremial sólida y confiable. En la actualidad la actividad está sufriendo una crisis en el precio de la bolsa de azúcar. En tales circunstancias, la mayoría elige invertir en otras actividades que no son planificadas sino que responden a la coyuntura de la problemática y las alternativas que proponen son a corto a plazo y de inmediato. El problema surge porque muchos no tienen crédito bancario y no hay programas que resuelvan en problema de inmediato. Cabe destacar que alrededor de 2500 productores están registrados, de los cuales en los grupos Cambio Rural se atiende 50 productores cañeros. Sin embargo, con las capacitaciones masivas-que están dirigidas a todo el sector de la zona- se llega a más productores, prueba de esto es la gran concurrencia de productores a estos encuentros, con una media de asistencia de 150 asistentes.

		encuentro a modo de balance de las actividades.
	<i>Productores Minifundio</i>	<p>Capacitaciones a cargo de especialistas de la experimental e invitados y entrega de insumos.</p> <p>Una vez al mes se realiza una exposición y venta de plantas en la plaza principal.</p> <p>El evento principal que se organiza es la Fiesta Provincial de la Flor en septiembre, donde-también-se involucran otros actores de la comunidad como la Municipalidad y la Dirección de Producción de la provincia. Además participan otros grupos de diferentes localidades de Simoca y Trancas.</p>
	<i>Promotores</i>	<p>Los programas Cambio Rural y Prohuerta tienen en el territorio promotores con los cuales trabaja.</p> <p>En el caso de Cambio Rural, éstos son técnicos asesores privados que si bien no tienen contrato con el INTA, son</p>

		<p>pagados por el programa e incluso pueden ser propuestos por el mismo grupo que se forma, por ejemplo en las charlas masivas que propone la agencia a todo el sector interesado en la temática.</p> <p>Hasta que se concluyo con el trabajo de campo, la agencia contaba con cuatro promotores.</p> <p>En el caso de Prohuerta, los promotores no reciben ningún sueldo por su trabajo y por lo general son ellos mismos que se acercan al técnico del INTA para trabajar en este rol, que se los elige porque suelen ser referentes de las comunidades. Sus actividades son las de entregar las semillas que se les provee desde la agencia y organizar junto con el técnico las capacitaciones en las temáticas del programa.</p> <p>Desde la agencia, años anteriores se promovió- además- la participación de los</p>
--	--	---

		<p>huerteros en ferias y obras de títeres, basadas en la cuestiones relacionadas con la soberanía y la seguridad alimentaria.</p> <p>Los promotores son más de 40 y más de 1 por comunidad, además pueden ser no solo personas sino organizaciones como CAPS o CIC.</p> <p>Los promotores de ambos programas tienen la función de ser los “brazos largos del territorio” que contribuyen a llegar a una mayor cantidad de gente y ser los sensores de las necesidades del territorio.</p>
	<p><i>Escuelas</i>⁷⁶</p>	<p>La relación con el INTA se basa en las necesidades de asesoramiento que surja en cada caso, como en cuestiones ambientales y de conservación de alguna especie.</p> <p>En el caso de las escuelas que trabajan con Pro Huerta, además de donaciones de</p>

⁷⁶ Las escuelas son actores importantes en el territorio, ya que no solo son agentes de formación sino de contención de las comunidades.

		<p>árboles; se atiende a los pedidos de charlas sobre concientización y capacitación en medio ambiente, en particular forestación. Cabe destacar que desde la agencia se consiguió financiamiento para herramientas e insumos para la construcción de la huerta, por parte de la Fundación Huerta Niño de Buenos Aires. Esta fundación trabaja con aportes de empresas que distribuyen a escuelas, que se eligen según el compromiso de la comunidad con el programa. Además existen relaciones institucionales.</p>
	CAPS ⁷⁷	<p>Se realizan capacitaciones en huerta; granja; nutrición y uso de verduras y frutos de la huerta, caminatas, ferias de salud (una vez al año). Además se entregan semillas.</p>
	CIC ⁷⁸	<p>La agencia participa en la Mesa</p>

⁷⁷ Los CAPS son los dispensarios de la comunidad y donde se recurre para los primeros auxilios como vacunas, entrega de leche, etc. Además se registran las personas recién nacidas.

		<p>de Gestión Local del CIC de Monteros de manera activa. Desde allí se promueven actividades de capacitación y concientización a la comunidad en seguridad alimentaria- que en algunos casos son acompañadas por nutricionistas-; en huerta y granja.</p> <p>El CIC de Río Seco es reciente y solo se participa por pedidos de semillas.</p> <p>En León Rouges no se participa directamente en la Mesa de Gestión Local, sino el promotor que informa verbalmente de las reuniones.</p>
	<i>Medios de Comunicación</i> ⁷⁹	Desde la agencia se participa semanalmente con columnas en radios de Monteros y Simoca.
Iniciativas en Comunicación	<i>Gobierno Local</i>	Hay una relación fluida y directa con la Municipalidad de Monteros. Esta trasciende las

⁷⁸ Los CIC se encuentran en todo el país. Allí se realizan actividades relacionadas cuestiones salud y otras de interés general.

⁷⁹ De lo relevado en el campo surge que la radio es un actor importante en la comunidad y sobre todo para los agricultores chicos y medianos. Hay muchas radios en la zona de Monteros, algunas con repetidoras de Buenos Aires. La mayoría tienen programación casi las 24 hrs. y en su mayoría local.

		<p>gestiones políticas y son socios estratégicos en la Asociación Civil.</p> <p>Sus acciones en comunicación están relacionadas con la organización de algún evento, como la Fiesta de la Flor; el diseño de folletería.</p> <p>Los técnicos participan en un programa de radio en FM Municipal de Monteros.</p> <p>Cabe destacar que además la municipalidad paga la luz en la agencia y le proporciona un personal que contribuye en la actualidad algunas tareas como atención al público.</p> <p>Con la Municipalidad de Simoca no hay tareas de comunicación propiamente dichas.</p>
	<i>Ingenios</i>	No se realizan acciones de comunicación propiamente dichas.
	<i>Cooperativas</i>	No se realizan acciones de comunicación propiamente dichas.
	<i>Productores Cambio Rural</i>	Existe una relación fluida que

		se nutre en la cotidianidad del trato. No se realizan acciones de comunicación propiamente dichas.
	<i>Productores Minifundio</i>	No se realizan acciones de comunicación propiamente dichas.
	<i>Promotores</i>	La relación es fluida por las mismas tareas que éstos llevan adelante en el territorio. No se realizan acciones de comunicación propiamente dichas.
	<i>Escuelas</i>	No se realizan acciones de comunicación propiamente dichas.
	<i>CAPS</i>	No se realizan acciones de comunicación propiamente dichas.
	<i>CIC</i>	No se realizan acciones de comunicación propiamente dichas.
	<i>Medios de Comunicación</i>	La agencia participa a través de columnas semanales en distintos programas de radios en FM Municipal de Monteros y en FM Sensación y Radio Sinetic en Simoca, donde se

		<p>transmite desde la feria.</p> <p>Además cabe mencionar que las columnas en las que se participa, están relacionadas con las temáticas Prohuerta y actividades del INTA en general. Sus contenidos son extraídos de boletines, revistas o gacetillas institucionales.</p> <p>No se cuenta con el apoyo de los técnicos de otras agencias hacia los contenidos que se difunden.</p> <p>Estas son radios comerciales, en tanto que la participación en las radios comunitarias es escasa, por falta de tiempo y vehículo. En estos casos se participa con envío de materiales de Prohuerta.</p>
--	--	---

III. La palabra de las prácticas

Para conocer las nociones, métodos y estrategias de comunicación y de extensión se realizaron entrevistas y talleres con los miembros de la agencia y los principales actores con los que se relaciona.

De la investigación que se llevo a cabo surge que en principio la agencia de Monteros entiende que su trabajo es en extensión rural, y en términos comunicacionales no tiene planteado un proyecto objetivo en la temática, aunque en sus prácticas circulen diferentes nociones y estrategias en este sentido .

No obstante y como ya se hizo referencia, desde el Proyecto Regional Tucumán Sur existe la intención de tomar a la comunicación como línea estratégica para sus acciones. En tal sentido, uno de los objetivos principales de esta tesis es aportarle una propuesta en la temática, pero para hacerlo es necesario reconocer primero lo que hay de extensión en las prácticas y al mismo tiempo lo que ellas vertebran en comunicación.

Para saberlo, se recurrió a entrevistas en profundidad, que se realizaron a los principales actores y a los propios miembros de la agencia, con los cuales –además-se trabajo en talleres, a fin de encontrar en las siguientes fuentes las nociones, métodos y estrategias de extensión.

III. I. Perspectivas de Extensión

A través de la investigación de campo que se realizo, se percibe que en la agencia de Monteros existe una vocación en extensión, cuyo contenido es expresado y promovido tanto por las matrices que motivan las políticas institucionales como por sus propios protagonistas.

Al mismo tiempo, se observo que en las nociones, métodos y estrategias de extensión aparecen diferentes perspectivas que caracterizan al término. Del entramado de las

entrevistas en profundidad que se realizaron a los miembros de la agencia y los actores con los que se relaciona, surgen que en las nociones de extensión es posible encontrar que:

-La noción de extensión está asociada a la acción de acercar las partes, ideas y propuestas. En este caso aparece implícita la matriz institucional que caracteriza al INTA, por medio de las funciones que se le otorga históricamente a la investigación y la extensión.

-La idea de extensión está ligada al concepto de educación bancaria propuesto por Freire.

-En las nociones, estrategias y métodos de extensión aparece la comunicación desde diferentes perspectivas. A veces se sugiere a ésta como diálogo y co-participa en estos procesos cuyos objetivos están ligados al cambio, en tanto que otras veces se plantea a la comunicación como instrumento para la difusión y transferencia.

-En el término se mezclan otras categorías que-a los fines de esta tesis-se denominó subsidiarias: desarrollo, intervención, territorio y educación.

En primera instancia, de las nociones de extensión que circulan en la agencia aparecen asociadas a la acción de acercar las partes, tal como lo expresa el técnico del INTA, José Logarzo cuando sostiene que “Juan nos ayudó mucho a transmitir información por la importancia de estar presentes. El INTA es tan grande que lo que único que hay que hacer es acercar las partes...eso es extensión”.

De lo expresado por los actores, surge-también- que a esta acción de acercar las partes se suman también las ideas y propuestas como lo asegura el jefe de la agencia, Juan Manuel Maccio cuando define a la extensión: “hay muchas teorías sobre esto. Para mí viene de extender, buscar una acción, una idea, una propuesta que llegue a determinado sector”.

Desde esta perspectiva de la extensión que promueve la acción de acercar, es posible deducir la matriz institucional que acompaña estos procesos de intervención cuando se refiere a los distintos roles que tiene la investigación y la extensión en el territorio.

Como ya se hizo referencia en el apartado **V. El Escenario: El Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria** de la primera parte de esta tesis, el INTA organiza su estrategia en base a cuatro componentes, de los cuales investigación y extensión son claves en los ámbitos de intervención⁸⁰.

A modo de recapitulación, se recuerda que la función de la investigación ha sido generar conocimientos en respuesta las demandas del ámbito nacional, regional y local, para el sistema agropecuario, agroalimentario y agroindustrial. En tanto que el rol de la extensión está abocado principalmente a adaptar e incorporar conocimientos y tecnologías a los procesos de desarrollo territorial y local.

En tal sentido-y tal como lo exponen los documentos consultados- estos componentes estratégicos del INTA deberían complementarse, para cooperar en las diferentes demandas que surgen del territorio. Desde la agencia, así como lo entienden cuando otro técnico, Edgardo Sánchez Tello manifiesta su mirada acerca de la extensión: “es llegar a todo el territorio con lo que salga de investigación, con lo que surja de la demanda del productor. Pero también hacemos que el productor hable con ellos, así se entienden más. Ellos (los investigadores) vienen a veces y sobre todo los de caña, tenemos una comunicación fluida”.

En este enfoque de la extensión se observa que aparece el concepto de educación bancaria, que propone Freire. Así lo expresa el promotor del programa Cambio Rural, Dante Díaz cuando asevera que extensión remite a “información, capacitación y actualización para el mayor manejo y así poder brindarles al productor una mejor asistencia con nuevas tecnologías”.

⁸⁰ Para más información remitirse al capítulo **V. El Escenario: El Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria** en la sección de **Introducción**.

Además este concepto de educación bancaria, también es posible encontrarlo con mayor claridad cuando se hace referencia a la trasmisión de contenidos previamente elaborados, los cuales se depositan en los destinatarios.

Por ejemplo la promotora de Cambio Rural, Carla Buezo, sostiene que “a los productores que todavía no trabajan con el INTA les diría que nos permitan acercar lo nuevo que tenemos para ofrecerles, para que ellos mejoren. Y que ellos se permitan vencer los miedos y avanzar dentro de la actividad, para no quedar obsoletos con el uso de tecnologías tradicionales sin incorporar las innovaciones.”

No obstante, en los diferentes matices de las nociones, estrategias y métodos de extensión aparece la comunicación concebida desde distintas miradas.

En primer lugar, es importante rescatar que de lo relevado surge una confusión con respecto a los términos. De las nociones que se encontraron se puede deducir que a la pregunta que propone Freire sobre la elección de extensión o comunicación, los actores responden en algunas circunstancias por extensión, en otras por comunicación y a veces por ambas.

En esta última opción, se destaca el pensamiento de Logarzo cuando sostiene que “no sé si es lo mismo comunicación que extensión, pero las junto a las dos. Porque si uno está comprometido y es responsable, comunicación y extensión dan resultados. Por eso extensión es acercar las partes”.

En esta perspectiva de extensión se cuele el enfoque difusionista de la comunicación, sobre todo cuando entra en juego la trasmisión del conocimiento. De esta manera aparece la necesidad de enviar mensajes apropiados y traducidos del lenguaje técnico para la difusión y adopción de tecnologías.

Así lo expresa Logarzo cuando reflexiona que “la facultad no te forma, te vas con los conocimientos técnicos y sin saber qué es extensión. Juan nos dio la posibilidad de

hacer una especialización en Desarrollo y empecé a conocer. Cuando vas a clases, te vas dando cuenta que eso ya lo estás haciendo, solo que no lo tenias identificado”.

Por su parte, Sánchez Tello agrega que “a uno le gusta transmitir lo que hace investigación, nosotros lo transmitimos y lo ponemos en práctica en la zona rural. Y eso es lo que hay que hacer”.

En tanto que la necesidad de traducir los mensajes es destacada por el promotor de Cambio Rural, Celso Pedraza cuando sostiene que “hay muchos productores que no tienen mucha educación y debemos llegar con la tecnología en términos más básicos. Hacer una bajada de información, decodificarla con las palabras más sencillas al productor para que nos entienda”.

Continua asegurando que “esa es una falla de la facultad, que nos hace que seamos técnicos y el productor no habla técnico. Entonces hay que tratar que las publicaciones sean accesibles a todos”.

En su relato se observa lo que Freire llamaría el choque de la doxa y el logos cuando describe que “había un choque generacional entre una persona que habla raro y dice cosas que no entiendo, me dice que haga cosas que no hacían mis padres, y por otro lado es un profesional joven. Hoy no está pasando eso”.

“Lo superarnos-prosigue- porque muchas veces en el trato cotidiano le vamos diciendo, traduciendo, insertándolas a ellos. Pudimos traducir el mensaje técnico a través de confianza, y así le dijimos que haga algo distinto a lo que venía haciendo tradicionalmente”.

En tanto que para explicar una de las estrategias de difusión y transferencia de la agencia, Logarzo comenta cómo se reparten el trabajo en el territorio: “Yo estoy de referente Cambio Rural en caña; Edgardo en Prohuerta y el Ing. Maccio es el jefe de Agencia y hace la gestión en INTA, con las cooperativas, con la Municipalidad, todos los acuerdos. Y en el territorio estamos más con Edgardo”.

Puntualmente en el caso de Cambio Rural, Logarzo hace referencia a la metodología que siguen para la formación de los grupos: “hacemos una charla abierta para todos los productores que invitamos y les contamos qué es Cambio Rural, así la gente se acerca con su interés. Así salieron los tres primeros grupos, en una charla aquí en el salón de la agencia, de UCIT”.

Otra de las metodologías de la agencia en transferencia de tecnologías es la demostración que realizan en los campos de los productores con los que trabajan. Logarzo explica que “por una estrategia de los chicos de caña que después de tres años de plantar la tecnología, de hablar de lo mismo, debemos ahora abordar con ensayos así vemos otro impacto en los campos con lotes demostrativas”.

También para facilitar que estas innovaciones se concreten, los técnicos de la agencia acercan a los productores la posibilidad de trabajar directamente con los profesionales de investigación de la experimental. Así Logarzo agrega que “ellos (los productores) llegan directamente al INTA (Famaillá), ya no tienen necesidad de nombrarnos a nosotros. Lo conoce al INTA, a los laboratorios. También se llegan a la agencia le dicen a Juan que necesitan tal cosa, se hace un relevamiento y se eleva una nota”.

En el caso de los programas Prohuerta y Minifundio, la difusión y transferencia de tecnologías agropecuarias tienen sus propias metodologías. Sánchez Tello explica que “Yo estoy en Prohuerta y tengo un Minifundio de floricultura. En Prohuerta hacemos lo de entrega de semillas; capacitación en las escuelas, a los huerteros, a CAPS; entrega de pollitas ponedoras; frutales naranjo, mango. Pero la entrega no es al azar sino como premio a la mejor huerta. Los promotores me dicen a ésta y a ésta, y como incentivo a las familias les damos las pollitas”.

“En Minifundio-prosiguió- se dan capacitaciones y si tenemos recursos les compro insumos. También tengo que decir que ésta no es su actividad principal, uno de la familia trabaja y hace un vivero para tener otro ingreso”.

Otra actividad central del grupo de floricultura es la venta y exposición mensual de flores en la plaza principal de Monteros, que se cierran con la organización de la Fiesta Provincial de la Flor. Muestra del trabajo interinstitucional, la directora del área de Producción y Empleo del municipio, Mercedes Reinold manifiesta que “en cuanto a las actividades que llevamos adelante, ha sido fundamental facilitar un espacio de ventas para los floricultores, que se generó desde la municipalidad, y se hace mensualmente de acuerdo a la estación del año, como así también la participación de la Fiesta Provincial de la Flor”.

De lo expresado hasta aquí, es posible comprender que lo que se espera con estas intervenciones es la incorporación de las propuestas tecnológicas en los territorios. En tal sentido, de lo investigado en el campo surge que la agencia prioriza entre sus líneas de acción el esfuerzo y trabajo interinstitucional.

En este sentido, Maccio recuerda los orígenes de la Asociación Civil y comenta que “con el intendente me costó varios cafés, pero una vez que lo entendió al tema fue un fanático defensor de la agencia. Al punto tal que fue él que la creo como un organismo asesor del ejecutivo municipal”.

“Así-continuó- se creó ADELMO en 2007, Agencia de Desarrollo Local, a través de un decreto que la constituían todos los miembros del Consejo Local Asesor con representantes de las cooperativas, de la Unión Comercial, del Intendente, cañeros independientes, agentes territoriales locales, profesionales”.

Esta organización sostiene varios proyectos, entre los cuales Maccio destaca al del Vivero Forestal. Explica que “el proyecto tenía que tener una propuesta innovadora para el municipio. Se trata de un proyecto de recuperación ambiental, que a través de la implantación de un vivero forestal, provee de material vegetal para el proceso de reforestación de áreas críticas de riego. Es innovador porque el municipio maneja en forma autónoma un aspecto de la gestión ambiental, para mitigar ese riesgo”.

Por su parte, el presidente de la Unión Comercial de Monteros recuerda que “el INTA se acercó a nosotros y comenzamos a trabajar en muchos temas. Comenzamos con la organización de la Agencia de Desarrollo Local o Asociación Civil, hicimos un viaje a Frías y a Chepes para adquirir la experiencia de ver cómo se manejaba el tema”.

Por lo mencionado, es posible comprender que además desde esta perspectiva se abre paso a la comunicación entendida como co participe en estos procesos de intervención.

Así lo manifiesta Sánchez Tello cuando refiere a que “elijo extensión porque me gusta el contacto con la gente, con las instituciones, con la zona de influencia. También porque se dio entrar a Prohuerta y el Prohuerta es eso, es extensión”.

Desde su enfoque, asegura que para llevar adelante las prácticas de extensión “te vas haciendo en el andar, así como hay gente que tiene las habilidades de por ejemplo de jugar al fútbol, otros la tienen por el contacto con la gente. Pero uno se va moldeando, va aprendiendo mientras van pasando los años, cuando uno hace extensión no puede estar todo el día encerrado en la oficina”.

En esta perspectiva es posible rastrear la mirada de la comunicación que propone el cambio, cuando la intervención se vuelve estrategia común de todos. En tal sentido, Maccio afirma que “con la municipalidad (siempre trabajamos) sobretodo, más allá de la gestión política porque es quien lleva adelante la gestión. A veces con disgustos en el medio, pero estamos contentos. Así que hay que sacudirse, abrazar a un árbol que las raíces chupen las malas ondas y seguir adelante, ese mi filosofía”.

Un ejemplo claro de lo expresado es el lugar donde funcionaba la agencia hasta que terminamos el trabajo de campo. Ésta se encontraba en el edificio de UCIT y así lo comenta Sánchez Tello “esta oficina es prestada por UCIT, lo que hacemos nosotros es pagar la luz, que tampoco lo hacemos sino el municipio por un convenio, y tenemos a Natalia que también viene a prestar servicio por un convenio”.

Esta relación histórica de la agencia con el ejecutivo local, también es aseverada por Reinold: “con la agencia somos socios estratégicos en la Asociación Civil de Desarrollo Territorial de Monteros. Hemos estado trabajando en forma abocada con algunos proyectos y hemos ganado algunos, como el Centro de Desarrollo Emprendedor. Estamos en una etapa de financiamiento de la forestación de la cuenca, y así un sinfín de actividades que nos marcan un punto en común”.

“Es decir que-continua- a nivel institucional hay una permanente participación que no se agota solo con las capacitaciones, aunque operativamente lo canalizamos a veces por ahí, INTA forma parte de la agenda municipal en todos los eventos”.

En este punto es importante hacer referencia aquello que-desarrollaremos más adelante- destaca a la agencia y la caracteriza: su ser local. Este estadio local de sus miembros, permite-entre otras cuestiones-que en esta perspectiva de extensión se mezclen modelos entienden a la comunicación una dimensión de los procesos sociales y practica para la transformación.

Desde este enfoque, la perspectiva de extensión se aleja de lo que desde el concepto de educación bancaria comprende como característica: desconocer la realidad de sus destinatarios y su visión del mundo.

Entre sus estrategias de acción, la agencia toma como su principal escenario la cotidianeidad. Así lo expresa Sánchez Tello: “eso de llegar a la agencia; cerrar la puerta y abrir para irte; ni siquiera quedarte a tomar un café en la confitería de la zona, no me parece que sea así. Tienes que tener mucho contacto con el lugar de trabajo”.

Prosigue contando que “con José desayunamos en el bar de la esquina, que están todos los productores. De ahí venimos, hacemos lo que tenemos que hacer, salimos al campo o ya nos encontramos abajo con alguien”.

Por su parte, la directora del CIC de Monteros, Cristina Salazar afirma esta estrategia de la agencia cuando nos cuenta que “el INTA acompaña y asiste permanentemente a

la mesa de gestión. Edgardo es un integrante más de la mesa, no solo desde el INTA sino que se pone en el lugar del otro y acompaña. Será eso porque es local, de la zona, no hay que contarle”.

