



UNIVERSIDAD NACIONAL DE ROSARIO
Facultad de Ciencia Política y Relaciones
Internacionales

DOCTORADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL

TÍTULO DE LA TESIS:

“Predominio de la dimensión informativa en las acciones de comunicación de tecnología en la Estación Experimental Agropecuaria Rafaela del Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA), durante el período 2012-2013.”

DIRECTORA: Dra. Sandra Massoni

AUTORA: Lic. Lucrecia Pacilio

FECHA: 2 de marzo de 2015

Resumen en castellano

La comunicación estratégica es un modelo teórico-metodológico de investigación enactiva creado por la Dra. Sandra Massoni en su tesis doctoral "*Estrategias de comunicación rural: un modelo de abordaje de la dimensión comunicacional para el desarrollo sostenible entendido como cambio social conversacional*" (Año 2003, Facultad de Filosofía de la Universidad de Buenos Aires)

Massoni funda un nuevo modo de concebir a la comunicación como un encuentro sociocultural, complejo, situacional y fluido, compuesto por dimensiones que pueden abordarse con metodologías específicamente comunicacionales. (MASSONI, 2011).

Esta tesis plantea el predominio de la dimensión informativa en las acciones de comunicación de tecnología del INTA Rafaela.

La investigación realizada reconoce y sistematiza dispositivos comunicacionales, identifica *Marcas de racionalidad comunicacional* en esos dispositivos y diseña una estrategia de comunicación, incorporando los principales resultados obtenidos en este proyecto de tesis.

La estrategia comunicacional propuesta para el INTA Rafaela incluye acciones que buscan superar la transferencia, abordando las múltiples dimensiones de la comunicación de tecnología, que se registran en el territorio bajo análisis en este estudio.

Palabras clave: comunicación, comunicación estratégica, estrategia.

Abstract

Strategic communication is a theoretical-methodological enactive research model created by Dr. Sandra Massoni in her doctoral thesis "Strategies for rural communication: a model of approach of communicational dimension for sustainable development understood as conversational social change." (Year 2003, Facultad de Filosofía de la Universidad de Buenos Aires)

Massoni founds a new communicational approach as a fluid, complex socio-cultural, situational encounter composed of dimensions that can be addressed with specific communicational methodologies (MASSONI, 2011).

This thesis presents the predominance of the informational dimension in communicational activities on agricultural technology at INTA Rafaela

The research recognizes and organizes communicational devices, identifies rational communicational labels on these devices and designs a strategy of communication incorporating the main results obtained in this thesis project.

The communicational strategy proposed for INTA Rafaela includes actions designed to enhance transfer, addressing the multiple dimensions of communication of technology, which take place in the territory under analysis in this study.

Keywords: communication, strategic communication, strategy.

Agradecimientos

Quiero agradecer desde el alma a todas las personas importantes en mi vida que hicieron posible que hoy esta tesis sea una realidad.

A mis dos hijas, los grandes amores de mi vida. Ellas soportaron largas horas en vehículos derruidos, noches frías y asientos incómodos, mientras me acompañaban a Rosario a cursar las materias del Doctorado, además de muchas horas sin mi presencia. Las amo con todo mi corazón.

A mi mamá, por ser el ejemplo a seguir en mi vida, porque me sostiene con su amor y apoyo incondicional.

A mi marido, quien a pesar de las dificultades, sigue caminando conmigo para que pueda hacer realidad mis sueños.

A mi tía Clide, a mi tío José Luis y a mis primos Mercedes, Gerardo, Gustavo y Germán. A Florencia, a Joni, a mi tía Haydée y su familia, a mi cuñado Ezequiel, a mi hermana Melisa, a mis amigas Natalia Enrico, Carolina Pelegry, Marisa Alaniz, Geraldine Matzkin, Verónica Oggero, Giselle Carapas, María Belén Díaz, Guadalupe Álvarez, Mariana Strumia, Roxana Galarza, Patricia Calvinho, Gabriela Andretich, Claudia Gaudiño, María Mercedes Adjad, por cuidarme y por cuidar a mis bebés mientras yo destinaba tiempo a hacer este trabajo, y porque en cada momento que los necesité estuvieron a mi lado.