En tal sentido, desde la AER Monteros no se concibe a los actores con los que se relaciona como público, audiencia, productores o destinatarios tal como es común en el INTA, sino que los nombra como vecinos. Esta forma de nombrarlos es así no solo porque comparten una cercanía geográfica, sino porque tienen raíces y hasta familias en común.

Esta situación que particulariza a la agencia hace que el trabajo en extensión no se limite solo a la sustitución de la tecnología por otra, sino que se caracteriza en que la planificación de las actividades en común se realizan-también- a través del diálogo cotidiano y cercano.

Por todo lo expresado hasta aquí, se observa que sea desde la perspectiva de la acción de acercar las partes, ideas o propuestas; de la educación bancaria o vista desde los diferentes modelos de comunicación, la noción de extensión remite más a lo metodológico que a lo conceptual, como ya se menciona en la parte de **Nociones y Perspectivas**. En tal este sentido, cuando toma cuerpo la dependencia del enfoque de extensión con las otras categorías subsidiarias: desarrollo; intervención; territorio y educación que se expondrá mención en otro apartado.

III. I. I. Dimensiones de Extensión

De las perspectivas que se mencionaron, se destaca que la comunicación atraviesa cada una de las nociones, métodos y estrategias de extensión. Este cruce se manifiesta en las prácticas, con cual resulta dificultoso verlas por separado.

No obstante, a los fines de esta tesis se las separan porque se considera que es importante resaltar las dimensiones políticas, organizacionales y comunicacionales que se encuentran en las matrices de las estrategias y métodos de extensión.

Cabe aclarar, que por dimensión política se entiende lo que una organización se propone como meta o visión; en tanto que en la dimensión organizacional se expresa cómo lleva a la práctica estas propuestas.

En las estrategias y metodologías que se indicaron, se observa lo siguiente:

Dimensión Política/Organizacional	Dimensión Comunicacional
-Presencia en el territorio para generar un mayor impacto del trabajo.	-Transmitiendo información en términos sencillos acercando las partes. Haciendo relevamientos. A través de los promotores de los programas. Entregando materiales como folletos hasta semillas.
-Trabajo en conjunto con investigación.	-Manteniendo una comunicación fluida con estos agentes; transmitiendo estos conocimientos y promoviendo sus prácticas.
-Contacto cotidiano con los actores del territorio.	-No encerrándose en la oficina. Asistiendo a lugares comunes y públicos para promover el contacto y la confianza.
-Asistencia al productor con nuevas tecnologías.	-Informándose, capacitándose para estar actualizados a fin de brindar las mejores técnicas. Estando presentes en el territorio.
-Volver a las costumbres de antes.	-Estando en el territorio para observar lo que hay.
-El desarrollo se tiene que dar en el territorio por sus propios medios, los actores deben generarlo.	-Escuchando y entendiendo lo que los actores quieren, para comprender lo es desarrollo para ellos. A fin de ayudarlos a producir desde su mirada con equidad. Para cual es necesario tener presencia en

<p>-Fomentar la producción con equidad.</p>	<p>el territorio.</p> <p>-Aprovechando todos los recursos del territorio y trabajando con las instituciones, para abordar en conjunto las problemáticas a través de proyectos que se ajusten a las demandas locales para que la gente se sienta motiva y comprometida.</p>
<p>-Desarrollar proyectos que se ajusten a las necesidades locales.</p>	<p>-Estando presente en el territorio, manteniendo un contacto diario con los actores para conocer sus demandas y dando charlas abiertas para que todos participen.</p>
<p>-Ser sensores del territorio.</p>	<p>-Trabajando sin horarios, ni límites geográficos. Involucrándose en las diferentes problemáticas no solo productivas. Dividiéndose el trabajo en terreno pero cubriéndose entre todos.</p>
<p>-Involucrarse en las problemáticas no solo productivas.</p>	<p>-Gestionando espacios para la comercialización; colaborando con las</p>
<p>-Promover la seguridad y la soberanía alimentaria.</p>	<p>inundaciones; participando en las festividades locales. Estar presente trabajando sin horarios ni días fijos.</p>
<p>-Trabajo interinstitucional.</p>	<p>-Trasmitiendo conocimientos con capacitaciones que involucren a otros profesionales de la salud como nutricionistas, con lo cual el trabajo no se limita a la entrega de semillas y pollitos.</p> <p>-Manteniendo un contacto cotidiano. Asistiendo de la mesa de gestión local. A</p>

través de la Asociación Civil de Desarrollo Territorial, por medio de proyectos como el Centro Emprendedor o el Vivero Forestal a fin de que el trabajo trascienda las distintas gestiones políticas.

III.II. Perspectivas Comunicacionales

En este apartado se hace referencia a las distintas perspectivas comunicacionales, que surgen de lo relevado en el trabajo de campo que-como se adelanto anteriormente-no es posible considerar solo una.

De las entrevistas que se realizaron muestran que la agencia construye e instituye su perspectiva comunicacional tomando distintas nociones del término. En las prácticas se expresan todas juntas, pero a los objetivos de esta tesis es posible distinguirlas en:

- La comunicación concebida como instrumento estratégico “al servicio de”.
- La comunicación entendida como una herramienta que por medio de la difusión garantiza la existencia.
- La comunicación se vuelve estratégica en la cotidianeidad de los intercambios.
- El trabajo en equipo garantiza la gestión de la comunicación que promueve la cooperación en las acciones.
- El motor de las acciones en comunicación es impulsado por el compromiso y el gusto al trabajo de los miembros de la agencia.

-Las nociones, estrategias y métodos de comunicación están atravesados por otras categorías que, en esta investigación, llamamos subsidiarias: desarrollo, intervención, territorio y educación.

De lo expresado por los actores, se deduce que en primer lugar se concibe a la comunicación como una herramienta estratégica que permite llevar adelante acciones al servicio de los procesos de intervención. Es así como lo expresa Maccio cuando sostiene que la comunicación es “un componente estratégico en un proceso de desarrollo territorial, porque permite el contacto y generación de vínculos entre los actores sociales”.

En tal sentido, esta perspectiva comunicacional entiende al termino como un medio, el cual se manifiesta claramente cuando Maccio enumera las acciones que aquel posibilita: “(la comunicación) permite encontrar un conocimiento; leer una noticia; preparar una presentación, es multifacético el campo de acción pero eso es estratégico”.

Este enfoque instrumental convierte a la comunicación en estratégica cuando asegura el éxito de los procesos de desarrollo, a través del cumplimiento de ciertos pasos que deben seguirse. En este punto, Maccio agrega que “si no hubiera comunicación metódica científica, con rigor metodológico muchas de las cosas que deberían estar en un proceso de desarrollo no se podrían lograr”.

Desde esta mirada, aparece lo que Barbero sostiene como la confusión de los medios por las mediciones cuando colocan a la comunicación como instrumento al servicio de las necesidades metodológicas de las intervenciones.

No obstante, en esta visión instrumental no solo aparece la comunicación al servicio de los procesos de intervención, sino que también se la concibe como una herramienta para la existencia misma. De este modo lo expresa Logarzo cuando asegura que “es algo esencial para lo que nosotros hacemos, porque si no lo haces no pueden enterarse de lo que haces; ni que existimos”.

Esta existencia -que desde esta perspectiva está dada por la comunicación-, solo se podría alcanzar a través de la difusión, tal como lo sugiere Logarzo cuando agrega que “para mi es importante comunicar, sea por radio por afiches, por capacitación. Cuando hay capacitaciones masivas, hacemos afiches y los pegamos en los alambrados, en los postes, en el árbol”.

En este sentido difusionista de la comunicación, existen distintas metodologías que se utilizan. Es así que cuando le consultamos a Sánchez Tello sobre lo que entiende por comunicación, lo remitió a las estrategias de difusión de las reuniones que organizan y nos contó que “hasta hace un tiempo lo hacíamos nosotros, ahora lo hacemos más institucional que viene de Famaillá porque nos dieron un tirón de orejas. De ahí salimos con José a pegarlos en el campo, hacemos las invitaciones pero son como volantes que las dejamos en las confiterías o le damos al que vamos viendo. Siempre tenemos buenos resultados, mas en caña de azúcar que son charlas mas masivas. Comunicación es que el otro conozca y que reciba la información”.

En este punto de las estrategias de difusión de los conocimientos tecnológicos, es en donde aparece con claridad la herencia institucional que promueve diferentes técnicas según los destinatarios, los cuales están reconocidos en los distintos programas de intervención. En el caso de Cambio Rural por el nivel de educación que por lo general tienen los actores de los grupos, priman las capacitaciones técnicas, charlas o ensayos demostrativos en campos, en cambio en el caso de Prohuerta la cuestión se torna más visual con cartillas ilustrativas, folletos y hasta videos donde “se bajan” las técnicas.

Así la promotora de Prohuerta, Norma Gonzales recuerda que “el ingeniero preparaba temas y hacíamos títeres con la gente del programa Familia y Nutrición, que ya no está más. Las obras se relacionaban con la huerta como fue la “Huerta está de Fiesta”, donde aparecían las verduras”.

“También-prosiguió- hicimos una representación en la Feria de Tucumán Central con gente mayor, donde aparecían las comidas tradicionales. Todas estas representaciones

si bien se hacían en el marco de este programa, el INTA participaba de manera articulada porque siempre ha estado todo junto y todos proponíamos las actividades”.

Explicó además que “nosotros teníamos un cuaderno con una serie de relatos escritos para las obras, que salían de las experiencias de cada uno de nosotros, de lo que vivíamos y de lo que nuestros abuelos nos habían contado. Es decir que no copiábamos nada, nosotros los inventamos”.

A esta visión instrumental de la comunicación, los miembros de la agencia le agregan la impronta del compromiso. De esta manera, Logarzo explica que entiende por comunicación como “comprometerse, todo el trabajo de extensión es compromiso. Es saber atender la demanda, no somos los dueños de la verdad pero tenemos una estructura tan grande detrás que hay referentes en todo. Entonces solo hay que levantar el teléfono”.

Garantizada por la estructura que dice sostenerla, la transferencia de los conocimientos se vuelve un compromiso ineludible en territorio. Logarzo-además- asegura que “comunicación y extensión es compromiso. Ser solidario. Si la comunicación es herramienta, tenemos todas las herramientas para comunicarnos”.

Este compromiso que denota la comunicación, en el territorio se extiende a otros ámbitos más allá de las técnicas. Es así como González describe su trabajo como promotora sosteniendo que “no es tan solo entregar semillas, sino el relacionarse con gente. Es el llegar a las casas y que la gente nos brinde un mate, tortillas, nos ofrece su afecto y así uno aprende cosas no solo relacionadas con la huerta, es un intercambio”.

Hasta aquí se hizo referencia a nociones que acompañaron y acompañan a la institución históricamente. Sin embargo, la agencia se apropia de estas nociones y las reconstruye localmente, porque-tal como se expuso en el apartado de **Perspectivas de Extensión**- el hecho de que todos sus miembros sean locales no solo es una coyuntura, sino que determina su vivencia de la comunicación que distingue a la agencia.

Así el propio origen de la agencia está determinado por los vínculos que supo construir y mantener estratégicamente en el tiempo, distinguiéndola de otras instituciones del sector.

Es así que los actores del territorio, como el representante de la Cooperativa CODEMOT, Daniel García, reconoció que “hay dos organismos que nos atiende: la Estación Agroindustrial Obispo Colombres y el INTA. La relación es diferente con respecto a la comunicación. La Estación Tucumana tiene otro direccionamiento en cuanto a que se hace más trabajo de laboratorio, e incluso ellos también llegan gracias a reuniones grandes no con un contacto personalizado, como sucede con el INTA. Los dos son importantes, si tuviera que emitir un juicio diría que por ejemplo si sale una variedad nueva de caña el que más investiga es la experimental. Pero cuando ya estamos trabajando con esa variedad, el que más nos acompaña es el INTA”.

Cabe destacar que-como ya se indico- estas vinculaciones están fortalecidas en lo cotidiano, que es donde la comunicación se vuelve estratégica. En este punto, vale recordar lo que cuentan los protagonistas, como Pedraza: “había un choque generacional entre una persona que habla raro y dice cosas que no se entienden, me dice que haga cosas que no hacían mis padres, y por otro lado es un profesional joven”.

“Hoy-continuó- no está pasando eso. Lo superarnos porque muchas veces en el trato cotidiano le vamos diciendo, traduciendo, insertándolas a ellos. Pudimos traducir el mensaje técnico a través de confianza, y así le dijimos que haga algo distinto a lo que venía haciendo tradicionalmente”.

Estas estrategias se ven fortalecidas por la ubicación de la agencia. Hasta cuando se concluyo con el trabajo de campo, estaba situada en el corazón de la ciudad y era vecina de las principales organizaciones del sector.

Esta coyuntura le permitía no solo dar muestras del contacto cotidiano con los actores sino de cómo el INTA Monteros instituye y construye sus perspectivas en comunicación y extensión, que mencionamos en el apartado anterior.

Además es importante mencionar que estas estrategias comunicacionales son construidas y gestionadas en equipo. De los relatos, destacamos lo que Maccio nos manifiesta: “conformamos un equipo donde todo se horizontaliza, sino mira la diferencia de edad que hay con los changos, aunque siempre hay una consideración conmigo porque soy el más viejo”.

Continua diciendo que “aquí nos sentamos y discutimos todo. Creo que no hace falta una conducción verticalista para armar un equipo, así ni en pedo vas a tener un equipo sino serviles con obediencia debida. No, aquí analizamos todo. Los días lunes nos juntamos para analizar la semana y tenemos el mismo compromiso con la Asociación Civil, aunque siempre recae mas en uno que en otro”.

Además la agencia elabora un Plan Operativo Anual a fin de programar sus acciones. En este punto, Logarzo comentó que “todos los años con la actual gestión y la anterior, llega enero y planificamos el Plan Operativo Anual. Juan nos junta en febrero y vemos las actividades que tenemos planificadas en caña, en flores, actividades de la agencia y de la Asociación Civil Desarrollo Territorial de Monteros. Son actividades de capacitación, más allá de las que te impone el mismo INTA”.

Logarzo explicó también que “son capacitaciones que se repiten todos los años, porque tienen que ver con el cultivo mismo. Pero también ponemos capacitación que nosotros queremos recibir, además de las que damos”.

En este punto especificó que “la agencia tiene planes de capacitación masiva a lo largo del ciclo del cultivo de caña. Entonces tenemos cosecha, instalamos el tema y se genera la demanda hacia la agencia. Después vemos cultivo y control, damos tres o cuatro charlas masivas”.

“A fin de año-prosiguió- hacemos un encuentro final con los grupos únicamente de Cambio Rural. Compartimos un asado, festejamos el fin de año y mostramos los avances que ha tenido cada uno. La reunión se hace aquí en Monteros, en la casa de un productor con excelentes comodidades”.

Además de la planificación conjunta, la perspectiva del equipo se asume como una política de la agencia: “La estrategia es que todos hagamos el trabajo del otro, si uno no puede. “Cooperamos las actividades en el territorio”, ese es el mensaje que nos dio Juan al principio. Aquí somos un equipo y solo basta con decir no puedo”, aseveró Logarzo.

Por su parte, Sánchez Tello manifiesta que “la cuestión es cumplir no dejar de hacer algo por no tener medio en que moverte, se la hace como sea. Además las actividades las hacemos cualquiera de los tres, sea Prohuerta, de INTA, Cambio Rural o lo que sea nos damos una mano”.

Cabe destacar también que esta visión de equipo se traslada además en los fondos de la agencia. “Nosotros usamos todos para todo, los recursos que hay en la agencia, sin medirnos en eso. Si aquí todo es de todos y lo compartimos”, asegura Sánchez Tello.

Además agrega que “igual en las dos computadoras no hay claves, por ejemplo cuando hay que mandar comisión Juan me puede pedir que yo le haga el correo. No hay privacidad en ese sentido, es una cuestión laboral. Aquí no hay llaves, solo en un cajoncito de Juan: todos manejamos la información”.

No obstante, existe en estas perspectivas algo más que las motiva y es que a los miembros de la agencia les gusta su trabajo. Esto fortalece su compromiso en el territorio, más allá de los horarios laborales.

En tal sentido, Sánchez Tello sostiene que “por eso te digo que el compromiso es importante. Que el técnico sea de la zona, porque así se compromete mas, lo encuentras en cualquier lado”.

Continua relatando que “cuando voy a la radio en Simoca desayuno ahí, salgo y me voy con Federico a tomar otro café. Después a la otra radio que queda en la feria, caminamos la feria, comemos en los ranchos y siempre te encuentras con alguien: es la forma de comunicarse, encontrarse, que te vean que estás. Aunque no me pagan por hacer lo de la radio, lo hago porque me gusta”.

Al igual que en las perspectivas de extensión, se observa que en estas nociones de comunicación también aparecen las categorías que denominamos subsidiarias: desarrollo, intervención, territorio y educación, la cuales enriquecen y atraviesan el término y que más adelante desarrollaremos.

Desde lo instrumental, pasando por el difusionismo como garantía para la existencia, hasta su concepción de proceso, permiten observar que en la agencia es posible encontrar a la comunicación en sus diferentes formas.

No obstante, es la mirada de la comunicación como herramienta, instrumento o medio la que prima en las diferentes nociones que destacamos. Según las necesidades, la comunicación adopta la perspectiva que mejor se acomoda las distintas las circunstancias que se presentan, lo cual determina que la agencia construye su propia perspectiva comunicacional guiada por el modelo de extensión del momento.

III. II. I. Dimensiones de la Comunicación

Al igual que como se hizo mención en el apartado **III.I.I Dimensiones de la Extensión**, en este punto también se destacan las dimensiones en las que se materializan las nociones, estrategias y métodos de comunicación.

En este caso puntual, es posible observar cómo las nociones de extensión vertebran las estrategias y metodologías de comunicación, con lo cual ambos términos se confunden en un mismo cruce.

A los fines prácticos, se separan estas categorías y a continuación se presentan las dimensiones que se encontraron en la comunicación:

Dimensión Política/Organizacional	Dimensión Comunicacional
<p>-Planificación en equipo de las acciones.</p>	<p>-Realizando reuniones a principio de año para elaborar el Plan Operativo Anual, que den cuenta de las capacitaciones masivas relacionadas con el ciclo de los cultivos, cuestiones institucionales, entre otras.</p> <p>Llevando a cabo reuniones los lunes para planificar los recursos, horarios y otras necesidades de la semana. Cooperando en el territorio.</p>
<p>-Transferencia de Tecnologías.</p>	<p>-Interactuando y manteniendo una comunicación fluida con las distintas aéreas de investigación de la experimental. Realizando charlas, capacitaciones, ensayos demostrativos y huertas. Invitando a otros profesionales para abordar las temáticas de manera integral.</p>
<p>-Difusión de las actividades.</p>	<p>-No encerrándose en las oficinas. Saliendo al territorio a pegar afiches, avisos en la radio, colgar volantes y repartirlos en el campo, a través del boca a boca y visitando organizaciones. Publicación de las noticias en el Boletín de Famaillá y en el facebook de Edgardo Sánchez Tello.</p>

<p>-Materiales de difusión.</p>	<p>-Redactando las noticias, invitaciones, afiches o los escritos técnicos y enviando a Famailla para su revisión, diseño y aprobación.</p>
<p>-Presencia en los medios.</p>	<p>-Trabajando los sábados en las radios de Simoca o en FM Municipal de Monteros, por medio de columnas técnicas e informativas que den cuenta de las actividades del INTA, de la agencia y el Prohuerta en general.</p> <p>También informando por medio de la cuanta de facebook de Edgardo Sánchez Tello.</p>
<p>-Contacto cotidiano con los actores.</p>	<p>-Explotando la ubicación estratégica de la agencia, manteniendo el contacto diario con los actores en los bares y espacios públicos como la feria de Simoca. Estar dispuestos a consultas sin horarios ni espacios limitados como la oficina.</p>
<p>-Trabajo interinstitucional.</p>	<p>-Generando convenios y proyectos que involucren a las entidades e instituciones del medio. Asistiendo a la mesa de gestión, a través de la Asociación Civil de Desarrollo Territorial y los proyectos que allí se promueven.</p>

IV. Nacidos, Criados y Malcriados en Monteros: la comunicación y la extensión local

Las nociones, estrategias y metodologías que se señalaron en otros puntos es posible encontrarlas en otras unidades del INTA.

Unas más que otras, todas estas formas de nombrar y leer a la comunicación y la extensión rural responden a la matriz institucional, que a lo largo de su historia supo concebir y acomodar el INTA.

Aunque si bien es cierto que no es lo mismo hacer extensión en Seclantas que en la Pampa Húmeda-no solo por su geografía sino también por los actores que forman parte de estos procesos-, las estrategias y metodologías que expusimos de alguna manera vienen moldeadas por las directivas y los usos y costumbres institucionales.

Sin embargo, del trabajo del campo surge que la agencia de Monteros se distingue del resto por sus raíces. Es esta instancia de ser local lo que hace su diferencia y motiva sus estrategias y acciones en todos los ámbitos.

En este sentido, es la única agencia de la provincia en la que todos sus miembros son nacidos, criados y malcriados en Monteros (como ellos mismos se definen). Tal circunstancia, motiva a los integrantes de la unidad hacer que esta coyuntura defina sus acciones y estrategias.

La misma formación del equipo de trabajo de la agencia da cuenta de esto, y así lo manifiesta Maccio cuando recuerda sus comienzos:“(cuando me llamaron) para mí fue una sorpresa muy grata y un enorme desafío, aunque le dije que “nadie es profeta de su tierra”, él (director regional) dijo “yo quiero que vayas y que vos abras la agencia”. Le contesté que sí y sacó del cajón una llave y me dijo “toma, anda al estacionamiento, ahí hay una camioneta y andate a Monteros, reabrí la agencia y empieza a trabajar “, así no más. Ese fue el comienzo”.

Por su parte, Logarzo recuerda que “desde que él (Juan Manuel Maccio) funda la agencia en el 86 y en toda la historia de la agencia, planteaba que teniendo un técnico de aquí, vamos a tener una dinámica de grupo mejor. Entonces me propone Juan como técnico. Edgardo también. Somos los tres de Monteros, los tres somos conocidos”.

Además agrega que “al vivir en Monteros cuando nos necesitamos, nos hablamos por teléfono. Juan nos habla y nos dice “changos necesito juntarme con ustedes diez minutos para conversar lo de mañana”, eso nos fortalece”.

Asegura también que “siempre hacemos hincapié (en que somos de aquí), porque a los programas de intervención en el territorio mandan un técnico de Tucumán a Taco Ralo. No tiene recursos, porque el programa solo le prevé que venga dos días a la semana entonces ¿qué desarrollo y extensión puedes hacer viniendo solo dos veces a la semana?”.

Sin embargo, esta situación se repite también en los promotores que trabajan para el programa Cambio Rural. Así lo manifiesta, Pedraza: “el Ing. Maccio nos contiene, así que uno siempre se llega para colaborar. Un poco también pasa porque uno es gente de campo y somos criados así. Así que uno ya tiene eso de colaborar cuando se puede y con los vecinos, porque todos somos vecinos un poco más cerca, un poco más lejos pero todos somos vecinos”.

Esta particularidad los compromete en el territorio y define sus líneas y estrategias de acción. Sánchez Tello afirma que “no tenés horarios, porque sabes que en INTA nunca se termina el trabajo. Y como dice Juan “uno con todo el respeto va poniendo límites” a la gente, aunque tampoco es que la gente va a tu casa ¡a las 12 de la noche! Pero si se da eso de todos los días y ¿cómo no vas a conversar?”.

Por su parte, Logarzo asegura que “aquí está el Club Social y los domingos voy a ver partidos de fútbol, que los comparto con los productores cañeros y así se generan los temas...además ¡son todos cañeros! Es decir uno está cómodo, yo no voy al club a

buscar cañeros sino que voy porque me gusta aunque ellos están ahí y no nos molesta”.