A Mariana Mascotti, Sandra Massoni, María Inés Fernández y María Rosa Scala.

A Mariana, por su amistad incondicional y por mostrarme la mirada de la comunicación que implica ponerse en el lugar del otro para poder conversar, desde que fue mi profesora en la universidad, y durante el día a día en nuestro trabajo compartido en el INTA.

A Sandra, por aceptar ser mi directora de tesis y por compartir desinteresadamente sus revolucionarios saberes comunicacionales.

A María Inés, por mostrarme el camino de la comunicación institucional en los dos últimos años de la facultad, y por ser el puente que me reunió con Mariana y la nueva comunicación.

A María Rosa, por resignificar permanentemente la extensión rural y darme la oportunidad de trabajar en comunicación desde que nos conocimos en el año 2006.

Y a todas las mujeres que -de diversas formas- fueron marcando y guiando mi camino por esta vida y por esta profesión. Porque confiaron en mí, compartieron conmigo sus saberes, sus angustias y sus sueños.

Porque me ayudaron, me guiaron, me apoyaron y me siguen dando el ejemplo de cómo ser mujer, profesional, madre, amiga, esposa, hermana, hija, y todo lo demás, en este complejo mundo fluido que nos toca vivir, disfrutar y sufrir.

A Carlos Callaci, quien en su rol de Director del INTA Rafaela avaló mi solicitud para realizar este estudio de posgrado.

A Marcelo Pisani y Ariel Belavi por confiar en la comunicación estratégica como pieza fundamental para los Proyectos Regionales con Enfoque Territorial que ambos coordinan desde el INTA Rafaela.

A todos mis compañeros del INTA Rafaela y sus Agencias de Extensión Rural (Carlos Pellegrini, Ceres, San Cristóbal, Esperanza, Gálvez, San Justo y Santa Fe)

A todos los comunicadores que trabajan en el INTA y en otros ámbitos de la comunicación de nuestro hermoso y amplio territorio, especialmente a Luciana Margherit, Pedro Guglielmone y Cristian Asoli.

A todos mis compañeros de la Escuela de Comunicación Estratégica de Rosario.

A Nadia Zárate, Alejandra Airaldo, Oscar Baronetti, Alejandro Aimar y Ramiro Corrales.

A María Belén Gareis.

A mi nona Elena.

A Mario Mondino, mi maestro del INTA.

Y a todos mis otros maestros de la vida.

Índice del texto principal

	Pág.
Resumen en castellano	1
Abstract (resumen en inglés)	2
Agradecimientos	3
Índice del texto principal	6
Índice de gráficos, tablas y/o cuadros	11
Índice de ilustraciones y/o fotografías	15
A. Primera Parte	20
A.1. Introducción	22
A.2. Fundamentación	25
A.3. Objetivos	27
B. Marco teórico	29
B.1. Introducción	31
B.2. Comunicación	32
B.3. Comunicación estratégica	34
B.4. Desarrollo territorial rural	35
B.5. Extensión y comunicación	39
B.6. Problema de investigación	52
C. Marco metodológico	54
C.1. Introducción	56
C.2. Investigación comunicacional enactiva	57
C.3. Modelo de comunicación estratégica	58
C.4. Dispositivo	59
C.5. Estrategias comunicacionales	60
C.6. Dimensiones de la comunicación	61
C.7. Marcas de racionalidad comunicacional	64
C.8. Los 7 pasos de la investigación enactiva	65
C.9. Matriz de datos e instrumentos metodológicos	67
D. Segunda Parte	71
Capítulo 1: La situación	73

1.1.	Introducción	75
1.2.	El INTA como institución de investigación y desarrollo	76
1.3.	Estructura y funcionamiento del INTA	81
1.4.	El INTA Rafaela	85
1.5.	Conclusiones del capítulo 1: La comunicación en el INTA	97
	Capítulo 2: Los dispositivos	100
2.1.	Introducción	102
2.2.	Dispositivos comunicacionales del INTA Rafaela	103
2.2.1.	Definición y criterios de inclusión	103
2.3.	Sistematización de dispositivos	107
2.3.1.	Productos	107
2.3.2.	Espacios	134
2.4.	Conclusiones del capítulo 2	155
2.4.1	Conclusiones sobre los dispositivos productos del INTA Rafaela	156
2.4.2.	Conclusiones sobre los dispositivos espacios del INTA Rafaela	165
2.4.3.	Principales organizadores de dispositivos	173
2.4.4	Alcance de los dispositivos	176
	Capítulo 3: Las huellas	180
3.1.	Introducción	182
3.2.	Análisis y prescripción mediante Marcas de racionalidad comunicacional de los dispositivos de comunicación del INTA Rafaela	183
3.2.1.	Definición y criterios de inclusión	183
3.3.	Análisis de Marcas de racionalidad de los dispositivos productos del INTA Rafaela	187
3.3.1.	Productos	187
3.3.1.1.	Impresos	187