Por parte de los actores con los que la agencia trabaja, coinciden en la importancia de que los técnicos sean oriundos de Monteros. De tal manera lo manifiesta, un representante de la cooperativa CODEMONT, Daniel García cuando asevera que “es importante que el INTA sea de Monteros, aunque se puede traer gente de otro lado y capaz que nos va bien también. Pero si puedo decir que está muy bien que sea gente de Monteros, porque si tengo un problema van a decir “che ¿dónde estás?, en media hora te veo”.

El testimonio más claro de esta aseveración, lo da la directora del CIC de Monteros, Cristina Salazar cuando describe lo siguiente: “este chico que está trabajando aquí tiene una particularidad para llegar a la gente. Porque si bien el hábito no hace al monje, pero esa perseverancia, ese compromiso que hay hacia nosotros da resultado. Es él, es Edgardo. Más allá que sea de Monteros, es Edgardo. Usted lo ve pasar a Edgardo y ve el INTA que va caminando”.

Otra cuestión ineludible de la construcción de las perspectivas comunicacionales y de extensión de la agencia es que a diferencia de los escritos institucionales que llaman a los destinatarios como públicos o audiencias, en la agencia se considera que se trabaja con vecinos.

Un ejemplo lo da Sánchez Tello cuando comenta su recorrido de los sábados a la radio: “el sábado salgo a tomar el colectivo a las 7.10 para ir a la radio y viene uno de los productores en camioneta y me hace una consulta. Vas en el colectivo-porque me encanta ir en colectivo a Simoca-y ya vas conversando con la gente, que te pregunta por la semilla o que tiene tal problema. Siempre vas teniendo relación con la gente”.

Continúa relatando que “si no van a tu casa, te encuentran en la calle, en una fiesta o te invitan a un cumpleaños en el campo. Yo tengo muchos ahijados en el campo por esta mismo relación, son cosas que se dan más allá del trabajo”.

De esta cotidianeidad con sus vecinos resulta el conocimiento de los movimientos de los actores y dónde encontrarlos. Tal como lo expresa Logarzo cuando comenta que “aquí no hace falta hablar a un productor para tener una entrevista, hace falta bajar y los encuentras. En los bares, en los bancos que andan todos los viernes porque cobran de la cooperativa, así que nunca pongas una capacitación un viernes, si un jueves...Son todas cosas que Juan nos enseñó”.

Por lo expresado, es posible sostener que esta construcción de ver al INTA caminando en el imaginario de la comunidad no solo se explica por la circunstancia de ser todos nacidos, criados y malcriados en Monteros, sino fundamentalmente por cómo los miembros de la agencia despliegan sus estrategias de extensión y comunicación en la cotidianidad de sus relaciones.

Sea por considerar a los actores sus vecinos, por el trabajo sin horarios ni espacio físico limitado o por considerar que el desarrollo y la extensión deben hacerse a diario, son algunas de las razones por las cuales la comunicación se torna un proceso que circula sin tiempo ni espacio entre los actores de la agencia.

Promovidas por la cercanía y motivadas por la confianza de la comunidad, la extensión y la comunicación empapadas de las matrices institucionales, parece renovarse en estas circunstancias que particularizan y distinguen a la agencia.

V. Entre la Comunicación y la Extensión

De lo expresado en los puntos anteriores, es posible observar que entre las nociones, estrategias y métodos de comunicación y extensión se mezclan otras categorías que a los fines de esta tesis se las llama subsidiarias: desarrollo, intervención, territorio y educación. En este sentido, es importante destacar cuáles son las nociones que aparecen en la agencia.

Como ya hizo referencia, en el INTA se resalta que según el modelo de desarrollo que se promueva, éste definirá al modelo de extensión y a su vez éste último al modelo de comunicación. Resulta significativo conocer las nociones de desarrollo que aparecen en la agencia.

Resaltando el papel multifacético que cumpliría el desarrollo en las comunidades, Maccio entiende que “la problemática pasa por las tecnologías blandas no las duras precisamente, el desarrollo es multifacético, e implica también generación de riquezas, para lo cual hacen falta componentes para generarlas”.

En tal sentido, sostiene que el objetivo del desarrollo “apunta a superar una situación de pobreza de una comunidad, pero la pobreza no se soluciona con discursos sino con riquezas”. Además explica que “esa riqueza en función de superar una situación es el desarrollo, aunque el desarrollo no es lo mismo que producción que aunque también genere riqueza, no lo hace necesariamente en función de todos los componentes de una comunidad (de todos los habitantes de un territorio)”.

Es así que Maccio agrega a su a la noción de desarrollo, el termino equidad cuando aclara que “el desarrollo implica la producción con equidad, es decir que la riqueza que se genere vaya a los sectores que más le hagan falta”.

Por su parte, Sánchez Tello afirma que la noción de desarrollo implica “es estar en la zona viendo lo que hay y dándole cosas nuevas al cultivo. Lo que hacemos es darles

otras herramientas para su cultivos, cultivos nuevos o volver a otros históricos que ya no se hacen, es como volver a las costumbres de antes”.

En tanto que Logarzo hace referencia al termino desde el sentir de las comunidades. En tal sentido, sostiene que “el desarrollo se tiene que dar en el territorio por sus medios, los actores deben generarlo. Entiendo que desarrollo no es lo mismo que ganar más plata, pasa por otras coas. Es el progreso cultural, las satisfacciones personales”.

Para graficarlo, cuenta “una vez me paso que le dije a un productor que trae la caña al ingenio con mula que se compre un tractorcito. ¿Y sabes que me dijo?, que él quería hacerlo así porque representa tener vida social en el ingenio: “yo así voy con los changos y un tractor eso no me da”.

“Entonces-prosigue- eso es desarrollo, primero entender que es lo que ellos quieren, que es el mensaje del INTA y estamos acertados. Pensar cuál es el desarrollo para ellos y desde ahí ayudarlos: él la pasa mejor con su mula, es feliz”.

Sin embargo, en estas nociones aparece implícita y explícitamente la idea de cambio o transformación que caracteriza la impronta de los diferentes modelos de desarrollo, y que se produciría a través de la intervención.

En tal sentido, la promotora del programa Cambio Rural Carla Buezo comenta que “los productores de mi grupo son ocho, dentro de los cuales siempre hay algunos más abiertos al cambio y a probar cosas nuevas. No es fácil trabajar de la misma forma con cada uno de ellos, porque algunos les cuesta más, son más temerosos y hay que trabajar más con ellos”.

Como ya se indico en la parte de **Introducción**, el INTA cuenta con herramientas -que son los programas- para intervenir en el territorio. Consultado por lo que entiende por intervención, Logarzo hace mención a estos instrumentos y considera que estos no pueden ser aplicados de igual modo en todas las regiones porque “no es lo mismo un

productor de soja en Tucumán que en la Pampa Húmeda, (así) el programa es el que tiene que ajustarse a las demandas porque todos los territorios son distintos”.

En tal sentido, Sánchez Tello aporta que “en realidad no tiene que ver con lo que te dice un programa, sino como lo desarrolla uno mismo. En momentos de inundaciones nos llaman los mismos promotores para que los ayudemos con agua y mercadería. Pero ese vínculo lo hace uno, no el programa”.

Además agrega que “nosotros intervenimos mucho, no solo para ver lo productivo. A veces nos llaman de las escuelas para hacer un beneficio y ahí se interviene en eso, como con la radio que hablamos de temas que no son productivos solamente. (Entonces) Es involucrarse en las problemática y en el desarrollo del territorio”.

En este punto, Sánchez Tello introduce la importancia del rol que los promotores de Prohuerta cumplen en las comunidades y los describe como “un promotor es la persona que está más contacto con la zona, y en forma gratuita entrega semillas, frutales y pollitos. Son nuestros brazos largos en el territorio porque nos ayudan a poder llegar a la gente porque uno solo no puede llegar, ni conocer todo”.

“Son los referentes de las comunidades, pueden ser personas, escuelas, CAPS o algún CIC o Centro Vecinal”, afirma. Consultado acerca de cómo se los elige comenta que “ellos se acercan para decirte que quieren hacerlo. Por lo general, son personas inquietas, que no solo entregan semillas sino que hacen la gestión para que este el agua; para que el camino esté en condiciones; para que limpien los canales. Son gente que les gusta andar en este tipo de cosas, son más de cuarenta, y más de uno por comunidad en algunos casos”.

No obstante-y como ya señalo en el apartado de **Las Políticas, Acciones y Actores de la Agencia**- no todos los promotores tienen el mismo rol. Los promotores del programa Cambio Rural además de recibir un subsidio por su trabajo, sus tareas se inscriben en la transferencia de tecnologías.

Así lo describe el promotor del mencionado programa, Dante Díaz cuando explica que “el promotor es nexo del INTA y el productor. Porque hay productores que no se acercan a la institución, nosotros debemos ir a buscarlo a la finca”.

Por su parte, la promotora Buezo agrega que “el promotor se encarga de acercar al productor todos los adelantos en cuanto a su cultivo, que tal vez por sus propios medios no podría acceder. Como el cultivo de la caña es muy tradicionalista, ellos se pueden negar a probar nuevas alternativas. El promotor tiene que asesorar para que el productor mejore su producto y obtenga mayores beneficios dentro de la actividad”.

En tanto que el promotor Celso Pedraza comenta que “el productor es muy reacio al cambio, pero si ve que un vecino ha mejorado con una herramienta del INTA se acerca. Así de a uno, se acercan”.

Cabe destacar que mas allá de las diferencia entre unos y otros, lo cierto es que los promotores son los que funcionan de “sensores” de las comunidades, tal como ellos mismos los describieron. En tal sentido, es importante-también-mencionar que se entiende por territorio.

Logarzo asegura que territorio “ya no es el espacio geográfico, ahí están los actores. Seria donde están los actores”. En tanto que Sánchez Tello coincide con que “no es lo geográfico, no se limita a un mapa. Ni a los horarios porque es la gente la que nos necesita”.

De estos encuentros con los actores aparece el concepto de educación y especialmente-como ya nos referimos-el de educación bancaria, el cual Sánchez Tello describe como que “siempre uno está educando y se está educando. Por ejemplo trabajamos con un programa de alfabetización enseñando a los chicos la importancia de las verduras. Y eso es educar, transmitir lo que uno sabe”. En tanto que Logarzo coincide en que “educación está relacionada con extensión, es transmitir conocimientos”.

Además cabe agregar que la transmisión de estos saberes está apoyada en los materiales de difusión que el INTA promociona, y Díaz lo destaca: “(se entregan) folletos, libros, material didáctico para computadoras. Eso nos beneficia para llegar más al productor”.

No obstante, esta noción de educación que acompaña las prácticas de extensión y comunicación se aleja del concepto propuesto por Freire que supone el desconocimiento de la realidad de los destinatarios y su visión de mundo. Como ya nos referimos, en este caso es la inserción de la agencia en la comunidad; sus estrategias cotidianas; su trabajo interinstitucional; su concepción de los actores como vecinos y la planificación cotidiana de las actividades la que caracteriza y distingue a la agencia del resto.

A modo de recapitulación, es posible deducir que por desarrollo se entiende como un proceso por el cual es posible superar una situación de pobreza, a través de la distribución equitativa de la riqueza y el respeto por las tecnologías autóctonas de los actores del territorio, por medio de la innovación y difusión de tecnologías agropecuarias.

En tanto que la noción de territorio hace referencia a aquel lugar donde están los actores sin un mapa y sin horario. De esta manera, abordan el territorio a través de la intervención en las problemáticas productivas y sociales, por medio de instrumentos programáticos como Prohuerta, Minifundio y Cambio Rural que la institución provee y acomoda según los actores.

De estas nociones, es posible decir que entienden por extensión a la práctica que se lleva a cabo en un proceso de desarrollo, a través de la cual es posible acercarse a las partes por medio del encuentro que se da con la intervención.

Es en este encuentro donde aparece la comunicación como herramienta, cuyo objetivo no es solo lograr producir un cambio por medio de la incorporación y actualización de tecnologías agropecuarias sino que aparece como una herramienta para la existencia.

VI. Problemáticas de Extensión y Comunicación

En el marco de uno de los objetivos centrales de esta tesis y con el fin de construir una propuesta de acciones para la agencia, se propuso reflexionar y debatir en talleres las problemáticas que surgieron en los relatos, la observación y el análisis de los documentos referentes a las nociones, estrategias y métodos de extensión y comunicación.

Estas reuniones se extendieron de noviembre de 2012 a marzo de 2013 y participaron los miembros de la agencia y los promotores del programa Cambio Rural, que tomaron parte cuando la temática les resultaba de su incumbencia.

En los primeros encuentros la dinámica consistió en priorizar las cuestiones que se iban a trabajar; ordenar la información en *problemática*, a la que se entiende no son solo cuestiones negativas que se quieren cambiar, sino también aquellas que destacan a la agencia y que desean mantener; analizar la información y distinguir los *datos*- son las situaciones concretas que hacen referencia a esa problemática-y *causas*-las cuales pueden ser revertidas o no-, y finalmente se propuso algunas líneas de acción en este sentido.

A continuación se presenta el siguiente cuadro con las problemáticas que surgen de las memorias de los talleres y que se dividió en dos grandes grupos: comunicación y extensión.

Comunicación		
Problemáticas	Datos	Causas
<p>-Centralización del INTA Famaillá en difusión y diseño de los contenidos de comunicación.</p>	<p>El INTA Famaillá es la estación experimental por donde pasan gran parte de las cuestiones operativas o de gestión, como trámites administrativos y en donde están los comunicadores.</p> <p>Faltan publicaciones de la agencia.</p>	<p>El INTA Famaillá cuenta con dos personas a cargo del área de comunicación.</p> <p>Sin embargo, siempre se depende de una que es quien toma las decisiones del área.</p> <p>El INTA cuenta con un manual de imagen corporativa, cuyos diseños se proponen en el programa Corel Draw y en las agencias no solo no cuentan con ese programa, sino que tampoco se tiene conocimiento de sus aplicaciones.</p> <p>El diseño de los contenidos que propone el manual suele ser recargado de color, lo que perjudica la información priorizando el diseño.</p> <p>En tanto que para la impresión de las publicaciones también existe una centralización de las imprentas con las que trabaja el INTA Famailla, ya que estas se encuentran en la ciudad de Famailla o en Tucumán, lo que resulta dificultoso para la realización de cambios que puedan surgir; por el traslado que significa estas distancias de la agencia y por los recursos económicos que se requieren para desplazarse.</p> <p>En cuanto a la difusión, Famailla centraliza la información en el boletín electrónico</p>

		<p>mensual. Este tiene una ruta de revisión de la información, que pasa del técnico al jefe de agencia, de éste último al técnico, del técnico al comunicador, que lo devuelve al técnico nuevamente, y finalmente al comunicador para la publicación.</p> <p>Cualquier cambio que se realiza en este circuito puede perjudicar el sentido de la información.</p> <p>Este camino muchas veces sufre demoras porque se junta con otras actividades, que quita tiempo para escribir y publicar.</p> <p>En cuanto a la información que se publica en los medios de comunicación provincial, por lo general surge del mismo boletín mencionado. Tal situación lleva a que no haya un contacto directo del medio con el técnico que promueve esa información, lo cual provoca que se cometan errores de interpretación por parte de los medios que no corroboran los datos. Algunas notas, las promueven los mismos medios cuando se gestiona una entrevista sin pasar por Famaillá.</p> <p>En el INTA Simoca trabaja una persona que cumple las funciones de comunicador, pero no se conoce si se puede disponer de él.</p>
-Estrategias de difusión local de	Cuando se realizan reuniones, es la	Se realiza esta estrategia porque se conoce

<p>la información para reuniones y/o capacitaciones.</p>	<p>agencia la encargada de la difusión de la información. En tanto que el diseño de lo que se distribuye lo hace Famaillá.</p> <p>La difusión se realiza a través de afiches se pega en los negocios, cooperativas, bares, bancos o en el campo; con hojas chicas que se entregan en mano a los productores; por teléfono o en la calle, y también por comunicado a las radios locales. En la oficina se dejan afiches o panfletos para entregar a la gente que viene hacer consultas.</p> <p>El número de carteles, panfletos e invitaciones-que -a veces se imprime en Monteros- es 100. Por lo general, estos se distribuyen en Monteros y Simoca, a veces también en la Cooperativa Famaillá y en la Cooperativa Los Barrientos, de Aguilares.</p> <p>La agencia cuenta con una importante base de datos de los contactos, que se actualiza en cada reunión y que se usa para las invitaciones.</p>	<p>a la gente de la comunidad. Se conoce que les agrada que las invitaciones en persona y que se les expliquen de qué se tratan las reuniones.</p> <p>En cuanto a los afiches sirven para poder llegar a otras personas y así asegurar una mayor convocatoria.</p> <p>Además la difusión de la información en la zona es un compromiso. Se entiende como parte del trabajo, se relaciona con el rol del extensionista que es el de tener contacto directo con el productor y las instituciones.</p> <p>En tanto que Famaillá no cuenta con personal para hacer esta distribución / difusión, así solo se limita a enviar mails a las agencias.</p>
<p>-Falta de diseño de paquetes</p>	<p>No hay quien que se ocupe de</p>	<p>Anteriormente existía en Famaillá una isla</p>

<p>pedagógicos locales.</p>	<p>hacerlos, y solo se cuenta con solo con los videos de Pro huerta que envían de Buenos Aires. Si bien en los 90 se realizó uno en Tucumán, Santiago del Estero y Salta en la actualidad solo se re editó el de granja. No obstante, no hay un paquete pedagógico realizado en Monteros puntualmente de ninguna actividad.</p>	<p>de edición y producción de videos e imprenta. En los 90 se cerraron o dejaron de funcionar muchas áreas del INTA por falta de fondos, entre estas la imprenta y la isla quedaron sin usarse con lo cual se volvieron obsoletas y tuvieron que desmantelarse. En cuanto a la gente que trabajaba allí fueron trasladadas a otras áreas y agencias, algunos sin una actividad formal en la actualidad. En esta isla se produjeron muchos videos institucionales y documentales, pero no paquetes pedagógicos locales propiamente dichos. En la actualidad tampoco esta priorizada esta actividad, que en otras épocas se consideraba una actividad importante.</p>
<p>-Falta de vehículos para llegar a más productores.</p>	<p>La agencia cuenta con dos vehículos, uno no sirve más y el otro es un utilitario que cumple la función de un auto para viajar, con lo cual no puede ser usado para lo que se lo necesita.</p>	<p>Muchas veces se carga los vehículos con caña para llevarla hacer análisis; semillas; plantines y flores, y así se pone en riesgo su normal funcionamiento porque no tiene capacidad de carga. Se necesita una camioneta con cabina simple y otra doble, porque también se lleva gente a las capacitaciones. La agencia no tiene el vehículo que necesita porque sumadas las necesidades de todas</p>

		las agencias mas las de la misma EEA, hacen que en el reparto de vehículos toque el que caiga en suerte. Por lo tanto el problema no es puntual de esta agencia sino de la institución.
-Sede. Su ubicación favorece el trabajo. Limitaciones en los espacios físicos.	<p>La sede actual se encuentra en pleno centro.</p> <p>Esto favorece a que solo la gente asidua a la agencia se acerque con mayor frecuencia, además que facilita el traslado aunque no haya lugar para estacionar. Sin embargo, la ubicación no es visible para todos.</p> <p>En tanto que el espacio que cuenta la agencia es de una sola oficina dividida en dos, con una superficie de 21 m2.</p> <p>Si bien la agencia puede disponer de otra oficina que le presta la Asociación Civil, que es atendida por los miembros de la agencia, pero no se puede trasladar los papeles, información e internet a esa oficina. Entonces su uso es esporádico y no formal.</p> <p>Además la agencia no cuenta con un salón de reuniones propio.</p>	<p>La ubicación actual de la agencia es un punto estratégico ya que se encuentra en el centro de la ciudad de Monteros y es de fácil acceso para los actores.</p> <p>Para la comunidad en general su ubicación no favorece a su visualización, ya que el cartel que existe en la puerta es chico, además el lugar al fondo es oscuro y solo lo ve quien entra al bar de debajo de la agencia.</p> <p>Además mucha gente llega sin querer a la oficina, porque antes funcionaba tránsito y otras oficinas.</p> <p>En cuanto al espacio de la agencia y los compartidos, surgen de un convenio con la Unión de Cañeros Independientes de Tucumán (UCIT) y la Liga de Cooperativas (que ya no existe en la actualidad).</p> <p>Todo el edificio es de UCIT y no tiene mantenimiento, como limpieza en general, pintura y estructura que están en malas condiciones.</p> <p>Del mantenimiento puntual de la agencia se</p>

		<p>ocupa sus miembros.</p> <p>En la actualidad en el piso donde se encuentra la agencia, es la única oficina funcionando además la de UCIT, que no convoca a mucha gente.</p> <p>Este espacio donde funciona el INTA Monteros es gratuito y no genera ningún gasto, ni siquiera la luz (el INTA en la actualidad solo paga el teléfono). Situación que en los 90 resultó beneficioso, ya que no había fondos para las unidades y así la agencia se quedó en esta sede.</p>
-Nueva sede para el año entrante.	<p>Este proyecto surge como propuesta de la agencia basada en un diagnóstico que se realizó junto con otras instituciones- como cooperativas, municipios, ingenios y productores independientes- del cual surgió la demanda de contener en un espacio propio a la mayor cantidad de productores de la zona. En este sentido, son las pymes cañeras (cañeros chicos) la mayor cantidad de productores de la zona y para fortalecerlos surge como una de las necesidades fortificar a la agencia en todo su sentido, por ejemplo con más personal, vehículo y otra sede.</p>	<p>Esta realidad es positiva porque la agencia tendrá su propio el lugar. Sin embargo, también es negativa porque para el productor que cuenta con los medios propios de transporte será accesible y cómodo llegar, mientras que para aquellos que usan los medios de transporte públicos les resultará más complicado acceder. En tanto que resulta ventajoso los espacios con los que se contará para hacer ensayos demostrativos; salón de reuniones; estacionamiento; asador; cocina; baños; una oficina privada y cuatro para los técnicos, y deposito.</p>

	<p>Esta demanda se reforzó por el cambio de visión del INTA, que en la actualidad apunta a la política de enfoque territorial que beneficia a las agencias por su trabajo en el territorio.</p> <p>A esto se suma que los socios de la Cooperativa Ibatín donaron un terreno de 1200 m2 para construir la nueva sede de la agencia el año entrante.</p> <p>En tanto que el crédito para la construcción, surge de un crédito que se le otorga a INTA por medio de un organismo internacional, que también financia a otras instituciones nacionales.</p> <p>Además la Dirección de Arquitectura Nacional de INTA se ocupará de dirigir la obra. En febrero del 2013 comenzará la construcción y se proyecta a 18 meses.</p>	
<p>-La agencia no posee un espacio oficial propio en internet, como en las redes sociales.</p>	<p>La experimental centraliza la información. No se conoce si existe alguna disposición para que la agencia pueda tener su propio espacio en internet, aunque algunas unidades tienen cuenta en facebook.</p>	<p>En la actualidad no tener un propio espacio oficial en la web perjudica a la comunicación, aunque la mayoría de los productores no usan internet también se trabaja con escuelas, promotores y profesionales que si usan este espacio.</p>

		<p>Tampoco cuenta con un espacio oficial en facebook, la cuenta que usa la agencia es de Edgardo.</p> <p>Además no cuenta con una persona que diseñe el espacio web y suba los contenidos.</p>
<p>-Presencia en las radios locales en columnas semanales.</p>	<p>La agencia tiene su espacio en tres radios: en Monteros FM Municipal los días lunes, y en Simoca FM Sinetic y Sensación los sábados fuera del horario laboral, a través de columnas semanales dentro de programas populares de la zona.</p> <p>En cuanto a la presencia en radios comunitarias, no se cuenta con el tiempo para ocuparse de estos medios. Sin embargo, se manda material de la agencia para que se difunda, como es el caso puntual de la radio de Amberes.</p>	<p>Estas columnas facilitan la posibilidad de acceder a más gente por medio de la radio. Edgardo se ocupa de la gestión y producción de contenidos para las columnas. En Simoca trabajaba junto con Federico Albornoz, y que hoy se perdió su valioso aporte.</p> <p>Hay una falta apoyo en la producción y armado de los contenidos a difundir. A lo que se suma el escaso tiempo y falta de capacitación en medios de comunicación.</p> <p>En este sentido, los contenidos surgen de los boletines y/o gacetillas institucionales, además acerca de lo sucede en la semana en la agencia y en INTA en general, sobre todo lo referido al programa Pro huerta. Además cuando surge alguna consulta de la audiencia sobre algún tema se lo resuelve en vivo o se busca la información para la semana siguiente.</p> <p>En la actualidad existe una demanda de la radio para hacer un programa propio. Los</p>

		espacios son gratuitos y se necesita una producción dedicada a ese espacio en particular.
-La agencia no tiene un espacio en el canal de tv local.	Nunca se gestionó un espacio, ni tampoco se cuenta con personal para producir un programa o un espacio en tv, ni el tiempo para hacerlo. En Monteros se transmiten tres señales de cables: Direct TV, CCC, ATS y otro.	El canal local es muy reciente y tampoco cuenta con una programación continua. Solo cuenta con tres programas y el resto de la programación repite los mismos, más otros de Buenos Aires y algunos de otras localidades como Concepción. La agencia no tiene tiempo ni producción para hacer un programa de tv.
-La agencia trabaja con distintos tipos de actores con diferentes demandas.	Los actores son: cooperativas, comunas, municipalidad, ingenios, escuelas, CIC, promotores cambio rural, promotores Pro huerta, fundaciones, Red de Mujeres, barrios periurbanos, centro vecinal, bibliotecas populares, Programa de Alfabetización para Adultos, etc.	Esta realidad es buena por la diversidad que significan estas instituciones. Además la agencia tiene necesidades que se satisfacen con estos vínculos, como la colaboración para la entrega de semillas; uso de instalaciones para capacitaciones; demostraciones; provisión de herramientas e insumos; agrupar productores de las cooperativas; el uso de tierra para ensayos. A vez estas se compensan con capacitaciones y asistencia técnica; material vegetal sano; análisis de rendimiento fabril y de suelo, semillas de hortalizas. Cada actor tiene sus demandas que se trata de cubrir desde la agencia y/o con capacitadores de Famaillá y de otras unidades.