3.3.1.2.	Cartelería	192
3.3.1.3.	Audiovisuales	195
3.3.1.4.	Virtuales	200
3.4.	Análisis de Marcas de racionalidad de los dispositivos espacios del INTA Rafaela	206
3.4.1.	Espacios	206
3.4.1.1.	Jornadas y encuentros	206
3.4.1.1.1	Para productores y profesionales	206
3.4.1.1.2.	Para escolares	210
3.4.1.1.3.	Para escuelas agrotécnicas	214
3.4.1.2.	Cursos y seminarios	218
3.4.1.2.1.	Cursos varios	218
3.4.1.2.2.	Curso internacional de lechería para profesionales	220
3.4.1.2.3.	Seminarios internos	223
3.4.1.3.	Exposiciones	225
3.4.1.4.	Visitas	229
3.4.1.5.	Prensa institucional	233
3.5.	Conclusiones del capítulo 3	235
3.5.1.	Conclusiones sobre los dispositivos productos	236
3.5.2.	Conclusiones sobre los dispositivos espacios	240
3.6.	Conclusiones sobre el total de dispositivos del INTA Rafaela	248
	Capítulo 4: <i>La estrategia</i>	252
4.1.	Introducción	254
4.2.	Hacia la estrategia de comunicación del INTA Rafaela	255
4.3.	Versión técnica comunicacional (VTC) del INTA Rafaela	256
4.3.1.	Construcción de una definición concertada del problema del INTA Rafaela	257
4.3.2.	Despliegue de aspectos del problema para cada	258

	componente	
4.3.3.	Reconocimiento de actores vinculados con cada componente	265
4.3.4.	Propuesta de acciones de comunicación para trabajar con los actores reconocidos	273
4.5.	Árbol de soluciones	274
4.6.	Conclusiones del capítulo 4	293
E.	Conclusión	295
F.	Referencias bibliográficas	305
F.1.	Otras publicaciones sobre investigaciones realizadas con el modelo de comunicación estratégica	316
F.2.	Fuentes documentales	319
G.	Anexos	323

Índice de gráficos, tablas y/o cuadros

Índice de cuadros:

Número	Descripción	Página
Cuadro 1.	Dimensiones de la comunicación y Marcas de racionalidad comunicacional.	64
Cuadro 2.	Matriz de datos e instrumentos metodológicos de la tesis.	67
Cuadro 3.	Objetivos del Plan Estratégico Institucional del INTA 2005-2015	80
Cuadro 4.	Objetivos, características socio-demográficas y productos de los Proyectos Regionales con enfoque Territorial del INTA Rafaela	92

Índice de tablas:

Número	Descripción	Página
Tabla 1.	Sistematización de dispositivos de comunicación: PRODUCTOS	105
Tabla 2.	Sistematización de dispositivos de comunicación: ESPACIOS	106
Tabla 3.	Soportes y modalidades de los productos	156
Tabla 4	Temáticas de los espacios	172
Tabla 5	Organizadores de dispositivos	173
Tabla 6	Alcance de los dispositivos	176
Tabla 7	Análisis de Marcas de racionalidad dispositivos: PRODUCTOS	186

Tabla 8	Análisis de Marcas de racionalidad dispositivos: ESPACIOS	186
Tabla 9	Resumen del análisis comunicacional de los productos	236
Tabla 10	Resumen del análisis comunicacional de los espacios	240
Tabla 11	Resumen del análisis comunicacional de todos los dispositivos	248

Índice de gráficos:

Número	Descripción	Página
Gráfico 1.	Soportes y modalidades de los productos	158
Gráfico 2.	Permanencia de los productos	159
Gráfico 3.	Periodicidad de los productos	161
Gráfico 4.	Eje temático de los productos	163
Gráfico 5.	Tipos de espacios	165
Gráfico 6.	Periodicidad de los espacios	167
Gráfico 7.	Permanencia de los espacios	168
Gráfico 8.	Eje temático de los espacios	171
Gráfico 9.	Organizadores de dispositivos	175
Gráfico 10.	Alcance de los dispositivos	177
Gráfico 11.	Adecuación de los productos a los actores que busca involucrar	239
Gráfico 12	Dimensión comunicacional predominante en los espacios	244
Gráfico 13.	Marcas de racionalidad de los espacios	245

Gráfico 14.	Tipos de encuentros socioculturales que promueven los espacios	246
Gráfico 15.	Adecuación de los espacios a los actores que busca involucrar	247

Índice de ilustraciones y/o fotografías

Índice de mapas:

Número	Descripción	Página
Mapa 1.	Principales unidades del INTA	77
Mapa 2.	Ubicación de las EEA's en el Centro Regional Santa Fe del INTA	85
Mapa 3.	Área de influencia de la EEA Rafaela	86
Mapa 4.	Departamentos que comprende	86
Mapa 5.	Ubicación de la Estación Experimental y sus Agencias de Extensión Rural (AERs)	87
Mapa 6.	Áreas geográficas que abarcan los Proyectos Regionales con enfoque territorial.	90

Índice de fotos:

Número	Descripción	Página
Foto 1	Captura de pantalla Micros de TV "5 minutos con el INTA"	107
Foto 2	Captura de pantalla Micros de TV "5 minutos con el INTA"	107
Foto 3	Promoción de Micros de radio "3 minutos con el INTA"	108
Foto 4	Promoción de Micros de radio "3 minutos con el INTA"	108
Foto 5	Revistas del sector agropecuario	109
Foto 6	Artículos institucionales para medios	110

Foto 7	Notas internas	111
Foto 8	Promociones de actividades y eventos	112
Foto 9	Crónicas de eventos	114
Foto 10	Noticias	115
Foto 11	Material didáctico (rompecabezas)	116
Foto 12	Captura de video para evento interno	117
Foto 13	Capturas de videos técnicos	118
Foto 14	Capturas de videos de promoción	119
Foto 15	Folletos técnicos	120
Foto 16	Afiches de eventos	122
Foto 17	Volantes de promoción	123
Foto 18	Banners y posters	124
Foto 19	Carteles varios	125
Foto 20	Cartelería institucional	127
Foto 21	Hojas informativas	128
Foto 22	Publicaciones	129
Foto 23	Compendio de trabajos e investigaciones	130
Foto 24	Diario del veterinario	131
Foto 25	Página web del INTA Rafaela	132
Foto 26	Visitas guiadas	134
Foto 27	Prensa institucional	135
Foto 28	Jornada de cultivos de verano	136
Foto 29	Jornada de cultivos de invierno	137
Foto 30	Jornada para productores	138
Foto 31	Curso internacional de lechería	139
Foto 32	Jornadas escolares	140
Foto 33	Stand institucional en la Exposición Rural	141
Foto 34	Encuentro de escuelas agrotécnicas	142
Foto 35	Jornada de forrajeras tropicales	144
Foto 36	Visitas a Campo Roca	145

Foto 37	Seminarios internos	146
Foto 38	Curso para transportistas	147
Foto 39	Curso de iniciación apícola	148
Foto 40	Jornada regional de pastizales naturales	149
Foto 41	Jornada de actualización ganadera	150
Foto 42	Jornada de lechería	152
Foto 43	Jornada ganadera INTA-IPCVA	153
Foto 44	Actores vinculados al componente técnico-productivo	265
Foto 45	Actores vinculados al componente sociocultural	267
Foto 46	Actores vinculados al componente institucional	268
Foto 47	Actores vinculados al componente económico	269
Foto 48	Actores vinculados al componente organizacional	271

A. Primera parte

A.1. Introducción

Durante el último medio siglo la comunicación en varias instituciones públicas de investigación y desarrollo agropecuario se ha basado en la lógica de la transferencia¹.