		En el caso de los programas como Pro huerta, Minifundio y Cambio Rural anualmente se hace un relevamiento de las demandas en capacitación y otros temas. No obstante, en cualquier momento del año pueden surgir demandas de la gente.
-Ser local.	Los miembros de la agencia son nacidos en Monteros.	Este dato facilita llegar a la gente así como cubrir en su totalidad la zona, ya que se tiene un conocimiento acabado de la comunidad y sus lugares. También es beneficioso para la gente, porque se percibe a los miembros de la agencia mas como vecinos que como técnicos. Se los encuentran en cualquier lugar todos los días, conocen sus casas y familia lo que les genera una gran confianza. Además al vivir en la misma zona se ahorra el desgaste del traslado al trabajo y el tiempo que se pierde. Si hay corte de ruta o paro, lo mismo se trabaja en la oficina.
-Planificación conjunta de las actividades.	Las actividades se dividen en masivas y en propias de cada proyecto. Estas son programadas anualmente según la época del cultivo, pero pueden surgir muchas otras en el año que se incorporan como nuevas capacitaciones o institucionales.	La planificación entre todos ayuda a saber qué es lo que hace cada uno y a cubrir algún inconveniente que surja. De esta manera el trabajo es más ameno y así se logra un mayor consenso con los compañeros, lo que asegura los resultados a futuro de cualquier actividad.

	<p>En cuanto a las actividades masivas responden a las de caña de azúcar, ya que es la actividad principal de la zona y mas público tiene. En cambio las de Pro huerta y Minifundio en floricultura responden a públicos más reducidos y específicos.</p> <p>Además los lunes se realiza una programación semanal para uso del vehículo, actividades en general y se dividen las tareas para cubrirse en caso de ausencia de alguien.</p>	
<p>-Política de la agencia.</p>	<p>La agencia trabaja con una dinámica de equipo, en donde todos planifican juntos las actividades, comparten fondos y uso de vehículo, oficinas, computadoras y otras herramientas como cañón y máquina de fotos.</p>	<p>Esta dinámica contribuye al trabajo en equipo que ayuda a cubrir las necesidades de todos. Cualquiera puede ir a una reunión por otro; no hay claves en las maquinas; cualquiera puede hacer una nota y firmarla; mandar mail en nombre de otro compañero como enviar un pedido de comisión, autorizar y solicitar algo. Siempre todo con conocimiento del jefe de agencia.</p> <p>Además ayuda que son todos de la zona y se conocen, lo que facilita poder cubrir las necesidades a cualquier hora.</p> <p>El trabajo en equipo facilita las tareas cotidianas y las programadas.</p>

Extensión		
Problemáticas	Datos	Causas
-Centralización del INTA Famaillá. La sociedad civil identifica a la institución con INTA Famaillá.	El INTA Famaillá es mas visual para la gente, ya que se encuentra sobre una ruta provincial donde pasan muchos colectivos. Esta ruta fue la antigua traza hacia Tucumán y obligadamente se pasaba por ahí. En cuanto a la agencia, la ubicación del edificio actual no favorece a que la genta conozca la oficina porque el cartel no es fácil visualizarlo.	Se supone que la gente espera que los edificios de las agencias sean como el de la experimental: grande, visible y con muchas oficinas “mega”. En cambio la agencia posee un espacio físico mucho más chico del esperado. A esto se suma que mucha gente no sabe lo que es una agencia, porque es una terminología muy institucional: lo que único que identifica la gente con agencia es la de quiniela. Además –también–la centralización de la información contribuye a la centralización de la experimental.
-La formación académica dificulta decodificar los mensajes, “bajarlos” y abordar problemáticas sociales.	En la facultad forman técnicos especialistas en producción, con el único objetivo de mejorar el cultivo y el ingreso del productor, sin tener presente las problemáticas sociales.	La práctica forma. Hoy existen otros profesionales de áreas sociales que colaboran pero que no es parte del equipo de la agencia. Pero por lo general los productores entienden cuando se les propone alguna capacitación. Cuando se propone algún técnico de otra unidad para que dicte alguna capacitación, le pedimos que hable en términos sencillos. Como metodología, se usa la comparación en algunos casos para aprender alguna técnica o mejorarla. La única fórmula que se da es la

		regla de tres simple.
-Ser local: se trabaja sin horarios y en todos lados.	<p>El territorio que forma parte de la zona de influencia de la agencia, concentra toda la actividad productiva y los actores, como los productores, cooperativas e ingenios.</p> <p>El ser local no solo contribuye a que los tiempos para acercarse a estos actores sean más aprovechados -porque no es necesario trasladarse o viajar hasta la agencia-, sino también al estar disponible en cualquier lugar y a cualquier hora para las consultas.</p>	<p>El trabajo cobra otro significado y es posible encontrar a los miembros de la agencia en cualquier lugar, con lo cual “el mito que nadie es profeta en su tierra” no es verdad es en este caso.</p> <p>Esta realidad significa que el trabajo no pasa por tener un horario de oficina, sino estar disponible en cualquier lugar o a mano del productor para consultas.</p> <p>Así las relaciones que son más fluidas, porque la gente conoce quienes son.</p>
-Falta personal.	<p>En la agencia son solo tres los que forman parte del plantel de personal de INTA, lo que dificulta que se llegue a todos los productores del territorio.</p> <p>A pesar de que la agencia cuenta con 4 promotores Cambio Rural- que reciben una remuneración mensual por su trabajo- y 45 promotores voluntarios- en este caso no reciben un sueldo por su colaboración-del programa Pro huerta, su situación contractual no</p>	<p>Para subsanar este tema es necesario esperar que se abran las vacantes para técnicos y administrativos para satisfacer esta demanda de la agencia.</p> <p>Sin embargo como la agencia aun no cuenta con un personal técnico numeroso y ni con un edificio propio, desde la institución se considera que no es necesario tener personal administrativo.</p>

	<p>exige mayor compromiso que el que asumen en sus tareas específicas para los que fueron contratados.</p> <p>En el caso de los promotores asesores de Cambio Rural se comprometen en muchas otras actividades que escapan a sus obligaciones, haciendo que su trabajo sea imprescindible en las capacitaciones, jornadas, ensayos, reuniones, etc.</p> <p>También que la agencia no cuenta con personal administrativo ni de maestranza o limpieza que haga las tareas del área, con lo cual estas tareas insume tiempo y dificulta las otras actividades.</p>	
<p>-Relación extensión e investigación de Famaillá.</p>	<p>En la agencia se articula con investigación del área de caña, raquitismo en caña, suelo, economía, flores y frutas finas de la experimental. Anteriormente con maíz del ex CER Leales.</p>	<p>El investigador de la experimental investiga en el territorio, es decir que los productores los que les proporcionan el terreno y material genético, por ejemplo para toma de muestra fabril, análisis de raquitismo, ensayos de herbicidas y experimentar en nuevas variedades.</p> <p>En tanto que el contacto con los investigadores de la experimental es directo. Es decir que se comunican por teléfono</p>

		<p>cuando surge una duda; algún problema del cultivo; por reuniones; para planificar las actividades de las jornadas de capacitación, aunque los temas se los propone desde la agencia dependiendo de la época del cultivo y de las necesidades del productor; para la planificación de muestras en raquitismo y análisis fabril; sobre relevamiento de rendimiento cultural (kg de caña por ha y por surco) y daños por heladas, etc.</p> <p>Con los centros de investigación o institutos de investigación no hay relación. Por lo general el vínculo que desde esas unidades se propone responde a alguna necesidad puntal que ellos tienen, como un dato que necesitan de la zona por ejemplo virosis en arroz o por para participar en alguna capacitación.</p> <p>Por lo general los destinatarios de ciertas líneas de investigación que llevan adelante estas unidades, no coinciden con las necesidades de los productores, como es el caso de ganadería.</p> <p>Tampoco no se conoce lo que se está investigando en la actualidad, como es el caso de las actuales líneas en maíz y porcinos.</p> <p>Desde la agencia motoriza la demanda para</p>
--	--	--

		<p>averiguar que se hace en investigación en los institutos, ya que no se tiene un contacto ni información de sus actividades.</p> <p>Es la afinidad entre los investigadores y extensionistas suma a la relación.</p>
-Burocracia institucional.	<p>En el armado de proyectos, de grupos que dependen de la mirada de Buenos Aires, aprobación de fondos, asignación de vehículos y sobre todo en las cuestiones administrativas.</p>	<p>En el caso del armado de los proyectos, en gestiones anteriores había dificultades para la aprobación de estos. Tal situación se debía a que la mirada sobre la composición de los grupos venía de Buenos Aires, que muchas veces desconocía la realidad local.</p> <p>Hoy con esta nueva gestión, el coordinador del proyecto regional conoce el territorio y la problemática de la zona. Además participa como un agente más de todas las reuniones, presentaciones y otras actividades institucionales.</p> <p>Esta nueva coyuntura facilitó la aprobación y ejecución de todos los proyectos en general, como es el caso de Cambio Rural y Minifundio.</p> <p>En tanto que en las cuestiones administrativas, siempre en algún momento del año los fondos llegan fuera de término con la obligación de mal ejecutarlo a corto plazo. Hoy el nuevo sistema de liberación de fondos ocasiona muchas dificultades, y es necesario que el sistema de administración</p>

		<p>se agilice porque son los mismos miembros de la agencia los que deben ocuparse de seguir los trámites.</p> <p>En cuanto a la asignación de vehículos a las agencias, el mecanismo no responde a las necesidades locales.</p>
<p>-Áreas como Recursos Humanos, Higiene y Seguridad e incluso los gremios no conocen las agencias.</p>	<p>Estos no conocen a la gente que trabaja en las agencias, cuáles son sus actividades, dónde trabajan y cuáles son sus necesidades.</p>	<p>Con la sola evaluación de desempeño que el INTA realiza anualmente, no alcanza para conocer a la gente y sus necesidades.</p> <p>Puntualmente las tareas de RRHH consisten en llenar planillas y formularios administrativos, descuidando la parte humana de la gente. Consideramos necesario que recursos humanos se humanice y las personas dejen de ser un número.</p> <p>En cuanto a los gremios tampoco conocen la realidad de cada agencia y su gente, y sus actividades se limitan a negociar las paritarias. Además no hay ningún secretario gremial, delegado o afín al gremio que forme parte del algún plantel de las agencias, todos están en Famaillá.</p> <p>En cuanto a Higiene y Seguridad, el Centro Regional cuenta con un solo agente en el área que no visita continuamente las agencias.</p> <p>Este agente que tiene su oficina en el Centro Regional, donde no puede observar las</p>

		necesidades de las unidades de cerca. La agencia no dispone de elementos completos de higiene y seguridad.
-La actividad cañera es la principal de la zona. Crisis actual.	<p>En la zona existen registrados cerca de 2500 productores cañeros. La agencia atiende formalmente a cerca de 50, pero si suma a los que asisten a las capacitaciones son muchos más.</p> <p>En la actualidad la crisis se sustenta en el precio del azúcar, lo que provoca que muchos inviertan en otras actividades dejando esta producción en segundo plano.</p> <p>Además los productores no planifican ni prevén las coyunturas desfavorables que provocan los altibajos del precio del azúcar, lo que provoca que busquen soluciones a corto plazo.</p>	<p>La actividad está regida por ciclos del precio del azúcar, cuya tendencia es más años en baja que precios altos.</p> <p>Los subsidios que existen para la actividad son ficticios, es decir que impactan más en los grandes productores que en los medianos y pequeños, ya que el volumen de producción que manejan los primeros provoca que obtengan mayores beneficios en insumos y porcentaje de producción.</p> <p>En este sentido, los pequeños y medianos productores se encuentran desamparados por el estado, a lo que se suma que no cuentan con una entidad gremial que los represente.</p> <p>En la actualidad, con la desregulación de la actividad- es decir que hoy cualquiera puede incursionar en caña- muchos productores invirtieron en el área.</p> <p>En este contexto y puntualmente por los altibajos del precio del azúcar, llevo a que muchos productores mal vendieran sus tierras a nuevos cañeros o industriales, lo que trajo como consecuencia su desvinculación de la actividad por las deudas</p>

		<p>que contrajeron con la industria y la migración de muchos de estos productores a las ciudades.</p> <p>Hoy el 30% de la caña está en manos de cañeros independientes o agrupados, en tanto que el 70% lo poseen los industriales o grandes cañeros asociados.</p> <p>Es importante resaltar también que cuando el precio del azúcar es favorable para los productores, no realizan ninguna inversión que los proteja de algún futuro desfavorable. Así no prevén ni planifican acciones para los años que el precio del azúcar no los favorece, y necesitan buscar soluciones inmediatas.</p> <p>El problema de estas coyunturas negativas se agrava porque algunos de estos productores no alcanzan créditos bancarios para sobrellevar estas crisis, ni tampoco existe un programa del INTA que los contenga en estos casos puntuales y a corto plazo.</p> <p>Si bien desde la agencia se propuso crear un Centro de Experimentación Adaptativa que se lo desarrolló en el Plan Estratégico, de manera de que los productores puedan observar y aprender otras actividades alternativas como pecuarias y hortícolas, aún este centro no está funcionando.</p>
-La actividad cañera tiene poca	La figura del cañero fue	Desde los diferentes gobiernos se estimuló

<p>simpatía social.</p>	<p>históricamente negativa para la sociedad. Desde antaño su imagen se asociaba a la de un señor feudal, y en la actualidad su imagen se relaciona a la del responsable de la contaminación ambiental.</p>	<p>esa imagen de señor feudal, alimentándola con beneficios que otras actividades no tenían.</p> <p>Tales situaciones estimularon que el sentirse cañero sea sinónimo de pertenencia a un estatus social elevado, aunque en la práctica los productores podían tener otras actividades o no ser esta la principal.</p> <p>Como ya se mencionó, en la actualidad con la desregulación de la actividad muchos productores incursionaron en el área y por el precio del azúcar, algunos cañeros de antaño se vieron obligados a vender sus tierras y migrar a otras actividades.</p> <p>Hoy la imagen negativa de la actividad persiste en la sociedad, ya que se le atribuye la responsabilidad de la contaminación ambiental por la quema de la caña.</p> <p>A esto se suma los accidentes de tránsito que provocan las rastras cañeras. En algunas rutas se prohíbe el tránsito cañero, porque el vehículo que transporta la caña es lento y provoca choques con los autos que transitan. Sin embargo, no se proponen rutas alternativas para las rastras.</p>
<p>-Los ingenios usan a los productores chicos como variables de ajustes.</p>	<p>Los ingenios son selectivos para elegir la producción y priorizan a quienes los acompañan desde el</p>	<p>Los ingenios priorizan siempre sus intereses sobre los productores.</p> <p>La producción de los pequeños y medianos</p>

	<p>inicio hasta el final de la zafra, como es el caso de los grandes productores.</p>	<p>productores son variables de ajustes para promediar la baja producción de otro sector. Sin embargo, la producción de estos suele ser de mejor calidad.</p>
<p>-Las cooperativas de la zona están perdiendo influencia.</p>	<p>La mayoría de los dirigentes de las cooperativas actuales surgen de un curso de capacitación que se dictó en INTA, puntualmente en el CECAIN a fines de los 80. Además la fundación de la Liga de Cooperativas de Monteros coincide en el año de fundación de la agencia actual.</p> <p>Las cooperativas con las que trabaja la agencia son: Ibatín, CODEMOT (Monteros), Don Pedro, Las Maravillas y Agraria de Simoca (Simoca).</p> <p>Originalmente surgieron con gran auge ya que no había como comercializar el azúcar individualmente, los productores se congregaron dando nacimiento a las cooperativas.</p> <p>Desde sus inicios los productores no tuvieron un sentimiento de pertenencia o identificación hacia estas, sino que más bien se</p>	<p>La Liga de Cooperativas junto con las principales cooperativas como Santa Rosa, el ingenio Ñuñorco entre otras de la zona se fundieron, lo que trajo como consecuencia grandes deudas y sentó el descrédito del productor hacia el sistema cooperativo</p> <p>Las cooperativas están perdiendo influencia en la zona por un mismo descrédito de sus asociados debido al mal manejo general de la cooperativa y la presión del estado que trata a la cooperativas como empresas privadas debilitando la gestión de estas.</p> <p>El productor en la actualidad encuentra como alternativa más interesante comercializar directamente con los ingenios, obviando las cooperativas, ya que través de esta vía obtienen mayores beneficios económicos. En este sentido, se puede observar a este mecanismo de los ingenios como una estrategia para debilitar a las cooperativas hasta hacerlas desaparecer, aprovechándose la crisis del precio del azúcar.</p>

	reunieron por una necesidad puntual de comercialización que hoy se mantiene.	
-Estrecho vínculo con las instituciones del medio.	Se trabaja asiduamente con los ingenios, unión comercial, cooperativas, fundaciones, escuelas, municipalidades y comunas.	Existe un vínculo fluido con las instituciones sobretodo porque el hecho se conocerse entre sí, a lo que se suma que la cercanía generacional que existe contribuye a la confianza con los actores.
-Necesidad de reflotar la Asociación Civil. Falta la participación de otras instituciones.	La asociación civil es el consejo local asesor de la agencia que toma esta figura, porque significa un nivel más alto que el anterior. Esta organización no se encuentra en otra agencia a excepción de Frías. Desde sus inicios, la asociación dependió de la agencia y en la actualidad los otros actores que la integran no dinamizan su gestión, ya que el trabajo que se realiza en la asociación es voluntario y requiere de tiempo y dedicación.	El fallecimiento de dos personalidades reconocidas hizo que las acciones de la asociación disminuyan. Hoy se requiere una mayor participación y nuevas incorporaciones de otras instituciones o representantes que dinamicen a la asociación y promuevan cambios, como así también que se asuman otras responsabilidades, de manera que se involucren en la asociación y el INTA tenga el espacio que le corresponda como es el de hacer el trabajo técnico y no dedicarse a las tareas de administración, gestión y ejecución que hoy se lleva adelante. Es necesario que el resto de los actores asuman el protagonismo que les corresponde como miembros.
-Necesidad de reactivar el Plan Estratégico.	La Municipalidad de Monteros fue la única y la primera de la provincia en tener un plan como este, en el	Es posible que este plan se haya desactivado porque desde el ejecutivo existe la percepción de perder protagonismo con

	<p>cual tomaron parte todas las instituciones locales para realizar el diagnóstico de la zona y planificar las actividades necesarias tendientes al desarrollo local.</p> <p>Sin embargo en la actualidad este plan no es tenido en cuenta desde el ejecutivo provincial ni del local para llevar adelante acciones tendientes a contribuir a la sociedad.</p>	<p>estas acciones, a pesar de que fueron planificadas en conjunto con otros actores. Sin embargo, en la práctica es el ejecutivo local el que debe ejecutar las acciones.</p> <p>Desde el ejecutivo no existe la costumbre de generar políticas a largo plazo, como las que propone el Plan Estratégico y solo buscan generar acciones a corto plazo. De esta manera no dimensionan la importancia de este plan para la comunidad.</p>
-Vivero Forestal.	<p>Como parte del Plan Estratégico la agencia propuso-entre otras cosas- para paliar una parte de las problemática de las inundaciones crear un Vivero Forestal.</p>	<p>Desde la agencia se propuso hacer un Vivero Forestal, de manera de volver a poblar los márgenes de los ríos porque: no hay mantenimiento de estos; el productor extendió sus cultivos hasta los márgenes de estos, y muchos barrios se crearon en las orillas de estos ríos.</p>

VI. I. Propuesta de Acciones

En cada problemática que se identificó y priorizó en el espacio de los talleres se propusieron líneas de acción, a fin de construir una propuesta de comunicación al servicio de la agencia.

A continuación, se presentan las acciones que se propusieron en los talleres junto con los objetivos que se pretenden alcanzar en cada caso.