En las mismas, a la figura más común de la transferencia se la denomina “extensión²” y remite a la forma de comunicación con los destinatarios de las acciones institucionales.

Según Juan Díaz Bordenave:

La relación de la Comunicación con la Transferencia de Tecnología debe ser vista en un contexto sistémico, es decir, como sub-sistemas de sistemas mayores que los comprenden y con los cuales se influyen mutuamente.

Así, la Transferencia de Tecnología Agrícola (TTA) es un subsistema de la Extensión Rural y Asistencia Técnica que, a su vez, es una de las varias estrategias del desarrollo agrícola y rural, junto con la

¹ Al respecto, ver: **Artículo 2** del Decreto-Ley N° 21680, de creación del Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria de Argentina (INTA), [En línea] Disponible en: <<http://inta.gob.ar/documentos/boletin-oficial-creacion-del-inta>> [Acceso: 06/10/2014]; **Objetivo 3** del Instituto Nacional de Investigaciones Forestales y Pecuarias de México (INIFAP), [En línea] disponible en: <<http://www.inifap.gob.mx/SitePages/default.aspx>> [Acceso: 06/10/2014]; **Misión** del Instituto de Investigaciones Agropecuarias de Chile (INIA), [En línea] Disponible en: <<http://www.inia.cl/acerca-de-inia/>> [Acceso: 06/10/2014]; **Artículos 2, 3, 10, 11 y 33** de la Ley de creación del Instituto Nacional de Investigación Agropecuaria de Uruguay (INIA), [En línea], Disponibles en: <<http://www.inia.uy/marco-institucional/Ley-de-Creación>> [Acceso: 06/10/2014]

² Sobre comunicación y extensión, ver también: THORNTON, Ricardo y CIMADEVILLA, Gustavo, 2003, *La extensión rural en debate. Concepciones, retrospectivas, cambios y estrategias para el MERCOSUR*, Buenos Aires: Ediciones INTA-Universidad Nacional de Río Cuarto; CIMADEVILLA, Gustavo y CARNIGLIA, Edgardo (Editores), 2004, *Comunicación, ruralidad y desarrollo*, Buenos Aires: INTA-Universidad Nacional de Río Cuarto; THORNTON, Ricardo y CIMADEVILLA, Gustavo (Editores), 2008, *Grisés de la extensión, la comunicación y el desarrollo*, Buenos Aires: INTA-Universidad Nacional de Río Cuarto, [En línea] Disponible en: <http://inta.gob.ar/documentos/grises-de-la-extension-la-comunicacion-y-el-desarrollo/at_multi_download/file/INTA_Grisés%20de%20la%20extensi%C3%B3n.pdf> [Acceso: 14/10/2014]

reforma agraria, el crédito rural, la provisión de insumos, la comercialización, la agroindustria, la organización de los productores, la educación y la capacitación, etc. (DIAZ BORDENAVE, 2012)

Por ejemplo, en el acta de creación del INTA (Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria) se afirma que:

Para el cumplimiento de su misión, el INTA organizará, desarrollará y estimulará la investigación, experimentación y extensión agraria como aspectos fundamentales, a cuyo efecto promoverá directamente, o por medio de otras entidades:

[...] La extensión agraria, mediante la asistencia educacional técnica y cultural del productor rural y su familia y el mejoramiento de la comunidad que integra [...] (INTA, 1956)

En la actualidad, el problema fundamental en estas instituciones consiste en que la lógica de transferencia no logra responder a los objetivos, ni puede dar cuenta de los resultados de las acciones de comunicación institucionales.

Por lo tanto, este modo de actuar pierde vigencia y efectividad, y se crean nuevas teorías comunicacionales que lo interpelan para cuestionarlo. Una de las teorías que surgen como respuesta a esta problemática es la de **comunicación estratégica**.

La **comunicación estratégica** es un modelo teórico-metodológico de investigación enactiva³ creado por la Dra. Sandra Massoni en su tesis

³El concepto de **enacción** se opone a la idea de concebir al conocimiento como descripción de un mundo completamente independiente del observador. La cognición no es la representación de un mundo predefinido por una mente, sino la puesta en obra de un mundo y una mente a partir de las acciones. El conocimiento entonces no está ni en el objeto ni en el sujeto, es una tensión que surge del encuentro. Implica el encadenamiento de la acción y el conocimiento en un círculo indisociable donde objeto y sujeto se determinan mutuamente en un diálogo transformador (Varela, 1996).

doctoral, donde funda un nuevo modo de concebir a la comunicación compuesta por múltiples dimensiones.

Las dimensiones de la comunicación más habituales en el ámbito agropecuario son la informativa, la interaccional, la ideológica y la sociocultural. (MASSONI, 2003; 2011; 2013)

Y Massoni propone abordar la multidimensionalidad de la comunicación, como entrada al diseño de estrategias comunicacionales como dispositivos de reconfiguración espacio-temporal situada (MASSONI, 2011).

A.2. Fundamentación

Este trabajo se inserta en los debates sobre comunicación en instituciones públicas de investigación y desarrollo, con una propuesta de indagación de acciones concretas de comunicación de tecnología agropecuaria en el medio rural.

La originalidad del mismo se asienta en que dicho análisis se realiza utilizando el modelo teórico-metodológico de investigación enactiva de la Escuela de Comunicación Estratégica de Rosario⁴.

Dice Massoni:

Esta metaperspectiva trabaja desde las raíces latinoamericanas del pensamiento comunicacional y ambiental con los nuevos paradigmas de la ciencia y es subsidiaria de las teorías de la complejidad, los estudios culturales y las semióticas de la presencia [...]

La comunicación es a la vez una construcción comunicativa y comunicacional del orden temporal y como tal adopta diferentes configuraciones que el análisis puede captar con metodologías específicamente comunicacionales, por ejemplo a través de la técnica Análisis y prescripción de las Marcas de racionalidad comunicacional se trabaja examinando e interpelando las diferentes racionalidades del encuentro existentes en cada situación y se aporta a su reconfiguración espacio-temporal operando recursos en otra dimensión comunicacional. Una modalidad del encuentro sociocultural es, por ejemplo, la transferencia; otra evidentemente diferente es el denunciismo. Cada una de ellas opera en una dimensión del fenómeno comunicacional: la primera, en la dimensión

⁴Página web de la Escuela de Comunicación Estratégica de Rosario: www.esueladecomunicacionestrategica.org

informativa; la segunda, en la dimensión ideológica⁵ y ponen en juego diferentes recursos comunicacionales para imprimir su particular racionalidad del encuentro en las situaciones en las que operan. (MASSONI, 2013)

⁵ Al respecto, ver cuadro de la página 178 del libro *Metodologías de la Comunicación estratégica: del inventario al encuentro sociocultural* (MASSONI, S. 2013)

A.3. Objetivos

Desde el modelo de comunicación estratégica, esta tesis responde a los siguientes objetivos:

General:

-Determinar el predominio de la dimensión informativa en las acciones de comunicación de tecnología en la Estación Experimental Agropecuaria Rafaela del Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA).

Específicos:

-Reconocer los dispositivos comunicacionales que operan en las acciones de comunicación de tecnología agropecuaria

-Identificar Marcas de racionalidad comunicacional en esos dispositivos;

-Producir aportes al diseño de estrategias de comunicación a partir de la detección-sistematización-análisis de los dispositivos comunicacionales estudiados.

B. Marco teórico

B.1. Introducción

En este apartado de la tesis se explicitan los conceptos y definiciones sobre los que se basa esta investigación y se mencionan algunos de los principales antecedentes teóricos.

Previo a cada apartado, se encuentra una explicación que ubica a cada concepto incorporado en el presente estudio.

B.2. Comunicación.

La definición de comunicación es el punto de partida de este trabajo.

El mismo se incorpora para dar cuenta del modo en que se concebirá a la comunicación en esta tesis.

El concepto de comunicación que se utiliza es el desarrollado por Sandra Massoni en su tesis doctoral del año 2003, titulada “Estrategias de comunicación rural: un modelo de abordaje de la dimensión comunicacional para el desarrollo sostenible entendido como cambio social conversacional”, realizada en la Facultad de Filosofía de la Universidad de Buenos Aires.

En su tesis, Massoni afirma que **“la comunicación es el momento relacionante de la diversidad sociocultural y, por lo tanto, espacio del cambio, de la transformación”** (MASSONI, 2003).