Objetivo	Acciones
<p>- Que los comunicadores conozcan lo que sucede en las agencias y deje de estar encerrado en las oficinas.</p>	<p>- Cada proyecto regional debería contar con un comunicador que circule por las agencias, de manera que tenga presente las novedades y conozca lo que pasa en cada zona. -Otorgarle a los comunicadores los medios necesarios para tomar contacto con el territorio.</p>
<p>-Que la agencia cuente con alguien responsable del área para poder tener más publicaciones; organizar los eventos con más detalles; tomar fotos; hacer entrevistas; tomar registros audiovisuales; escribir las notas; hacer prensa y diseñar de las publicaciones. -Que la agencia pueda tener un comunicador para un mejor registro y calidad de la institución, de manera que la comunicación sea más vivida.</p>	<p>-Solicitar un comunicador específico que se ocupe del territorio Tucumán Sur o al menos de las actividades de la agencia.</p>
<p>-Facilitar el acceso a los diseños e impresión de las publicaciones a fin de acortar los tiempos actuales. - Abaratar los costos o ajustar las publicaciones al presupuesto con que contamos e imprimirlos donde sea de nuestro agrado. -Reforzar el trabajo de la agencia en las publicaciones de la experimental y cartelería en general.</p>	<p>-Proponer plantillas en otro programa que sea fácil de usar en cualquier momento por nosotros mismos. -Sugerir que los diseños sean más simple, como a dos colores o en escala de grises y con papel común. -Proponemos tener la libertad de elegir la imprenta que más cómoda nos quede para cambiar o ajustar lo que publiquemos, de manera de sufrir los inconvenientes de traslado sea a Famaillá o a Tucumán. -Todos los comunicados y publicaciones salgan con la firma de Agencia Monteros. -Realizar publicaciones y carteles de cada programa, donde se refleje las actividades que realizamos de manera de descentralizar el INTA Famaillá y que nos identifiquen como INTA.</p>
<p>-Continuar con la misma estrategia de difusión en la zona, de manera de poder llegar a la gente con tiempo. -Mejorar el traslado al territorio.</p>	<p>-Seguir con la misma estrategia de difusión en la zona, a través del contacto directo con la gente y el boca a boca. -A través del proyecto de caña recibiremos en abril un vehículo, y otro más que nos pasa la AER de Aguilares. Estos son importantes para el funcionamiento de la agencia, ya que nos</p>

	<p>permitirá movernos más cómodamente sin límites de horarios y así poder acercarnos a más productores.</p>
<p>-Promocionar la nueva sede. -Reconocer a los socios de la Cooperativa Ibatín el gesto de haber donado las tierras para la sede de la agencia.</p>	<p>-Hacer publicidad para dar a conocer la nueva sede de la agencia por medio de: comunicados para difundir en la radio, las páginas, las comunas y la televisión; con carteles en el centro; actualizar nuestra la información de contacto en la página de Famaillá; poner banderas, y hacer folletos para dejar en las escuelas o comunas.</p> <p>-Colocar carteles: uno sobre la ruta (vialidad tiene previsto hacerlo); un cartel al frente de la AER; carteles internos que identifique las oficinas, los baños, los ensayos y todos los espacios, y otro donde se destaque las actividades de la agencia, los programas con los que trabajamos y resalte nuestra historia de manera que se conozca que hacemos en la AER.</p> <p>-Proponer en los mapas de información turística o del municipio que agreguen un logo de INTA dentro de la promoción de Monteros.</p> <p>-Solicitar a vialidad que en la ruta coloquen carteles de señalización del INTA como por ejemplo “a 5 km se encuentra el INTA”.</p> <p>-Realizar un acto de inauguración la nueva sede, y colocar una piedra basal donde se indique que el terreno fue donado por la cooperativa Ibatín en asamblea y por intermedio de la votación de los socios.</p>
<p>-Tener presencia formal y oficial en las redes sociales. -Facilitar la búsqueda de la información y mejorar la calidad de la página web de la experimental, de manera que contribuya a la evaluación de las publicaciones a fin de año como así también ayudar a los extensionistas a llevar un orden de sus publicaciones y simplifican un poco sus tareas.</p>	<p>-Averiguar si es posible que la agencia tenga un espacio en internet propio o al menos una cuenta de facebook oficial.</p> <p>-Nombrar a alguien que ocupe de los contenidos y las fotos de estos espacios. Mientras tanto seguiremos usando la cuenta de Edgardo para publicar algunas actividades de la agencia.</p> <p>-Proponer que en la página oficial de la EEA exista un espacio que refleje las actividades de cada agencia por</p>

	separado.
-Garantizar la presencia en las radios locales con columnas semanales.	<p>- Se podría incorporar a algún promotor que colabore con estos espacios. Algunos de ellos están interesados en trabajar en los medios para lo cual es necesario capacitarlos, aunque uno de ellos ya realizó un curso en medios comunitarios y se puede contar con él.</p> <p>-Buscar apoyo de los técnicos para que visiten el programa o hacerles entrevistas, ya que sería importante contar con la opinión de los técnicos de terreno.</p> <p>-Acercarse a las radios comunitarias y/o a otras por medio de micros, que se podrían realizar en el INTA Famailla ya que recientemente se armó estudio de radio, sino averiguar donde se pueden editar.</p> <p>-Contar con una persona que escriba los guiones de los micros, siguiendo una línea editorial de los contenidos técnicos (con la aprobación de cada programa) pero haciéndolos más amenos.</p>
-Continuar trabajando con los distintos actores del territorio. -Atender las diferentes demandas que se presentan, incrementando el equipo de trabajo, de manera que realice otras actividades que no sean específicamente técnicas.	<p>-Las actividades que podemos seguir realizando son: capacitaciones; entrega de materiales de caña sana, de semillas de hortalizas y gallinas ponedoras.</p> <p>-Colaborar con otras instituciones en sus actividades tanto de asistencia técnica como en otras temáticas sensibles para la comunidad.</p> <p>-Realizar una vez al año-sea a principio o fin de año, cuando el presupuesto lo habilite- una reunión con los distintos actores y/o promotores para recibir información, hacer un diagnóstico anual de sus necesidades y de lo que esperan de cada programa (aunque estas reuniones si se realizan en Minifundio y Cambio Rural).</p> <p>-Tomar capacitaciones en metodología de manejo de grupo.</p> <p>-Contar con equipo interdisciplinario o un comunicador que nos colabore para abordar las diferentes temáticas del</p>

	<p>territorio, como por ejemplo en la continuidad de trabajo con los grupos; en la recopilación de la información de las acciones de manera de reconocer nuestros avances y fallas; para conocer sobre los diferentes géneros, de manera de saber qué contenidos son necesarios para -por ejemplo- un congreso, un artículo periodístico, etc.</p>
<p>-Lograr que los técnicos del INTA tengan un contacto más fluido con las comunidades.</p>	<p>-Sugerimos que la institución tenga en cuenta el lugar de residencia de los técnicos, de manera que estos vivan en el lugar donde la agencia se encuentra y así desarrollen mejor su trabajo en la comunidad.</p> <p>-Sería importante que el INTA reconozca en dinero los alquileres o desarraigo, de manera de facilitar el traslado o la vivienda al menos de los jefes de agencias. Así por lo menos alguien tome contacto permanente y directo con la zona, y no sea un foráneo que todos los días entre y sale de la agencia.</p>
<p>-Mantener la política de trabajo en equipo de la agencia. -Fomentar el trabajo en equipo en el INTA. -Conocer el trabajo de todos en el INTA.</p>	<p>-Continuar con la misma política de planificación semanal y anual de las actividades, ya que nos da resultados positivos para nuestro trabajo en equipo.</p> <p>-Incorporar a los nuevos compañeros de trabajo a esta dinámica.</p> <p>-En el INTA debería existir una evaluación de abajo hacia arriba, para saber que piensa la gente de sus superiores. Ya que el trabajo en equipo depende de la relación que hay entre la gente de la unidad, y así llevar a la practica el mensaje que llevamos al campo de que “la gente se una para trabajar”.</p> <p>-A pesar de que dentro del proyecto nos juntamos, debería haber entonces un mayor acercamiento entre la gente para conocer lo que hacemos o habilitar un canal que facilite la comunicación, como una hoja informativa que congrege e informe sobre lo que hacemos.</p>
<p>-Consolidar la relación con los técnicos del área de investigación. -Conocer las líneas de acción de los</p>	<p>-Continuar con la buena relación con la gente de investigación, de manera de ofrecer a nuestros productores productos</p>

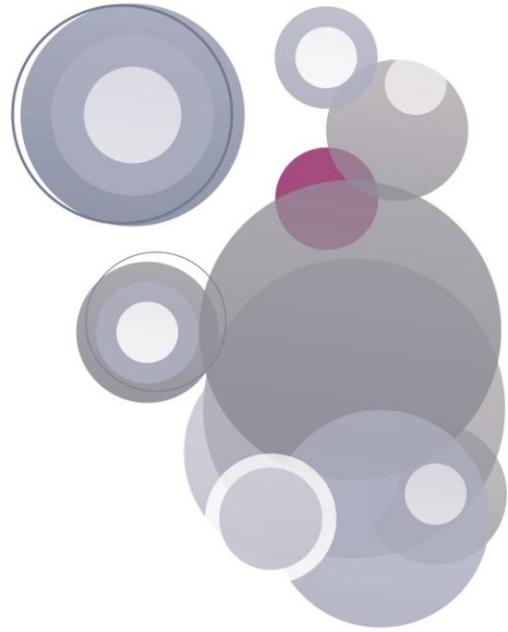
<p>institutos de investigación del INTA.</p>	<p>mejorados.</p> <p>-Seguir con las reuniones una vez al mes, así se pueda estar al tanto de lo que lo se necesita en terreno y de paso nosotros nos capacitamos y analizamos la zona cañera en conjunto.</p> <p>-Proponer que los institutos de investigación den a conocer sus actividades no solo en internet, sino tener más contacto con las agencias para que sepamos qué actividades realizan y compartir alguna línea. Sería importante que realicen alguna presentación sobre lo que se investiga y coordinar acciones en conjunto, pero no que quede en una simple demanda de investigadores sino que haya una devolución o intercambio sobre que nos solicitan.</p>
<p>-Agilizar las cuestiones administrativas.</p> <p>-Cambiar el perfil del área de Recursos Humanos e Higiene y Seguridad.</p>	<p>-Sugerir que a nivel nacional se revea el sistema de gastos para las operaciones.</p> <p>-Es importante contar con gente idónea que haga de contención psicológica, que salga al territorio para conocer la situación particular de la gente que trabaja en las agencias.</p> <p>- La gente de RRHH, de Higiene y Seguridad y del Gremio debería visitar una vez por mes a las agencias, para que conozcan sus necesidades. Puntualmente RRHH debería especializarse en áreas más humanas, que van más allá de papeles impersonales.</p>
<p>-Contribuir a apoyar a la actividad cañera en su crisis actual.</p>	<p>-Para buscar o mostrarles otras alternativas de producción, sería importante activar el Centro de Experimentación Adaptativa para lo cual es necesario gestionarlo así se haga una realidad.</p> <p>-Para ayudar a mejorar la imagen de la actividad en la provincia podríamos apoyar campañas que se realicen en este sentido por los organismos que corresponden.</p>
<p>-Apoyar a las cooperativas como actores importantes en la comunidad.</p>	<p>-Desde la agencia podemos re editar los cursos de capacitación sobre cooperativismo que desde el IPACYM se gestionaba y que por faltas de fondos se</p>

	dejo de dictar. Para poder continuarlo es necesario retomar el contacto con el instituto.
-Reflotar la Asociación Civil. -Reactivar el Plan Estratégico.	-Promover una mayor concientización de participación de los otros actores en la asociación, con reuniones donde se demuestre el impacto que tendría su participación en la organización. -Proponer una reunión con el ejecutivo local de manera de recordar la existencia del Plan Estratégico, que está al servicio de la comunidad y del cual pueden sacar provecho.

De la lectura de las acciones que se presentaron, se observa la persistencia de la idea de comunicación como intercambio estratégico que tiene como principal escenario la cotidianeidad. Desde esta perspectiva, la comunicación aparece como herramienta que posibilita la difusión, por medio de la cual la existencia está asegurada.

En tanto que en la noción de extensión se refuerza su sentido más metodológico que conceptual, cuando se hace hincapié en la acción de acercar a las partes las ideas y propuestas tecnológicas, usando como principal método la educación bancaria mezclado en cada situación con perspectivas comunicacionales.

Ambas categorías están atravesadas por otras que las acompañan y nutren en los documentos y las practicas. Además en cada caso, es posible observar cómo las diferentes perspectivas de comunicación y extensión se cruzan construyendo un modelo, impregnado de la matriz institucional pero adaptada a las necesidades locales.



Conclusiones

Conclusiones

De las nociones, métodos y estrategias que el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria formula y promueve se observa una estrecha relación entre comunicación y extensión.

Los documentos institucionales sostienen que según el modelo de desarrollo que se tenga como marco guiará el modelo de extensión, y este a su vez definirá el modelo de comunicación.

Esta relación entre los términos de extensión y comunicación cobra visibilidad en las prácticas cotidianas que se manifiestan en los diferentes territorios donde el INTA interviene. Son en estas prácticas donde surgen diferentes nociones, que si bien se ajustan a los matrices institucionales, deben acomodarse a las coyunturas y necesidades locales.

En cuanto a las nociones de comunicación que están presente en el INTA, de los documentos institucionales se extrae que se concibe a la comunicación como estratégica y así la incorpora en sus planes y prioridades. Además se entiende que es una responsabilidad de todos y cada uno de los miembros de la institución.

En las prácticas de comunicación aparecen distintas nociones: comunicación institucional, comunicación estratégica, comunicación para el desarrollo, comunicación popular todas juntas y mezcladas.

A nivel nacional, es posible encontrar las siguientes nociones:

-Comunicación Institucional, la cual se lleva adelante por medio de la Gerencia de Comunicación e Imagen Institucional (GECOM) que depende de la Dirección Nacional Asistente de Sistemas de Información, Comunicación y Calidad.

Sin embargo, se concibe que todo el personal es responsable en forjar y consolidar la imagen institucional a través de sus palabras, actitudes e imagen. Pero se reserva para la red de comunicadores la tarea de hacerlo profesionalmente en todo el país, a través del Departamento de Comunicaciones.

-Comunicación Estratégica, en mayo de 2009 se creó la Coordinación de Investigación en Comunicación Estratégica (CICE) que dependía de la Dirección Nacional Asistente de Sistema de Información Comunicación y Calidad.

Desde esta coordinación se promovió una red de comunicadores investigadores en todo el país y se gestionó una red abierta a unidades similares y equipos de investigación que desarrollen, desde las Universidades u otros organismos nacionales e internacionales, conocimientos en comunicación rural.

Esta coordinación tuvo como objetivo principal integrar en la tarea del INTA a la comunicación como elemento conductor del proceso de innovación, con el propósito de fortalecer las capacidades teórico-metodológicas desde el enfoque de la comunicación estratégica.

Este enfoque considera la emergencia de actores en torno a problemáticas, buscando facilitar espacios de encuentro y el desarrollo de capacidades de los actores implicados como agentes del cambio en los territorios. Esta perspectiva implica pensarlos como fenómenos complejos y en constante movimiento, reconociendo las diferentes realidades y respetando las identidades culturales, los conocimientos y los modos de percibir y hacer en un tiempo y espacio dado.

-Comunicación para el Desarrollo, esta noción fue impulsada por el [Programa Nacional de Apoyo al Desarrollo de los Territorios](#), por medio de lo que fue el Proyecto de Comunicación en Apoyo al Desarrollo, hoy ya finalizado.

Este proyecto proponía fortalecer las capacidades del INTA para el diseño de estrategias y el uso de herramientas de comunicación, de manera de facilitar la participación de los actores en los procesos de desarrollo territorial.

En la actualidad muchos comunicadores siguen esta línea de trabajo en la institución, cuyas prácticas se traducen principalmente en acompañar a la transferencia de tecnología en el territorio por medio de la adecuación de los mensajes técnico con palabras; dibujos; fotos; gráficos, etc. a fin de que las comunidades puedan adoptar las tecnologías que se les proponen. Sin embargo, en algunos casos estos comunicadores dejan de estar atrás de los extensionistas y lideran sus propios procesos de gestión de la comunicación en las comunidades.

-Comunicación Popular, esta noción está siendo promovida desde el Programa Prohuerta en conjunto con diferentes organismos estatales y académicos a fin de abordar su rol en el desarrollo local y el papel del estado como garante del derecho a la comunicación.

En este sentido, se están abriendo espacios de intercambio de las experiencias de las distintas partes del país, que son compartidos con una multiplicidad de instituciones públicas como el INTA, la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA) y los ministerios de Agricultura y Desarrollo Social de la Nación. Además en estos encuentros se brindaron herramientas de capacitación, con apoyo de las universidades y otros actores institucionales, para la gestión de medios comunitarios de manera de fortalecer la labor de quienes trabajan en terreno.

Sin embargo, no existe a nivel nacional, regional o local una política de comunicación que oriente las acciones en un proyecto específico, sino que cada grupo sigue sus lógicas que en algunos casos son guiadas por algún referente de la institución. No obstante, en la actualidad existe la voluntad de construir líneas de trabajo específico en la temática aunque aún no se han concretado.

Es importante-además-agregar que estas nociones que se mencionaron, están construídas en base a diferentes perspectivas comunicacionales que han circulado y circulan en el INTA, a saber:

-Modelo Informacional, este modelo propone en todas sus variante un carácter lineal e instrumental de la comunicación. Esta característica se manifiesta en la transmisión de un mensaje, que tiene como protagonista al emisor que emite un mensaje -por medio de un canal determinado- a un receptor que se limita a decodificarlo; con lo cual su participación queda desfigurada.

Desde este enfoque la imagen del receptor aparece como un mero reflejo del emisor, y su función queda reducida y “subsidiada por el emisor”. Pero esta imagen del receptor solo aparece contrarrestada cuando ocupa el lugar del emisor en un acto de comunicación de doble vía, lo que llevo a una serie de reformulaciones.

En este sentido, cabe recordar lo que la autora María Cristina Mata señala: “así, por ejemplo, fue consolidándose la idea según cual la información se diferencia o distingue de la comunicación en tanto que la primera es solo transmisión unilateral de mensajes. Mientras que la segunda es el intercambio de mensajes. Vale decir, un proceso en el cual distintos sujetos pueden funcionar como emisores”.

Por lo tanto, este modelo equipara la relación de las maquinas a la relación entre las personas, en la medida que iguala las funciones del emisor (codificador) y del receptor (decodificador) en relación al código que considera neutral. En tanto que las limitaciones de este enfoque se observan cuando la sociedad adopta modalidades de comunicación masiva, como las manifestaciones colectivas en ceremonias y rituales sociales.

-Comunicación y Cultura, cuya perspectiva enfoca a la comunicación como hecho y matriz de la cultura. Esto posibilita observar e indagar las articulaciones que se producen en los mensajes y productos que circulan en la sociedad en un determinado momento; la modelación de los gustos y opiniones, y la manera en que se construyen

los mensajes de la sociedad donde tanto emisores como receptores aparecen como partes activas del proceso, cada uno con sus roles en la producción de sentidos.

Este enfoque se construyó a través del aporte de disciplinas como la semiótica, la teoría literaria y ciertas perspectivas sociológicas como los Cultural Studies ingleses.

Entre los aportes que forjaron esta perspectiva, cabe destacar la consideración de las prácticas comunicativas como espacios de interacción entre sujetos, como lugar donde se producen sentidos con lo cual deja a tras el carácter lineal que proponía el anterior modelo.

De tal manera, el receptor deja de ser un sujeto pasivo y su actividad pasa a ser importante para evitar que el sentido quede en suspenso, aunque su relación con el emisor es desigual.

Cabe agregar-además-que a las competencias comunicativas que desde esta postura se le atribuyen al receptor, se reconoce también a los discursos la capacidad de producir efectos y sentidos posibles. Así se pone límites a la capacidad re significadora del receptor, con lo cual ni este último ni el emisor gozan de libertad total y absoluta en el proceso.

En tanto que los emisores deben organizar sus mensajes no solo a partir de sus intenciones, saberes y deseos sino también deben tener en cuenta las condiciones de recepción del discurso, es decir la situación y la competencia de los receptores.

Otro aporte destacado de esta perspectiva es que considera la naturaleza de lo comunicado. Esta postura sostiene que lo que transmite no son mensajes particulares reconocibles en sí mismos, sino conjunto textuales que surgen de las prácticas que remiten a un código lingüístico, sonoro o visual; a otras prácticas y sus respectivos productos como modos de decir-géneros, estilos, etc.-; a medios para hacerlo con su diversidad de canales-, y a tipos de circunstancias en que ciertos discursos se producen, etc.

Además este enfoque permite observar y comprender las características de los procesos de comunicación popular o de comunicación educativa, ya que sostiene que sus mensajes serán recibidos como un conjunto textual que remite a un continuum simbólico y cultural.

-Comunicación Masiva, hacia los años 40 comienza a forjarse una asociación de la cultura masiva a los medios de comunicación y se comenzó a pensar en la autonomía de los medios para regular -con sus mensajes- los comportamientos de los individuos.

Los medios comenzaron a ocupar el centro de la escena, y se desconocía a la cultura como lugar de producción de sentidos. Así se equiparó a todos los medios de comunicación y se pensaba en ellos como la única causa capaz de producir unos determinados efectos.

En este sentido, Mata asegura que “no se consideraba, por ejemplo, que la transformación de las relaciones interpersonales está relacionada estrechamente con un nuevo ordenamiento de la vida cotidiana en el cual los medios de comunicación juegan un papel importante, pero que está decisivamente marcado por las transformaciones económicas y sociales experimentadas en nuestros países a partir de los procesos de industrialización y urbanización”.

Cabe agregar que desde este enfoque, no se pensaba que estos procesos operaban de manera distinta en todos ámbitos. Con lo cual no se tenía en cuenta las variantes que se dan en los diferentes contextos y momentos en que se producen, como es el caso del ámbito urbano y el rural.

Durante mucho tiempo se instaló en el imaginario colectivo la idea de que lo masivo aludía a una muchedumbre pasional y sin rumbo, capaz de ser manipulada por grupos poderosos y donde los medios tenían el rol de mantener el statu quo.

Sin embargo, este enfoque propone considerar a la cultura masiva como algo más que la suma de los medios, sino como el resultado de la lógica económica y social de la cual surge como matriz con la capacidad de moldear las acciones de las personas.

Desde las epistemologías más informacionales hasta las más relacionales, dan cuenta del modo en que se piensa y practica la comunicación en la institución que si bien son variadas en sus enfoques, contribuyen a construir un modelo propio y multifacético.

En este sentido, es importante resaltar que el INTA retoma en algunas de sus acciones en comunicación y emancipación en América Latina, lo cual implica remitirse a Jesús Martín Barbero y su obra “De los medios a las mediaciones”, donde asegura que: “la cultura es la gran mediadora de todo proceso comunicativo” y plantea el concepto de mediación, desde donde se otorga sentido al proceso.

Además cabe destacar que Barbero traslada al campo de la cultura el concepto del desarrollo sostenible. En tal sentido, para el autor las culturas viven procesos que hay que pensarlos en los siguientes planos:

-respecto a la autonomía; con lo cual se trata de “la capacidad que tiene una cultura para decidir sobre su pasado, su presente y su futuro”, además significa la capacidad y derecho de negociar y decidir sobre lo que afecte a las comunidades culturales.

-la capacidad de transformarse, como capacidad estratégica para mantenerse viva. En este sentido, el especialista señala que las culturas viven en tanto se comunican e intercambian con otras, de lo contrario mueren.

-la proyección de la propia cultura hacia fuera de sí misma, donde se destaca el papel de los medios de comunicación como prácticas culturales. En este sentido, se plantea dejar de pensar en los mensajes como marcos de análisis en sí mismos para detenerse a pensar en el sentido construido desde los mensajes y en relación con los sujetos.

Desde tal enfoque, la comunicación aparece como una dimensión constitutiva de las culturas. En tal sentido, Barbero asegura que las culturas existen y viven en la medida en que se comunican, y cuando se comunican se arriesgan exponiéndose a otras y así se transforman.

Por lo tanto y desde este enfoque, en los procesos comunicacionales se construyen sentidos donde todos los sujetos -individuales y colectivos-están involucrados. Además es también un proceso de construcción colectivo que genera no solo claves comunes de lectura- es decir sentidos que contribuyen al entendimiento-, sino también promueve acciones comunes en una sociedad, donde la comunicación es el soporte de estas relaciones.

Desde estas miradas, se construye la tradición de estudios de comunicación en América Latina, que pretende reconocer en sus enfoques a la memoria de los pueblos que son justamente destinatarios de las políticas del INTA. En este sentido, la comunicación cobra una doble dimensión: política, que implica la intención de decir; la libertad del acceso a decir; la libertad de expresión; el derecho a la comunicación, y simbólica, que aparece en las historias personales y las vivencias que hablan de las personas.

Es así que cuando se piensa en procesos comunicacionales desde esta perspectiva, se habla de procesos sociales de transformación. De estos surgen diferentes denominaciones para nombrar a la comunicación las cuales remiten a procesos emancipadores de sectores que se sienten marginales, donde se entiende a la comunicación como un derecho de estos pueblos de tener otra comunicación en la que se reconozcan en su voz.

Esta distintas maneras de llamar a la comunicación data de las décadas del 60 y 70, cuando en América Latina se vivía el desarrollo de proyectos políticos populares que se desenvolvían en el marco de corrientes de liberación nacional y en plena vigencia de algunos países del Estado Benefactor. En tal contexto es cuando se plantea la comunicación alternativa, la comunicación comunitaria, la comunicación popular.

La necesidad de los sectores marginales de tomar la palabra, a través de un proceso de transformación donde la comunicación se asuma como un derecho propio, aparece como el propósito fundamental que define lo alternativo en comunicación latinoamericana.

No obstante, Barbero asegura que “la comunicación alternativa no es aquí nada nuevo ya que desde las experiencias pioneras de Paulo Freire, la comunicación estuvo ligada mas a la liberación del habla, de la actividad y la creatividad popular que a la potencia o al tipo de medio utilizados”.

Desde este enfoque, la comunicación se asumirá como alternativa en la medida que dé cuenta de la complejidad que implica estos procesos sociales, que remiten a una historia que refleja la articulación de las prácticas comunicativas-en el lugar de las mediciones- con los movimientos sociales.

Más allá de los variados enfoques desde los cuales los autores proponen abordar esta noción, todos dan cuenta de los procesos de transformación de las comunidades en América Latina. Es en estos procesos donde se observa con claridad la relación entre las diferentes perspectivas de desarrollo y la comunicación, que desde las políticas del INTA se promueven.

Los autores consultados sostienen que el enfoque de comunicación para el desarrollo se gestó antes en la práctica que en la teoría. Por su parte, Luis Ramiro Beltrán afirma que los primeros esbozos teóricos comenzaron diez años después de las prácticas y corresponden a siguientes perspectivas:

-del Tradicionalismo a la Modernidad. Este enfoque corresponde al sociólogo Daniel Lerner, que sostenía hacia 1958 la extinción de la sociedad tradicional para abrir paso a la modernidad. Este paso se daba en las etapas de urbanización; participación de la gente en la comunicación masiva; alfabetismo y participación en política.

-Difusión de Innovaciones, de Everett Rogers que en 1962 afirmaba que su postura teórica era el motor de la modernización de la sociedad. Entendía a la innovación como una idea percibida como nueva y luego transmitida a la sociedad.

En este sentido, afirmaba que la difusión de la innovación dependía de la tasa de adopción de esta y una vez cumplidas estas funciones, los medios de comunicación serían la atmósfera adecuada para el desarrollo.

-Creación de un clima para el Cambio. Esta postura fue propuesta por Wilbur Schramm en 1964, la cual sostenía que la comunicación masiva era la formuladora de políticas, por lo cual debía cumplir una serie de tareas en relación a las necesidades de desarrollo de la gente.

Estas eran: estar informada de los planes, acciones, logros y limitaciones del esfuerzo pro desarrollo; ser partícipe del proceso de toma de decisiones sobre asuntos colectivos, y aprender las destrezas que el desarrollo impone manejar. Estos planteos se divulgaron mundialmente con apoyo de la UNESCO, lo que convirtió a este autor en uno de los principales referentes de la comunicación para el desarrollo.

De estas posturas surgieron las principales conceptualizaciones de la relación entre comunicación y desarrollo en la región, de las que Beltrán destaca a la Comunicación de Desarrollo; Comunicación de Apoyo al Desarrollo y Comunicación Alternativa para el Desarrollo Democrático. A estas conceptualizaciones, se suma otra que aporta Contreras Baspineiro como Comunicación-Desarrollo o Comunicación Con Desarrollo.

Estas concepciones son las más nombradas en la literatura y las más citadas por los especialistas. No obstante, existen diferencias entre estas, pero a los fines prácticos los autores y el INTA las agrupan en una sola denominación general: Comunicación para el Desarrollo.

Las perspectivas que se mencionaron tienen en común la impronta de búsqueda del cambio o la transformación de una determinada situación, lo cual ha sido motivo de distintas intervenciones en el territorio por medio de la extensión.

En tal sentido, en esta tesis interesó particularizar sobre el Sistema de Extensión del INTA, el cual apunta a generar un marco de apoyo al desarrollo local.

A los objetivos de esta tesis, es importante destacar la noción de extensión que promueve la institución, la cual es definida en sus documentos como proceso de intercambio de información y conocimientos para el desarrollo de capacidades de innovación de la comunicación rural.

Tanto los autores que fueron consultados en esta investigación como la propia historia del INTA, demuestran que la perspectiva de extensión siempre fue dependiente del modelo de desarrollo aplicado durante los diferentes periodos históricos; es así que se piensa más desde lo metodológico que desde lo conceptual.

De esta manera el foco de la extensión está puesto en la acción misma de extender, transmitir o enviar un mensaje, el cual debe estar pensado y planificado apropiadamente para su reproducción.

En tal sentido, resulta indispensable analizar esta categoría a la luz de las propuestas teóricas de Paulo Freire, para quien el término remite a “extender algo a o hasta alguien”.

Desde esta perspectiva, el extensionista extiende sus conocimientos y técnicas para su aplicación en el territorio. Para el especialista la acción de estos agentes implica “la necesidad que sienten aquellos que llegan hasta la “otra parte del mundo”, considerada inferior, para hacerla más o menos semejante a su mundo.

Además este enfoque sugiere que extensión no remite a una práctica educativa “liberadora”, sino que es persuasión y propaganda. Desde este punto de vista, las

tareas de los extensionistas se ajustan mas al concepto de extensión por sus acciones domesticadoras, que a la comunicación.

Con el objeto de innovar, lo que se persigue con estas tareas es que las comunidades con las que se trabaja cambien sus ideas y saberes por los que se les propone el técnico, cuyo éxito se mide en la aplicación de las mismas

Cabe agregar que Freire en este punto resalta el problema filosófico que esta noción promueve, cuyas acciones pretenden sustituir un conocimiento por otro. En tal sentido, el autor considera que el conocimiento exige una presencia curiosa del sujeto frente al mundo, que demanda una actitud crítica en el acto mismo de conocer.

En este punto es donde el especialista resalta que la relación entre extensión y educación solo tiene sentido si se toma a esta última como práctica de domesticación. Desde su mirada, considera que educar como práctica de libertad no es extender algo desde la sede el saber hasta la sede la ignorancia, con el propósito de salvar- con este saber- a los que habitan en aquella.

En tanto que en la trayectoria del INTA, no solo se observa la dependencia del término con los modelos de desarrollo sino que además es posible deducir en la noción de extensión una connotación mecanicista que promueve acciones de transferir, extender o depositar conocimientos previamente elaborados hacia los territorios.

Esto es posible observarlo con claridad en las funciones que la institución le otorga a este sistema de extensión, a saber: capacitar a los diferentes representantes de la comunidad rural para fortalecer su capacidad de innovar en tecnologías y organización, adaptarse a los cambios e insertarse en los mercados; adaptar tecnologías a las diversas situaciones productivas; apoyar el crecimiento de la organización local y regional; generar servicios público-privados de información, asistencia técnica y extensión; gestionar redes locales de innovación; apoyar los procesos de desarrollo rural contemplando el manejo sustentable de los recursos naturales.

En tal sentido, es importante agregar que Freire afirma la imagen del sujeto activo - que es quien extiende- frente a los destinatarios pasivos, que son llenados de contenidos, afirmando de esta manera la domesticación que lleva implícita la acción de extensión.

Es así que el especialista recalca que el trabajo de un agrónomo no puede solo limitarse a la sustitución de una tecnología autóctona por otra, por dos razones: no es posible el cambio de procedimientos sin que repercuta en otros ámbitos de la existencia de los hombres; y porque es imposible concebir a la educación neutral.

Propone entonces acercar las partes por medio del diálogo, de manera que disminuya la distancia entre ellos y se promueva la comunicación: “educación es comunicación, es diálogo, en la medida que no es transferencia del saber, sino un encuentro de sujetos interlocutores, que buscan la significación de los significados”.

Por lo expuesto, es posible concluir que con la mera intervención no alcanza para la transformación esperada sino que es necesario involucrar a los actores, empoderarlos. De manera que hagan propio el proceso, problematizando los contenidos a través del dialogo cotidiano que promueva la comunicación entre las partes intervinientes.

Estas nociones de comunicación y extensión que se mencionó, están presentes en los documentos y en las prácticas instituciones, materializadas en métodos y estrategias que caracterizan los términos.

Como se destaco en esta tesis, la estrategia del INTA se enfoca en la innovación tecnológica y organizacional del Sistema Agropecuario, Agroalimentario y Agroindustrial, que en la actualidad ese enmarca en el Plan Estratégico Institucional (PEI) 2005-2015.

La misma se organiza en cuatro componentes estratégicos que actúan sobre los ámbitos de intervención y en interrelación con los sectores públicos y privados, a

saber: Investigación y Desarrollo Tecnológico; Transferencia y Extensión; Vinculación Tecnológica y Cooperación Institucional.

Esta estrategia se sostiene en el territorio nacional con una estructura que comprende: una Sede Central, quince Centros Regionales (CR), cinco Centros de Investigación (CI), cincuenta Estaciones Experimentales (EEA), dieciséis Institutos, más de trescientas Unidades o Agencias de Extensión (AER). Además el Grupo INTA se conforma por dos entidades privadas creadas en 1993, [Intea S.A.](#) y [Fundación ArgenINTA](#).

Cabe agregar que la organización tiene a la innovación como motor del desarrollo e integra capacidades para fomentar la cooperación interinstitucional, generar conocimientos y tecnologías y ponerlos al servicio del sector a través de sus sistemas de extensión, información y comunicación.

Puntualmente el Sistema de Extensión cuenta con las siguientes estrategias:

1-Programa Nacional de Apoyo al Desarrollo de los Territorios. Promueve la innovación tecnológica y organizacional, el desarrollo de capacidades y el fortalecimiento de la competitividad en un ámbito de equidad social y de sustentabilidad ambiental.

Este programa cuenta con diferentes estrategias de trabajo según el tipo de población a la cual se dirige: Programa Federal de Apoyo al Desarrollo Rural Sustentable (ProFeder), marco de articulación de los subprogramas Cambio Rural, Profam, Minifundio, Pro-Huerta, y otras iniciativas locales. Estos subprogramas, son las principales herramientas de intervención de los técnicos en el territorio.

2-Proyectos Regionales. Responden a demandas específicas de las problemáticas regionales.

3-Atención en las Unidades o Agencias de Extensión. Para dar respuestas a las demandas locales, alrededor de mil doscientos profesionales de todo el país conforman un equipo de trabajo multidisciplinario al servicio de la extensión.

Estas estrategias de extensión se llevan a cabo desde la perspectiva de los distintos modelos de desarrollo que surgen en las distintas etapas históricas.

En la actualidad, el INTA promueve sus acciones desde el enfoque de desarrollo rural con enfoque territorial. Esta estrategia se basa en el proceso de transformación productiva e institucional en un espacio rural determinado, cuyo fin es mejorar la calidad de vida de la población involucrada.

En cuanto a las estrategias y métodos de comunicación, no obstante la estructura organizacional mencionada no existe a nivel nacional; ni en el Centro Regional Tucumán-Santiago del Estero; ni en el Proyecto Regional Tucumán Sur y ni en ninguna de las agencias de extensión que tiene competencia, un marco que haga las veces de una política que oriente estratégicamente las acciones comunicacionales.

Son las necesidades cotidianas y las particularidades de cada realidad local, las que imponen la dinámica comunicacional, sujeta a los cortos tiempos institucionales y muchas veces sin un profesional que se responsabilice de estas prácticas.

Sin embargo, es innegable la trayectoria del INTA en la materia. Así de los documentos institucionales se extrae que se considera que la comunicación se produce en tres planos: interno; hacia la comunidad e integrando programas de extensión.

Para materializar la comunicación se utilizan todos los medios como folletos, carteles, boletines de noticias, sitio web, ediciones INTA, videos, exposiciones, etc. Particularmente en cada noción de comunicación que se expuso anteriormente, se observan los siguientes métodos:

-Comunicación Institucional, la construcción de la imagen institucional se realiza a través de la comunicación interna y externa. La estrategia de comunicación institucional se proyecta hacia lo que el INTA denomina como públicos: Interno: formado por todo el personal de INTA perteneciente a Consejos Directivos; Dirección Nacional (Planificación, Operarios, Organización, RR.HH., Administración, etc.);

Direcciones Regionales; Institutos de Investigación; Estaciones Experimentales; Unidades de Extensión; Argerinta; Intea; etc. Externo e Interlocutores referentes: considerados como familias rurales, empresarios, profesionales y agentes financieros que participan de las cadenas agroindustriales; productores minifundistas y sectores carenciados; dirigentes y profesionales del Sistema Nacional de Investigación Agropecuaria; dirigentes y profesionales del sistema de asistencia técnica y extensión rural; dirigentes y profesionales de los Poderes Ejecutivo, Legislativo y Judicial; representantes y profesionales de la comunidad académica- científica; representantes y profesionales de organismos nacionales e internacionales ligados a ciencia y técnica; entidades afines; periodistas; educadores; formadores de opinión; dirigentes y empresarios de la comunicación; consumidores y público en general.

En tanto que los medios que se utilizan para realizar esta estrategia son: medios internos de comunicación, y medios de comunicación masivos, interactivos y de vinculación (medios masivos nacionales, provinciales y locales (medios gráficos-diarios, revistas, libros, otras publicaciones, posters, folletos, etc.-; medios electrónicos-cd, videos-; radios; televisión-abierta y por cable- y medios en vía pública); medios interactivos (electrónicos/informáticos-internet (foros, biblioteca electrónica, etc.), web, email-; telefónicos(0800); eventos, exposiciones y congresos, etc.); medios de vinculación, relaciones públicas, convenios, etc.).

En pos de guardar la identidad institucional hacia adentro y hacia afuera y consolidar la marca INTA, la institución cuenta con un manual de imagen corporativo., el manual cuenta con normas para las publicaciones (libros, revistas) los videos, CD, todo lo referente a boletines electrónicos y el sitio web. Además establece el uso del ISO INTA tanto en uniformes, ropa de trabajo como en cualquier tipo de merchandising, credenciales y gráfica vehicular; como así también se presentan ejemplos orientativos para muestras estáticas, carpas, gazebos, sombrillas, paneles y banderas, afiches, banners, carteles, folletos etc.

Si bien estas estrategias y métodos que se describieron son propios de la GECOM, por lo general también se cumplen en las distintas unidades como prácticas de

comunicación institucional aunque sujetas a la realidad de cada unidad, sus tiempos; recursos y necesidades locales.

-Comunicación Estratégica, el área que estaba a cargo tuvo como ejes de trabajo el desarrollo de investigaciones en comunicación estratégica tanto a nivel regional como nacional; el relevamiento y sistematización de trabajos científicos sobre comunicación rural; asesoramiento y asistencia técnica a proyectos INTA; capacitación de agentes INTA: diseño y desarrollo de instancias de capacitación para agentes INTA; elaboración de normas; red de comunicadores investigadores INTA y articulación con universidades.

Es posible destacar que se concretaron diagnósticos de comunicación y el desarrollo de metodologías para la producción del conocimiento en la materia; asesoramiento y asistencia técnica a proyectos INTA. Además se creó una biblioteca digital, que trabaja colaborativamente con la [Maestría de Comunicación Estratégica](#) de la Universidad Nacional de Rosario.

-Comunicación para el Desarrollo, en el marco de las actividades planificadas por el proyecto que se desempeño es esta temática se previó la identificación y caracterización de experiencias de comunicación en apoyo a proyectos de los que participó o participa la institución y otras organizaciones, con el objetivo de rescatar y documentar estrategias/prácticas de comunicación.

Entre las acciones que se realizaron se destacan el relato de experiencias del PAC, el Seminario del Lechería de Rafaela y el Encuentro de Mujeres Apícolas de Entre Ríos, entre otros, y el plan de formación en comunicación para el desarrollo a técnicos extensionistas de todo el país.

Entre las prácticas de los comunicadores que en la institución siguen esta perspectiva, se resaltan las siguientes tareas: acompañar a los extensionistas colaborando con el diseño y difusión folletos; boletines o cualquier otro tipo de material. Estas actividades tienen como principal objetivo adecuar el mensaje técnico con palabras; dibujos; fotos;

gráficos, etc. a fin de que las comunidades puedan adoptar las tecnologías que se les proponen.

No obstante, en algunos casos estos comunicadores desarrollan sus propios procesos en la comunidades integrando mesas de gestión, promoviendo líneas de investigación que van desde desarrollar indicadores sociales hasta diagnósticos.

-Comunicación Popular, como ya se destacó desde el Programa Prohuerta en conjunto con diferentes organismos estatales y académicos se está promoviendo abordar esta noción.

En tal sentido, se están abriendo espacios de intercambio de las experiencias de las distintas partes del país, que son compartidos con una multiplicidad de instituciones públicas como el INTA, la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA) y los ministerios de Agricultura y Desarrollo Social de la Nación.

Desde estas organizaciones se proponen brindar herramientas de capacitación, con apoyo de las universidades y otros actores institucionales, para la gestión de medios comunitarios de manera de fortalecer la labor de quienes trabajan en los distintos territorios.

Cada una de estas nociones, métodos y estrategias de comunicación y extensión reflejan acciones y sentidos que más allá de coyuntura local donde se materializan están atravesadas por una matriz que las acompaña y hasta las determina en las prácticas.

Desde sus orígenes en 1956, el INTA gestó una matriz que se nutrió principalmente del contexto socio político del país y del mundo, la cual es distinguida por los autores consultados porque demostró la capacidad de adaptarse a los vaivenes de los distintos periodos históricos y por la integración de las áreas de investigación y extensión.

Esta matriz está inspirada en los modelos de desarrollo que imperaron en las diferentes épocas y por lo cual la institución delimita sus políticas de extensión y líneas

comunicación. La emergencia de diferentes modelos de desarrollo responde a la naturaleza misma del aquel, la cual todo sistema de pensamiento presenta contradicciones que pueden provocar hasta su propia declinación y promover así que surja nuevo modelo que se impone sobre el anterior.

Cabe recordar lo que autor Calos Alemany sostiene al respecto cuando coincide con otros especialistas en que las organizaciones que se dedican al desarrollo no existen en un vacío, no son creadas para satisfacerse a sí mismas, sino que están vinculadas al fenómeno histórico del ascenso y la declinación de los modelos de desarrollo.

En tanto los autores señalan que los cambios de perspectivas de desarrollo están influenciados por las relaciones institucionales preexistentes, por el juego de las fuerzas políticas de cada institución, por las capacidades de recrear nuevos modelos mentales y articular nuevas “nuevas reglas de juego”, por el grado y la forma de interacción de la organización y los actores clave de su entorno relevante. Además estas cuestiones aparecen como las responsables de que no se dieran las adecuaciones perfectas y las que definen la capacidad de cambio y de desarrollo institucional.

Caracterizado por su cobertura nacional y experiencia en los territorios, el INTA constituye y construye la visión del sector público sobre la extensión y el desarrollo rural. En tal sentido, desde la institución se distingue que según el modelo de desarrollo que se tenga como marco guiará el modelo de extensión, y este a su vez definirá el modelo de comunicación.

Es así que a lo largo de la historia la organización es posible encontrar distintas maneras de pensar el desarrollo, como perspectivas de extensión y comunicación. Con lo cual, el personal que integra sus filas ha debido adaptarse a los procesos de cambio que se suscitaban en el país y convivir con diferentes ideas en cada periodo, pero que sirvieron de guía para las acciones.

Estas ideas que caracterizaron los diferentes paradigmas de desarrollo, nutriendo la matriz institucional, se materializaron en proyectos de extensión que los especialistas

distinguen por presentar propuestas de asistencia técnica diferenciadas en cuanto a objetivos, audiencia privilegiada, metodologías, actividades y acciones concretas.

Así como los modelos de desarrollo determinan la perspectiva de extensión, los enfoques comunicacionales dependen de estos últimos. En tal sentido, para conocer los matrices que motivan la construcción de las perspectivas comunicacionales, es necesario tener en cuenta las propuestas de extensión que el INTA supo concebir a lo largo de la historia.

En tal sentido, es posible identificar los siguientes proyectos:

-Durante los primeros veinte años de la institución, los autores identifican un primer proyecto caracterizado como el paradigma educativo.

-Este primer proyecto motivo importantes transformaciones que terminaron con la reformulación y creación de un segundo proyecto, el transferencista que tuvo vigencia hasta comienzos de los años 90.

-Entrado el siglo XXI, en el INTA se inició un debate, no concluido aún, orientado a reformular el enfoque de trabajo para adecuarse a las nuevas demandas sociales, ambientales y tecnológicas.

El INTA fue creado en el año 1956 con el objetivo de ser parte del sistema que instrumentaba la estrategia de sustitución de importaciones, perspectiva que se impuso en América Latina una vez finalizada la Segunda Guerra Mundial y que fue impulsada por el estructuralismo.

El enfoque estructuralista consideraba que el deterioro de los términos de intercambio de los países exportadores de materia prima explicaba el atraso y pobreza en los que estaban sumergidos. Así se propuso llevar adelante el desarrollo del sector industrial, a través de un conjunto de instrumentos de política económica, con lo cual-además- era

necesario incrementar la producción del sector agropecuario, a través de la generación y transferencia de tecnología.

De esta manera se organizó la investigación y extensión rural, y el estado pasó a ocupar un rol central en la regulación de la producción y distribución del ingreso entre el campo y la ciudad.

En esta primera etapa de organización de la extensión en INTA, también se destaca la influencia de la corriente sociológica norteamericana. Esta perspectiva promovía un desarrollo lineal de la sociedad tipo tradicional-que se caracterizaba por conservadorismo, lazos de afectividad y soluciones tradicionales para los problemas comunes- hacia la sociedad moderna, donde prevalecían los patrones de lucro, neutralidad afectiva, universalismo, especialización y soluciones técnico científicas para los problemas comunes.

Tanto esta perspectiva como la estrategia de sustitución de importaciones, consideraban ingresar a la modernización agropecuaria. Para lo cual ambas sostenían que se debía implementar soluciones de naturaleza diferenciada, una enfocada al orden técnico y relacionado con objetivos económicos y condiciones de producción y explotación racional de recursos; y otra de orden educacional, vinculada al cambio de mentalidad del campesino para que convierta en alguien apto para la vida moderna.

Estos enfoques inspiraron la organización de la primera etapa del Sistema Nacional de Extensión del INTA, que se caracterizó como una cruzada educativa que pretendía demostrar los beneficios de la modernidad a fin de ayudar a salir del estancamiento al sector rural.

En tal sentido, se realizó un gran despliegue y cobertura territorial a través de las Agencias de Extensión Rural, que por medio de los extensionistas promovían el contacto directo con la población rural a través de sus propuestas de trabajo.

Es así que se comenzó a construir un vínculo con el territorio, el cual trascendía lo técnico imprimiendo de sentido social a las prácticas. De esta manera, los

extensionistas lograron un importante impacto en las comunidades: “eran épocas en que ser extensionista del INTA, era mucho más que ser un empleado público, era saber que la sociedad valoraba el rol social y la importancia de su tarea”, asegura Alemany.

En esta etapa los esfuerzos se concentraron en fortalecer y construir liderazgos locales; a fin de obtener su colaboración de manera de facilitar el proceso de difusión de conocimientos y cambio de mentalidades.

Para alcanzar estas propuestas, el INTA tuvo como base a la unidad familiar. Sus intereses estaba puestos en el bienestar económico y social de la población rural; sus niveles de alimentación; salud; habitación; vestuario; recreación, entre otros que se materializaron en grupos de hombres para analizar sus formas de producir; grupos de mujeres para tratar los problemas del hogar (Clubes de Hogar Rural) y grupos de jóvenes (Clubes 4 A) para iniciar nuevos proyectos y facilitar la sociabilización en las actividades que querían incorporar y transformar.

En tanto que en este periodo se concebía a la comunicación desde el modelo de Información desarrollado por Shannon y Weaver. En este sentido el circuito de la información era vertical: del extensionista a los grupos y, una vez definido el líder, del extensionista al líder y de este a su grupo.

Con este modelo de comunicación no se logró el impacto esperado, en parte porque las personas que se elegían como líderes no tenían un liderazgo real en su comunidad, o por la dificultad de comprensión de las propuestas del extensionista.

En las décadas del 50 y 60, se observaba una la lenta transformación hacia los niveles tecnológicos que se pretendían alcanzar, el cual fue explicado por el estancamiento de la producción agropecuaria, en especial en la zona pampeana.

En tanto que en América Latina se empezaba a escuchar la necesidad de una reforma agraria. Por entonces, las obras “Educación como práctica de libertad” y “Pedagogía

del oprimido” de Paulo Freire, motivaron el trabajo de números militantes, extensionistas y trabajadores sociales.

Hacia los años 70 se produjeron cambios importantes en los órdenes político, económico y social en el país, producto de la internacionalización de las condiciones de producción, que llevó a profundizar la homogeneización de las técnicas productivas que tenía como patrón a los modelos de los países centrales.

Caracterizada por la incorporación de tecnología y el incremento de productividad, como fruto del cambio técnico, algunos especialistas llaman a esta época como el inicio de la “revolución agrícola”.

En esta etapa se dio inicio a un nuevo modelo de uso del suelo en regiones importantes como La Pampa Húmeda, que consiste en la rotación trigo-soja lo que permitió obtener dos cosechas por campaña en la misma superficie. Tal situación de “agriculturización pampeana” se convirtió en el emblema del tipo de modernización de la agricultura argentina, con la generación; transferencia y adopción de paquetes tecnológicos de alto rendimiento.

No obstante estos avances tecnológicos, este periodo también se caracteriza porque se observan brechas de desigualdad en diferentes zonas, como una constante en este proceso de modernización concentrado en la agricultura pampeana de exportación.

Tal situación llevo a la agudización de la crisis socio-económica de las economías regionales y el agravamiento de las condiciones de producción de los agricultores familiares y minifundistas. El estado en tanto asumió el rol de adaptar la estructura productiva a la división internacional del trabajo, por medio del control de las actividades poco rentables, aunque necesarias para la reproducción del capital.

Así el desarrollo agropecuario se basó en un modelo que tenía como eje articular la generación y transferencia de los paquetes tecnológicos de los cultivos claves de exportación.

A mediados de los 70 se impusieron estas nuevas perspectivas del desarrollo, lo que provoco que en el INTA se revisaran las propuestas de extensión. Con el objetivo de aumentar la productividad de los agricultores, en la institución se construyó un nuevo modelo basado en la transferencia de tecnología el cual fue bien recibido a partir del golpe militar del 76.

En tal contexto, los extensionistas dejaron de tener como principal objetivo a las familias rurales- de pequeña producción o minifundio- y se concentraron en los que se consideraban podían absolver la tecnología propuesta.

A partir de entonces, el INTA concibió a la extensión como un modelo lineal y descendente, cuya secuencia se expresa en los procesos de generación, difusión y adopción tecnológica. En tanto que el área de investigación se organizo por la constitución de “sets” de ideas preconcebidas de validez universal, que debían ser acumuladas y finalmente trasladadas en el productor.

Estas ideas promovieron la separación de las áreas de investigación y extensión, lo que aún perdura en la cultura y pensamiento institucional, salvo algunas excepciones.

En tanto que la planificación del trabajo de extensión estuvo centralizada en el Dirección Nacional de Extensión. Así la tarea del extensionista consistía mas en ver cómo se enganchaba en los programas nacionales, que en detectar problemática locales.

En los años 80 las prácticas de extensión en el INTA se modificaron sustancialmente. La nueva propuesta priorizaba las tareas tendientes a la generación y transferencia de tecnología, mientras que en las comunidades se mantenía la imagen del anterior modelo que comprendía la problemática agraria, y así las agencias siguieron siendo las receptoras de todas las problemáticas que aquejaban a las familias rurales.

A mediados de los 80, en el INTA se inició un proceso de reformulación conocido como INTA II. Con el objetivo de desburocratizar y adaptar la organización al nuevo contexto

democrático del país, se diseñó una estrategia basada en tres ejes fundamentales: descentralización, participación e integración.

Para promover la descentralización se otorgaron responsabilidades a la organización regional, creando los Consejos de Centros Regionales con la participación de diferentes actores sociales. Con esta nueva figura se buscaba asumir la heterogeneidad de los territorios y lograr captar las diferentes demandas, como así también impulsar acuerdos de integración con otras instituciones del medio.

En tanto que la perspectiva comunicacional de este periodo, se caracterizó por el enfoque difusionista de otras décadas, y se centró en el esquema de emisor y receptor.

Con la vuelta a la democracia este enfoque convivió con otros que incluían una mayor participación de los actores, sobre todo en aquellas zonas donde primaban los pequeños productores minifundistas.

Hacia la década de los 90 en el país se inició una reforma económica que se dirigió principalmente a la aplicación de políticas de ajuste estructural, a fin de resolver desequilibrios externos y crisis fiscal, lo que provocó procesos inflacionarios. Estas reformas económicas alcanzaron una gran transformación social, con lo cual se abandonó la estrategia de sustitución de importaciones de matriz keynesiana, y se definió una nueva forma de intervención estatal y de distribución del ingreso con bases neoliberales.

Desde esta perspectiva, se dio sustento al proceso de apertura y reforma de la economía, que promovió la reforma del rol del estado y la reducción del aparato público generando un nuevo modelo de desarrollo, donde se excluía a gran parte de la sociedad. En tanto que la tradicional estructura social argentina formada por la clase media, se quebró y se avanzó hacia una sociedad con sectores sin posibilidad de acceso al nuevo sistema productivo y sus beneficios.

Cabe destacar que el nuevo paradigma económico estuvo determinado por lo que sucedía en el contexto internacional, lo que provocó la ruptura del equilibrio que existía entre las políticas macro económicas y las políticas agrícola/agraria. Tal situación, hizo que por parte del estado casi desapareciera el interés por las cuestiones de política sectorial y regional, y se convirtieron en intereses secundarios frente a los esfuerzos por mantener un tipo de cambio fijo.

De manera de responder a los nuevos requerimientos de innovación tecnológica, en el INTA se planteó esta nueva visión del desarrollo que desencadenó en nuevos debates sobre la organización interna de la institución.

Así se impulsó la separación de la investigación de la extensión, privatizando y provincializando esta última. Tal situación hacía presumir que se podía prescindir de la extensión en el INTA con el argumento de que no era posible que en una misma organización se genere tecnología de punta y al mismo tiempo administre programas sociales.

En los territorios, la respuesta institucional fue resistir en los espacios que en otras épocas se ocupaba. Así la presión externa permitió construir una estrategia, que reconocía en la articulación público privada al nuevo reposicionamiento público.

En el INTA se definió que se daría respuestas a las demandas de los productores minifundistas, pequeña y mediana empresa rural, mediana y gran empresa, la agroindustria y los sectores carenciados con insuficiencia alimentaria. No obstante, cada uno de estos actores requería una estrategia de intervención específica para la cual los programas y proyectos se convirtieron en herramientas metodológicas los contenían.

Así se crearon el Programa Social Agropecuario (PSA), el Programa Federal de Reconversión Productiva para Pequeños y Medianos Productores (Cambio Rural) y el Proyecto Integrado de Autoproducción Alimentaria (Prohuerta), que todos juntos formaron la nueva estrategia de intervención del estado en el sector agropecuario.

Estos programas de intervención se acoplaron a las agencias, lo que generó contradicciones internas entre la extensión tradicional y la influenciada por estos programas.

Sin embargo, lo que predominó en esta etapa fue el ajuste permanente, -que se tradujo en reducción presupuestaria y de personal- que perjudicaron el reposicionamiento de la extensión como una de las prioridades institucionales. Pero fue la estrategia defensiva del INTA la que consiguió mantener vigente a la extensión a través de los programas mencionados, que contribuyeron a reconocer la complejidad de las demandas territoriales.

Cabe destacar-además-que en esta década el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) relativizó el PBI como única medida del desarrollo, y propuso a cambio el índice de Desarrollo Humano que rescata indicadores sociales y dimensiones como condiciones y expectativas de vida. Así redefine al desarrollo como un proceso de ampliación de la capacidad de elección de la gente, que implica potenciar las capacidades existentes e identificar las oportunidades a las que las comunidades puedan acceder.

Estas perspectivas permitieron la convivencia del esquema de comunicación difusionista con otros como educación y comunicación popular; estudios etno culturales; el desarrollo de sistemas sustentables de agricultura familiar; investigación acción participativa, entre otros que dieron lugar a nuevas herramientas al trabajo de los extensionistas.

A partir de estos hechos, se abre paso a la globalización que abarca múltiples dimensiones-económicas, políticas-institucional, cultural, tecnológica y físico-ambiental. En este sentido, Ricardo D. Thornthon destaca que “este proceso totalizador además abarca el mismo modelo de desarrollo sustentable, propuesto como alternativa superadora, como así también el modelo democrático como política contenedora y en tanto que en lo económico se propone la ideología capitalista”.

Desde esta perspectiva, la globalización se plantea como un hecho totalizador y planetario que refleja un movimiento global de integración cultural y económica, provocado por la revolución tecnológica de las comunicaciones y transportes, la consolidación del capitalismo y el ajuste estructural sobre sistemas económicos a escala global.

A principios del siglo XXI, el modelo que imperó a la década de los 90 colapsó en sus bases conceptuales e ideológicas y en la actualidad los especialistas señalan que la humanidad toda estaría transitando un cambio de época que al que los estudios en relaciones internacionales llaman Transición Inter sistémica.

Es importante señalar también que el cambio de paradigma que dejó los 90, tuvo como consecuencia-además- que de a poco se deje de hablar de agricultura como sinónimo de rural, para ampliar la perspectiva a ruralidad.

Los especialistas de la región, transitan hacia una nueva lectura de la ruralidad y de las acciones consecuentes que deben llevarse adelante. En tal sentido, las interrelaciones urbanas y rurales aparecen como una estrategia clave para proporcionar una mirada más amplia de todos los actores que conforman y construyen el territorio.

En el INTA se inició un proceso de revisión de su proyecto de extensión, que reconoce la necesidad de producir una transformación en la institución que reoriente los conceptos, enfoques y metodologías de trabajo. Aunque es un proceso reciente, cabe descartar que entre sus propósitos aparece la promoción de la innovación tecnológica y organizacional más que la incorporación de tecnología; el desarrollo de capacidades de los actores más que el aumento de la producción y el fortalecimiento de la competitividad sistémica regional en un ámbito de equidad social más que eficiencia individual.

En tal sentido, es importante resaltar que Marcelo Sili asegura en la actualidad la sociedad comprende que el desarrollo rural no es una problemática exclusiva de los campesinos, sino un problema nacional que afecta a todos los habitantes de un país.

En tanto que paralelamente a este proceso, se observa un cambio en el discurso científico, social y político sobre el mundo rural que apunta hacia la valorización del patrimonio territorial rural; al mantenimiento del tejido social; al equilibrio de los territorios; al medio ambiente; a la vida en los pueblos; entre otras cuestiones que explicitan la diferencia entre lo agrario y lo rural.

Estas cuestiones motivaron a una revisión del concepto de extensión en la región. De los documentos y trabajos presentados por agentes de INTA a congresos se extrae que hoy se asume a la extensión como un proceso educativo, el cual constituye una práctica intencional que a través del dialogo, acompaña y estimula el análisis y la reflexión para transformar la realidad de los productores familiares, empresariales agropecuarios, pobladores rurales, emprendedores y jóvenes, para la construcción de nuevos saberes donde la teoría y la acción se articulan en una práctica superadora.

No obstante, esta mirada permite observar nuevos desafíos que se presentan en las prácticas de extensión en las cuales se juega el lugar que se les dará las ciencias sociales en estos procesos y cómo se redefinirá la comunicación en este camino.

Estas perspectivas que se mencionaron dan sustento a las políticas y acciones que la institución lleva adelante a nivel nacional, en tanto que en esta tesis se tuvo como uno de sus objetivos centrales conocer lo que acontece en las prácticas de comunicación y extensión.

En tal sentido, se tomo como caso de estudio la Agencia de Extensión Rural Monteros, dependiente del Centro Regional Tucumán- Santiago del Estero, a fin de objetivar las nociones, métodos y estrategias de comunicación y extensión y plantear una propuesta de acciones que potencie la comunicación como política pública.

Durante la investigación en el campo, se tomo contacto con los miembros de la agencia; promotores; referentes de organizaciones; autoridades del gobiernos local; medios de comunicación y productores. Para tal fin se utilizo las siguientes

herramientas: entrevistas de profundidad; observación participante; talleres; análisis de los productos comunicacionales y memorias.

Finalmente para leer y ordenar la información que se obtuvo de este proceso de investigación, se recurrió como categorías principales a Comunicación y Extensión, y otras que circulan entre ambas y que a los objetivos centrales de esta tesis se las llamo subsidiarias como Desarrollo; Territorio; Intervención y Educación.

Durante la investigación de campo, se observo que las cuestiones de comunicación están centralizadas en la Estación Experimental Agropecuaria (EEA) Famaillá, la cual cuenta con un área específica.

En cuanto a las propuestas del área surgen se caracterizan por estar relacionadas con cuestiones que hacen a los quehaceres institucionales, cercanos a la noción de comunicación institucional concebida desde la organización.

En tal sentido, el área de comunicación de la experimental es el tamiz por el cual pasa todo lo que pasa institucionalmente en comunicación. Es la cara visible y punto de referencia obligada en materia de diseño y difusión interna y externa, lo que genera coherencia en los estilos, identidad corporativa y custodia de la marca INTA.

En el caso puntual de la agencia de Monteros, las nociones de comunicación aparecen mezcladas e involucradas en los métodos y estrategias de extensión de sus miembros. Además no cuenta con un componente específico en comunicación que se denomine como tal y que pueda objetivar un proyecto específico en esta área.

Tampoco dispone de un profesional que sistematice y promueva formalmente acciones específicas en la temática, para lo cual debe remitirse a la estación experimental a fin de satisfacer alguna necesidad como difusión de alguna noticia o el diseño de materiales de distribución, como invitación o papelería en general.

Del análisis de la información surge que en la agencia de Monteros existe una vocación en extensión, cuyo contenido es expresado tanto por las matrices que motivan las políticas institucionales como por lo que sus propios protagonistas redefinen en el territorio.

No obstante, los miembros de la agencia promueven cotidianamente acciones en comunicación que gestionan, construyen en sus prácticas de extensión y hasta distinguen a la agencia del resto de la región.

Además cabe resaltar que estas líneas que caracterizan el accionar de la agencia, están motivadas por el Proyecto Regional Tucumán Sur que-además de contener las acciones territoriales de los agentes- tiene la voluntad de tomar a la comunicación entre sus líneas estratégicas.

Del trabajo de campo realizado, se observó que en las nociones, métodos y estrategias de extensión aparecen diferentes perspectivas que caracterizan al término. En las nociones de extensión se destaca que:

-La noción de extensión está asociada a la acción de acercar las partes, ideas y propuestas. En este caso aparece implícita la matriz institucional que caracteriza la estrategia del INTA, en especial a las funciones que históricamente se le otorga a los componentes de investigación y extensión.

En tal sentido, la función de la investigación ha sido generar conocimientos en respuesta las demandas del ámbito nacional, regional y local, para el sistema agropecuario, agroalimentario y agroindustrial. En tanto que el rol de la extensión está abocado principalmente a adaptar e incorporar conocimientos y tecnologías a los procesos de desarrollo territorial y local.

Tal como lo manifiestan los documentos, estos componentes estratégicos del INTA deberían complementarse y es así como se lo asume en la agencia por medio de la

relación fluida entre las áreas de investigación de la experimental; la cooperación de las tareas en el territorio y de acercar estas tecnologías al productor a.

-La idea de extensión está ligada al concepto de educación bancaria propuesto por Freire.

Este concepto es posible encontrarlo con claridad cuando se remite a la práctica de transmitir contenidos previamente elaborados, los cuales se depositan en los destinatarios. Estos contenidos son vistos como la innovación que garantiza el cambio para la mejora de sus condiciones de vida y sin los cuales no podrían progresar.

-En las nociones, estrategias y métodos de extensión aparece la comunicación desde diferentes perspectivas. A veces se sugiere a ésta como dialogo y co participe en estos procesos cuyos objetivos están ligados al cambio, en tanto que otras veces se plantea a la comunicación como instrumento para la difusión y transferencia.

De lo relevado en el campo surge una confusión con respecto a los términos de comunicación y extensión. En tal sentido, se desconoce si uno lo involucra al otro o viceversa, o simplemente se complementan.

En tanto cuando se pone en juego la transmisión del conocimiento, se cuela en esta perspectiva el enfoque difusionista de la comunicación. De esta manera aparece la dificultad de la formación técnica que sufren en el territorio, cuando se presenta la necesidad de enviar mensajes apropiados y traducidos para la difusión y adopción de tecnologías.

No obstante, los técnicos de la agencia parece haber superado este obstáculo y así lograron adoptar la habilidad de traducir la información por medio del trato cotidiano, generado por la confianza que se ganaron entre los actores con los que trabaja.

En tanto que para llevar adelante las estrategias de difusión y transferencia de la agencia, se reparten el trabajo según las actividades de cada programa: José Logarzo

es el referente Cambio Rural en caña; Edgardo Sánchez Tello en Prohuerta y Juan Manuel Maccio es el jefe de Agencia y hace la gestión en INTA con los actores del territorio.

Cada programa cuenta con sus propias metodologías de difusión y transferencia como es el caso de Cambio Rural, donde se destacan las charlas; capacitaciones técnicas; lotes demostrativas; se les facilita a los productores la posibilidad de trabajar directamente con los investigadores de la experimental y contar con los equipamientos para análisis.

En el caso de Prohuerta, se resaltan las siguientes metodologías: entrega de semillas; frutales y pollitas ponedoras; capacitación en las escuelas, huerteros, CAPS y cualquier organización que lo solicite. En tanto que en Minifundio se utilizan metodologías como capacitaciones; venta y exposición mensual de flores en la plaza principal de Monteros y la organización de la Fiesta Provincial de la Flor.

De este enfoque de extensión y las estrategias desplegadas en terreno, es posible comprender que lo que el objetivo central de estas intervenciones es la incorporación de las propuestas tecnológicas en los territorios. Del lo investigado surge que para lograrlo, la agencia prioriza como principal estrategia el trabajo interinstitucional.

En tal sentido, en la agencia existen muchos ejemplos y logros alcanzados a través del esfuerzo de trabajo en conjunto con otras instituciones del medio. No obstante, se destaca la creación de la Agencia de Desarrollo Local por ser una organización que está formada por los principales representantes de instituciones y organizaciones de la comunidad y porque su capacidad de sostener sostiene varios proyectos, como es el caso de un Vivero Forestal y el Centro de Desarrollo Emprendedor.

Además de esta perspectiva difusionista, en las nociones de extensión se abre paso a la comunicación entendida como co participe en estos procesos de intervención. De lo investigado, es posible encontrar-además-la mirada de la comunicación que propone el cambio, cuando la estrategia de intervención se vuelve común a todos los actores.

Así se puede deducir una relación fluida con el ejecutivo local más allá de las banderías políticas del intendente de turno. El ejemplo más destacado es que la agencia-hasta que se finalizó el trabajo de campo-funcionaba en una oficina prestada por UCIT y los impuestos como la luz lo pagaba el municipio por un convenio, el cual también se extendía a un sueldo que pagaba a una colaboradora.

Es importante agregar que el ser local de los miembros de la agencia, permite-entre otras cuestiones-que en esta perspectiva de extensión se mezclen modelos que entienden a la comunicación como una dimensión de los procesos sociales y práctica para la transformación. Es así que esta mirada de extensión, se aleja del concepto de educación bancaria que comprende como característica: desconocer la realidad de sus destinatarios y su visión del mundo.

Es así que la cotidianeidad se vuelve el principal escenario de las acciones estratégicas de la agencia. De tal manera no se concibe la extensión a puertas cerradas, las prácticas se llevan adelante tanto en el campo, en la mesa de gestión local, como en las confiterías de la zona donde asisten asiduamente todos los productores.

En tal sentido, la agencia se distingue del INTA en sí mismo porque no concibe a los actores con los que se relaciona como público, audiencia, productores o destinatarios, sino que los nombra como vecinos. Esta forma de referirse a los actores no solo denota una cercanía geográfica, sino raíces, historia y hasta familias en común.

Cabe mencionar que las prácticas de extensión de la AER se caracterizan también por la planificación de las actividades semanales y anuales que entre sus miembros realizan a través del diálogo cotidiano y cercano.

Por lo tanto, sea desde la perspectiva de la acción de acercar las partes, ideas o propuestas; de la educación bancaria o vista desde los diferentes modelos de comunicación, del trabajo de campo se concluye que la noción de extensión remite más a lo metodológico que a lo conceptual. Es allí donde se hace visible la convivencia

del término no solo con la comunicación, sino también con otras categorías como desarrollo; intervención; territorio y educación.

En cuanto a las nociones de comunicación, de lo relevado en el trabajo de campo se deduce que no es posible considerar solo una y en este sentido la agencia construye e instituye su perspectiva comunicacional tomando distintas nociones del término, entre las que se distinguen:

-La comunicación concebida como instrumento estratégico “al servicio de”.

Del entramado de las entrevistas, se deduce que en primer lugar se concibe a la comunicación como una herramienta estratégica que- en un proceso de desarrollo territorial- permite llevar adelante acciones al servicio de los procesos de intervención, como generar vínculos entre los actores sociales.

En tal sentido, esta perspectiva entiende a la comunicación como un medio, a través del cual se posibilita elaborar y leer una noticia; preparar una presentación, entre otras acciones que destacan su campo de acción como multifacético, por lo cual se convierte en estratégica.

Además este enfoque convierte a la comunicación en estratégica cuando por medio de ciertos pasos, se asegura el éxito de los procesos de desarrollo. En este punto, del campo aparece la necesidad de otorgarle a la comunicación un rigor científico y metodológico para alcanzar ciertos objetivos.

En esta perspectiva se destaca lo que Barbero sostiene como la confusión de los medios por las mediciones, cuando colocan a la comunicación como instrumento al servicio de las necesidades metodológicas de las intervenciones.

-La comunicación entendida como una herramienta que- por medio de la difusión- garantiza la existencia.

En esta mirada se concibe a la comunicación como una herramienta para la existencia misma. En tal sentido, de lo relevado aparece que en el INTA la permanente difusión de las actividades y su publicación en medios institucionales y de prensa son la condición que asegura la visibilidad y otorga existencia.

Cabe destacar, que en el caso de la agencia la difusión y promoción como estrategia de comunicación se realiza en todos los lugares posibles. Desde la radio hasta la pegativa en los árboles, postes y alambrados son validos como recursos.

Desde esta perspectiva difusionista de la comunicación, se utilizan distintas metodologías para promover las actividades que involucran volantes, afiches, invitaciones personales cuidando de respetar siempre las pautas instituciones del manual de imagen corporativo.

Es importante destacar que en las estrategias de difusión se observa con claridad la herencia institucional, la cual por medio de los programas de intervención-diferencia a los destinatarios y utiliza distintas metodologías.

En Cambio Rural por el nivel de educación que por lo general tienen los actores de los grupos, priman las capacitaciones técnicas, charlas o ensayos demostrativos en campos. En cambio en el caso de Prohuerta o Minifundio la cuestión se torna más visual con cartillas ilustrativas, folletos, videos y hasta obra de teatro donde “se bajan” las técnicas.

A esta mirada instrumental de la comunicación, en la agencia le agregan la impronta del compromiso. Este requiere no solo escuchar las demandas del territorio sino también usar la estructura del INTA en todos sus niveles de referentes para acercar a los productores la tecnología que se dispone, con lo la transferencia de los conocimientos se vuelve un compromiso ineludible.

No obstante, este compromiso trasciende los ámbitos técnicos en la realidad de las comunidades. Así las prácticas no se reducen a la entrega de semillas, sino también a tener el tiempo de entablar relaciones con gente.

-La comunicación se vuelve estratégica en la cotidianeidad de los intercambios.

Estas nociones que se mencionaron acompañan a la institución históricamente. Sin embargo, la agencia se apropia de estas y las redefine localmente, sobretodo todo porque sus miembros son nativos del lugar, lo cual determina su vivencia de la comunicación distinguiendo a la agencia.

Es así que desde el origen de la agencia está determinado por los vínculos, que supo construir y mantener estratégicamente en el tiempo, distinguiéndola de otras instituciones del sector, como es el caso de la Estación Agroindustrial Obispo Colombes.

Cabe volver a destacar aquí que estos vínculos están fortalecidos por el trato cotidiano, que es donde la comunicación se vuelve estratégica.

Además las estrategias de la agencia se ven fortalecidas por su propia ubicación, que hasta que se terminó el trabajo de campo-estaba situada en el corazón de la ciudad y era vecina de las principales organizaciones del sector. Esto le permitía no solo el contacto cotidiano con los actores sino de cómo el INTA Monteros instituye y construye sus perspectivas en comunicación y extensión.

-El trabajo en equipo garantiza la gestión de la comunicación que promueve la cooperación en las acciones.

Las estrategias comunicacionales son construidas y gestionadas en equipo. Es así que desde la cabeza del equipo se promueve que todo se horizontalice, se discute y se expone de manera de que todos sepan que hace cada uno y poder colaborar entre sí.

Además de la planificación semanal, la agencia elabora un Plan Operativo Anual a fin de programar sus acciones. En esta planificación se destacan las capacitaciones y reuniones que se prevén según las épocas de los cultivos, y se organiza encuentros a fin de año para revisar lo que se hizo y planear las acciones.

De lo relevado y de lo que se percibe, en la agencia la perspectiva del equipo se asume como una política de la agencia. Es así que la cooperación en el territorio se destaca en los dichos de los protagonistas y se comprueba en las prácticas, en las que no solo se reemplazan en las reuniones, sino que además comparten los fondos de los programas, los recursos como las computadoras y hasta la política de puertas abiertas denota que en la agencia se respira un equipo.

-El motor de las acciones en comunicación es impulsado por el compromiso y el gusto al trabajo de los miembros de la agencia.

Más allá de las perspectivas que se destacaron, en la agencia se percibe algo más que las motiva y es que a sus miembros les gusta su trabajo, lo que refuerza su compromiso en el territorio, más allá de los horarios laborales.

Así es posible encontrarlos a cualquier hora y en lugares de recreación, donde no hace falta elevar una nota. Un ejemplo demostrativo de la dedicación y gusto por sus tareas son las columnas semanales en las radios donde participan, fuera del horario laboral y sin ningún tipo de remuneración más que el placer de encontrarse.

Al igual que en las perspectivas de extensión, las nociones de comunicación están atravesadas por categorías de desarrollo, intervención, territorio y educación.

En la agencia es posible encontrar a la comunicación en sus diferentes formas: desde lo instrumental, pasando por el difusionismo como garantía para la existencia. En este sentido, las perspectivas comunicacionales se acomodan a las necesidades, adoptando el enfoque que mejor se ajuste a las circunstancias que se presentan y guiado por el modelo de extensión del momento.

Las nociones, estrategias y metodologías de comunicación y extensión que se destacaron es posible rastrearlas en otras dependencias del INTA. Algunas más implícitas y otras más manifiestas, todas estas denominaciones representan maneras de leer y hacer de la comunicación y la extensión que responden a una matriz institucional que las contiene, más allá de las particularidades de cada región.

Como se menciono, entre las nociones, estrategias y métodos de comunicación y extensión hay lugar para otras categorías que –a los fines de esta tesis-se considero como subsidiarias: desarrollo, intervención, territorio y educación.

Además de manifestarse la dependencia del modelo del desarrollo con respecto a las perspectivas de extensión y comunicación, resulta significativo conocer lo que estas nociones representan para la agencia, de manera de poder comprender aun más el sentido de sus prácticas.

De lo relevado en el campo, es posible deducir que por desarrollo se entiende como un proceso por el cual es posible superar una situación de pobreza, a través de la distribución equitativa de la riqueza y el respeto por las tecnologías autóctonas de los actores del territorio, por medio de la innovación y difusión de tecnologías agropecuarias.

En tanto que la noción de territorio hace referencia a aquel lugar donde están los actores sin un mapa y sin horario. Así, abordan el territorio a través de la intervención en las problemáticas productivas y sociales, por medio de instrumentos programáticos como Prohuerta, Minifundio y Cambio Rural que la institución provee y acomoda según los actores.

Por otra parte, cabe destacar que uno de los objetivos de esta investigación era encontrar en la agencia aquello que la distingue de tamaña institución. Es así que del contacto con los actores de la comunidad, las entrevistas, la observación y los talleres que se llevaron a cabo en el marco de la investigación de campo, surge que lo que hace especial a la AER Monteros son las raíces comunes de sus integrantes.

La agencia es la única de la provincia en la que todos sus miembros son nacidos, criados y malcriados en Monteros (como ellos mismos se definen). Además la constitución de su ser local, estuvo signada desde los comienzos de la AER hasta la conformación actual del equipo de trabajo.

Del trabajo de campo surge-además-que tal circunstancia no solo los distingue, sino que los fortalece. Con lo cual esta coyuntura espacial fue convertida por los miembros de la agencia en la principal motivación de sus estrategias y acciones, haciendo de la cotidianeidad su principal escenario para hacer “desarrollo y extensión”.

No obstante, esta particularidad no solo define sus estrategias sino que los compromete en el territorio. De tal manera -y como ya se mencionó-, su trabajo no tiene horarios ni límites de oficina, así tanto los feriados como los domingos, en el bar como en el club social siempre están dispuestos a “conversar”.

Vale decir también, que dicha predisposición es señalada por los propios actores con los que la agencia trabaja. Desde productores hasta los representantes de las principales instituciones locales, coinciden en señalar que los miembros de la agencia se apropiaron de la identidad institucional (y viceversa) y cuando alguien los encuentra, simplemente ve al “INTA caminando”.

También fruto de esta proximidad espacial y cultural-es importante en volver a recalcar- surge que a diferencia de los documentos institucionales que denominan a los destinatarios públicos o audiencias, en la agencia en cambio se los considera como vecinos. Dicha cotidianeidad promueve el conocimiento de sus inquietudes, sus necesidades y saber dónde y cuándo encontrar a los actores.

Sin embargo, es posible concluir que la construcción en el imaginario de la comunidad de ver al INTA caminando no solo es producto de la circunstancia de que todos nacidos, criados y malcriados en Monteros. Fundamentalmente entre las estrategias de extensión y comunicación que se destacaron, se refleja y se distingue un

compromiso genuino entre los integrantes de la agencia que va más allá de las tareas de transferencia de tecnología.

Impulsadas por la geografía y motivadas por la confianza de la comunidad, la extensión y la comunicación además de mostrar su herencia institucional, se renuevan en estas circunstancias que distinguen a la agencia y que caracteriza al diálogo cotidiano como el motor de una comunicación sin tiempo ni espacio.

En tanto que en el marco de uno de los objetivos centrales de esta tesis y con el fin de construir una propuesta de acciones para la agencia, se realizaron talleres donde se expusieron, priorizaron y debatieron sobre las problemáticas referentes a la comunicación y la extensión que surgieron de los relatos, la observación y el análisis de los documentos de la agencia.

De estos encuentros se destacaron como las principales problemáticas de la AER : a la centralización de la Estación Experimental Agropecuaria Famailla sobretodo en temas administrativos y de comunicación, con lo cual su presencia en el medio se impone sobre las agencias y así la comunidad identifica al INTA solo con esta unidad; estrategias de difusión de la agencia, las que se asumen como parte de su trabajo en extensión y se pretende mantener; la formación académica dificulta “bajar los mensajes” y abordar problemáticas sociales; la ausencia de paquetes pedagógicos locales; el ser local posibilita trabajar sin horarios; falta de vehículos para llegar a más productores; falta de personal; la sede donde funciona la agencia, si bien su ubicación favorece el trabajo no cuenta con espacios físicos suficientes para reuniones; la próxima sede; la relación con el área de investigación de la experimental; burocracia institucional; la agencia no posee un espacio oficial propio en internet, como en las redes sociales; presencia en las radios locales en columnas semanales; la agencia no tiene un espacio en el canal de tv local; las áreas de Recursos Humanos, Higiene y Seguridad e incluso los gremios no conocen las agencias; la agencia trabaja con distintos tipos de actores con diferentes demandas; la actividad cañera es la principal de la zona, y en la actualidad está atravesando una crisis; dicha actividad tiene poca simpatía social; los ingenios usan a los productores chicos como variables de ajustes;

las cooperativas de la zona están perdiendo influencia; los vínculos con las instituciones del medio; la necesidad de reflotar la Asociación Civil, falta la participación de otras instituciones; política de la agencia; planificación conjunta de las actividades.

A cada una de estas problemáticas fueron sugeridas acciones con las que se pretenden cambiar o reforzar las estrategias de la agencia. De las acciones presentadas, es posible extraer la persistencia de la noción de comunicación como intercambio estratégico, que principalmente se obtiene de la cotidianeidad; en tanto que la perspectiva de extensión que la agencia promueve hace referencia a métodos que involucran acciones de acercar propuestas y tecnologías.

Es posible deducir-entonces-que la agencia construye e instituye sus perspectivas comunicacionales y de extensión nutriéndose de la herencia institucional que las impulsa, pero resistiéndose en las prácticas. Estas prácticas resignifican dicha matriz, de lo que resulta el tono local que las caracteriza en sus estrategias y métodos que promueven estas nociones.

Así asumiendo la irremediable derrota de no encontrar un solo modelo donde encaje todo lo escrito y todo lo que las practicas manifiestan, de lo investigado se puede concluir que la riqueza está en los procesos donde se juegan estas categoría y se renueva el sentir de Edgar Morin cuando asegura que “las verdades exigentes prescinden de victoria y resisten para resistir”.-

Lic. Daniela Rodriguez Brito.-

Bibliografía

- Alemany, Carlos (2003). Apuntes para la construcción de los períodos históricos de la Extensión Rural del INTA. En R. Thornton y G. Cimadevilla. *La extensión rural en debate. Concepciones, retrospectivas, cambios y estrategias para el Mercosur*. Buenos Aires: Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria.
- Arráez Betancort, Rosa María (2006). La Comunicación para el desarrollo. Su aplicación desde el medio radio/revisión preliminar del estado de la cuestión. En C. Villamayor. *Seminario Optativo: Gestión de la Comunicación*. La Plata: Universidad Nacional de La Plata.
- Arrueta, Cesar; Brunet, Marcelo y Guzmán, Juan Comp. (2010) *La comunicación como objeto de estudio*. San Salvador de Jujuy: FADECCOS. UCSE. G-COM.
- Barbero, Jesús Martín (1987). *De los Medios a las Mediaciones*. Barcelona: Gilli.
- Barbero, Jesús Martín (2002). *Oficio de Cartógrafo. Travesías Latinoamericanas de la comunicación en la cultura*. Chile: Fondo de Cultura Económica.
- Barbero, Jesús Martín (2003). *Razón Técnica y Razón Política: Espacios y Tiempos No Pensados*. Trabajo presentado en la lección inaugural Facultad de Ciencias Humanas, Universidad Nacional de Bogotá, Colombia.
- Barbero, Jesús Martín (2008). *Políticas de la comunicación y la cultura. Claves de la investigación*. Barcelona: Fundación CIDOB. Documentos CIDOB N°11.
- Barbero, Jesús Martín. De los intermediarios a los mediadores. Recuperado de: <http://www.mediaciones.net/1989/06/de-los-intermediarios-a-los-mediadores>

- Barbero, Jesús Martín. Los Oficios del Comunicador. Recuperado de: http://www.perio.unlp.edu.ar/produccionradiofonica1/Bibliografia/barbero_los_oficios_del_comunicador.pdf
- Barbero, Jesús Martín. *Trasformaciones comunicativas y tecnológicas de lo público*. Recuperado de: www.infoamerica.org/documentos_word/martin_barbero1.doc
- Barbero, Jesús Martín (s/f). *Procesos de Comunicación y Matrices de Cultura. Itinerario para salir de la razón dualista*. México: Ed. Gili y FELAFACS.
- Beltrán, Luis Ramiro (Febrero, 1993). *Comunicación para el Desarrollo en Latinoamérica. Una evaluación sucinta al cabo de cuarenta años*. Documento presentado en el discurso inaugural de la IV Mesa Redonda sobre Comunicación y Desarrollo. Lima, Perú: Instituto para América Latina (IPAL).
- Beltrán, Luis Ramiro (2005, Julio). *La Comunicación para el Desarrollo en Latinoamérica: un recuento de medio siglo*. Documento presentado al III Congreso Panamericano de la Comunicación, panel 3: Problemática de la Comunicación para el Desarrollo en el contexto de la Sociedad de la Información. Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires.
- Beltrán, Luis Ramiro (2006). *La Comunicación para el Desarrollo en Latinoamérica: un recuento de medio siglo*. En C. Villamayor. *Seminario Optativo: Gestión de la Comunicación*. La Plata: Universidad Nacional de La Plata.
- Beltrán, Luis Ramiro (2008). *Desarrollo Rural y comunicación social: relaciones y estrategias*. En Gumucio-Dagon, Alfonso y Tuffe, Thomas (Comp.), *Antología de Comunicación para el Cambio Social: lecturas históricas y contemporáneas (tomo I)*. Bolivia: Consorcio de Comunicación para el Cambio Social.

- Bourie, Pierre; Chamboredon, Jean Claude y Passeron Jean Claude (2002). *El oficio del sociólogo*. México D.F.: Siglo XXI Editores.
- Catullo, Julio Cesar y Torres, Guillermo (2010). *Innovación Tecnológica y Extensión Rural para el Desarrollo Sustentable de los Territorios en Experiencias Innovadoras en Extensión Rural en América Latina*. Recuperado de www.rimisp.org
- Centro Latinoamericano para el Desarrollo Rural. RIMISP (2010). *Experiencias Innovadoras en Extensión Rural en América Latina*. Recuperado de www.rimisp.org.
- Cimadevilla, Gustavo (s.f.). *Tocarle la cola al león. Una lectura del desarrollo a través de sus condiciones de intervención*. Córdoba: Universidad Nacional de Río Cuarto.
- Cortes, Eduardo Carlos (2001). *La comunicación al ritmo del péndulo: medio siglo en busca del desarrollo*. Bogotá.
- Corton, José Luis (2011). *La noción de desarrollo: un repaso a los distintos pensamientos, Estudio sobre el Ambiente y el Territorio*. Buenos Aires: Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria.
- Contreras Baspineiro, Adalid. (2000). Comunicación-Desarrollo para “otro occidente”. *Razón y Palabra*, n° 18.
- Dabas, Elina (2006). *Viviendo Redes. Experiencias y Estrategias para el fortalecimiento de la trama social*. Buenos Aires: Ciccus.
- Dallanegra Pedraza, Luis (1998). *El orden mundial del siglo XXI. Una teoría sobre el poder y el orden mundial desde una perspectiva realista-sistémica-estructural*. Buenos Aires: Ed. de la Universidad. Buenos Aires.

- De Souza Santos, B (2006). *Renovar la Teoría Crítica y Reinventar la emancipación social (encuentros en Buenos Aires)*. Recuperado de: www.bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/edicion/santos
- Díaz Bordenave, Juan (2008). La teoría de la comunicación y el desarrollo rural: una breve reseña. En Gumucio-Dagon, Alfonso y Tuffe, Thomas (Comp.), *Antología de Comunicación para el Cambio Social: lecturas históricas y contemporáneas (tomo I)*. Bolivia: Consorcio de Comunicación para el Cambio Social.
- Equipo del Centro de Comunicación La Crujía (2010). *Comunicación Comunitaria*. Buenos Aires, La Crujía.
- Freire, Paulo (1973). *¿Extensión o Comunicación?* Buenos Aires: Siglo XXI editores.
- Freire, Paulo (1991). La importancia del acto de leer. En P. Freire. *La importancia de leer y el proceso de liberación*. México: Siglo XXI Editores.
- Fuentes Navarro, Raúl (1999). La investigación de la comunicación en América Latina: condiciones y perspectivas para el Siglo XXI. *Diálogos de la Comunicación*, Nº 56. Lima: Felafacs.
- García Canclini, Néstor (1987). ¿De qué hablamos cuando hablamos de popular? AAVV: *Comunicación y Culturas Populares en Latinoamérica*. México: FELAFACS/ Gustavo Gilli.
- Guber, Rosana (2001). *La etnografía, método, campo y reflexividad*. Buenos Aires: Grupo Editorial Norma.

- Guber, Rosana (2004). *El salvaje metropolitano. Reconstrucción del conocimiento social en el trabajo de campo*. Buenos Aires: Paidós.
- Greenwood, Davydd J (2000). De la observación a la investigación acción participativa: una visión crítica de las prácticas antropológicas. *Revista Antropología Social*, 9:27-49.
- Huergo, Jorge (2001). *Método de Investigación Cualitativa en Comunicación*. Buenos Aires: Mimeo.
- Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (2007). *Enfoque de Desarrollo Territorial, Documento de trabajo N° 1*. Buenos Aires: Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria.
- Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (2008). *La Comunicación en los procesos de desarrollo territorial*. Buenos Aires: Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria.
- Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (2011). *Historia del INTA*. Recuperado de <http://inta.gob.ar/sobre-el-inta/que-es-el-inta/historia>
- Matta, María Cristina (1994). *Nociones para pensar la comunicación y la cultura masiva*. Buenos Aires: La Crujía.
- Maturana R., Humberto y Varela, Francisco (2003). *El árbol del conocimiento*. Buenos Aires: Lumen.
- Maturana R., Humberto y Pörksen, Bernhard (2008). *Del ser al hacer. Los orígenes de la biología del conocer*. Buenos Aires: Granica.

- Ortiz Garda, Ignacio (2006). *Problemática del desarrollo y sus distintos modelos. Desarrollo local y economía social. Hacia un nuevo modelo de desarrollo*. Buenos Aires: FLACSO.
- Portales, Diego (s/f). Perspectivas de la comunicación alternativa en América Latina. En Simpson, Máximo. *Comunicación Alternativa y Cambio Social I. América Latina*. México: UNAM.
- Prieto Castillo, Daniel (2004). *La comunicación en la educación*. Buenos Aires: La Crujía.
- Reyes Matta, Fernando (s/f). La comunicación transnacional y la respuesta alternativa. En Simpson, Máximo. *Comunicación Alternativa y Cambio Social I. América Latina*. México: UNAM.
- Sepúlveda, Sergio (2003). *Desarrollo Rural Sostenible. Enfoque Territorial*. Costa Rica: IICA.
- Shmucler, Héctor (1997). *Memorias de la Comunicación*. Buenos Aires: Biblos.
- Simpson Grinberg, Máximo (1984). Comunicación alternativa y democrática ante la "Vanguardia" y la teoría de la dependencia. *Nueva Sociedad*, 71. Recuperado de <http://www.nuso.org>
- Thornton, Ricardo Dominic (2006). El contexto del debate: cambios, paradigmas, escenarios, integraciones e intervenciones. En *Los '90 y el nuevo siglo en los sistemas de extensión rural y transferencia de tecnología públicos en el Mercosur*. Buenos Aires: Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria.

- Torres, Guillermo (s.f.). *Desafíos de la comunicación en instituciones del sistema científico-tecnológico*. Buenos Aires: Coordinación Nacional de Transferencia y Extensión, Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria.
- Tramas *Comunicación/ Desarrollo*, Nº 50 (2006). La Plata: Facultad de Periodismo y Comunicación Social, UNLP.
- Scribano, Adrián Oscar (2008). *El proceso de investigación social cualitativo*. Buenos Aires: Prometeo Libros.
- Sili, Marcelo (2005). *La Argentina Rural. De la crisis de la modernidad agraria a la construcción de un nuevo paradigma de desarrollo de los territorios rurales*. Buenos Aires: Ed. Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA).
- Souza Silva, José (2010). *La pedagogía de la pregunta y el día después del desarrollo. Hacia la educación contextualizada para construir el buen vivir en el mundo rural latinoamericano*. Trabajo presentado en III Congreso Nacional de Educación Rural, Red Nuevo Paradigma para la Innovación Institución en América Latina, en Medellín, Colombia.
- Torrado Porto, Roberto (2007). *De la teoría a la práctica en procesos de Desarrollo Local-Territorial: el caso Loventué, La Pampa*. Buenos Aires: Ed. Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA).
- Unidad de Prácticas y Producción de Conocimiento, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, UNLP (s.f.). *Andar en Red*. La Plata: Ed. Unidad de Prácticas y Producción de Conocimiento. Facultad de Periodismo y Comunicación Social, UNLP.
- Unidad de Prácticas y Producción de Conocimiento, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, UNLP (2002). *Sembrando mi tierra de futuro*. La Plata: Ed. Unidad

de Prácticas y Producción de Conocimiento. Facultad de Periodismo y Comunicación Social, UNLP.

- Uranga, Washington (2007). *Mirar desde la Comunicación*. Recuperado de: www.catedras.fsoc.uba/uranga-mirardesdelacomunicacion-pdf
- Verón, Eliseo y Sigal, Silvia (1986). *Perón o Muerte, los fundamentos discursivos del fenómeno peronista*. Buenos Aires: Legasa.
- Villamayor, Claudia (2006). *Gestión de la Comunicación*. Seminario Optativo. La Plata: Universidad Nacional de La Plata.
- Villamayor, Claudia (2006). *La primera intuición: vivir la pedagogía de la alegría*. Reportaje a Daniel Prieto Castillo.
- Villamayor, Claudia (2006). *Nociones y Perspectivas para construir indicadores*. Costa Rica.
- Villamayor, Claudia (2006). *Seminario Optativo: Gestión de la Comunicación*. La Plata: Universidad Nacional de La Plata.
- Villamayor, Claudia (s.f.). *Proceso de Gestión en Radio Emaús, Costa Rica – Memoria*. Costa Rica.
- Villamayor, Claudia (s.f.). *Programa Centroamérica en Sintonía. Comunicación Radiofónica para la Incidencia Ciudadana*. Seminario / Taller para Facilitadoras (es). S.I.
- Villamayor, Claudia (s.f.). *La Comunicación como perspectiva y como dimensión en los procesos sociales. Una experiencia de participación en las políticas públicas*. PSA Formosa. Recuperado de www.unirevista.unisinos.br/pdf/UNirev_Villamayor.pdf

- White, Robert (1989). La teoría de la comunicación en América Latina. Una visión europea de sus contribuciones. *Telos* Nº 19. Madrid.
- Wolcott, Harry (2006). *Mejorar la escritura de la investigación cualitativa*. Colombia: Ed. Universidad de Antioquia, Facultad de Enfermería de la Universidad de Anquioquia.