Con el objetivo de indagar ese espacio del cambio, de la transformación, la Dra. Massoni desarrolla el modelo de **comunicación estratégica**⁶.

El mismo afirma lo siguiente:

Sostenemos que el ‘encuentro’ es el núcleo de la mirada específicamente comunicacional, y las estrategias, dispositivos de comprensión/indagación que trabajan a partir de ese espacio en la constitución de un cambio social conversacional. Con esta perspectiva teórica y de investigación, proponemos reubicar el objeto de estudio de la comunicación y sus unidades de análisis: el ‘encuentro sociocultural’ no puede analizarse sino a partir de sus

⁶ En el Marco metodológico de esta tesis (Apartado C) se despliega la metodología del modelo.

manifestaciones, como fenómeno complejo, fluido, y a partir de un abordaje transdisciplinario. En la comunicación estratégica, el énfasis se desplaza entonces desde la descripción hacia el 'poner en común' en relación a un objetivo de transformación que se define a partir de lo situacional y en el marco de lo fluido. (MASSONI: 2003)

B.3. Comunicación estratégica.

Como se afirmó en el apartado anterior, el concepto de comunicación eje de este estudio es el de **comunicación estratégica**.

Para ello se incorpora la siguiente definición sintética:

Comunicación: espacio y momento relacionante de la diversidad sociocultural. Espacio de encuentro de los actores. Es estratégica por cuanto es donde ocurre el cambio, la transformación cognitiva de los actores. Implica la participación en tanto es una acción común –con otro– sin pretensiones de completitud (MASSONI, 2008: 87-100)

Este concepto se complementa con la siguiente afirmación de Luis Jesús Galindo Cáceres:

La comunicación estratégica es la tercera fundación del campo académico de la comunicación latinoamericana. Hay una primera fundación que es muy política, que viene de las políticas culturales de la posguerra. Hay una segunda generación que es la de los estudios culturales, de Jesús Martín Barbero. Y esta es una tercera fundación donde la comunicación estratégica nos permite por primera vez en la historia de la comunicación poner a dialogar la empresa con la ONG, poner a dialogar la propaganda y la publicidad, con la militancia y el trabajo de base. Históricamente no se han llevado bien, pero la comunicación estratégica permite construir un techo. Además, en ese encuentro podemos aprender muchas cosas más. Estábamos divorciados como si fuéramos agua y aceite (GALINDO CÁCERES, 2012)

B.4. Desarrollo territorial rural.

En este apartado se define el concepto de desarrollo territorial rural y su relación con la comunicación.

Para ello se incorporan las conceptualizaciones adoptadas por el INTA⁷ (Institución nacional de investigación y desarrollo agropecuario en el marco de la cual se realizó este trabajo) y las definiciones de dos especialistas en políticas de desarrollo, Marcelo Sili y Alexander Schejtman.

En el INTA, el modo de comunicación con los actores del territorio está basado en un sistema denominado “extensión”.

La primera definición de “extensión”, extraída del Plan Estratégico Institucional⁸ del INTA (PEI 2005-2015), es la siguiente:

El Sistema de Extensión trabajará abordando el desarrollo territorial a través de estrategias adaptadas a cada condición particular, promoviendo y apoyando los procesos de transformación productiva e institucional. Para esto será necesario generar capacidades regionales con el desarrollo de equipos de extensión que se constituirán en articuladores de los distintos actores y demandantes de las cadenas de valor del territorio, para impulsar el desarrollo rural.

En el mismo documento institucional, se afirma que:

⁷ INTA: Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria.

⁸ INSTITUTO NACIONAL DE TECNOLOGÍA AGROPECUARIA, 2004, *El INTA que queremos. Plan Estratégico Institucional (PEI) 2005-2015*, Buenos Aires: INTA.

Desde la perspectiva del enfoque del desarrollo territorial, un territorio es un espacio geográfico caracterizado por: la existencia de una base de recursos naturales específica; una identidad (entendida como historia y cultura locales) particular; relaciones sociales, instituciones y formas de organización propias, conformando un tejido o entramado socioinstitucional (resultado de las diversas interacciones entre los actores e instituciones) característico de ese lugar; y determinadas formas de producción, intercambio y distribución del ingreso. Todas estas características imprimen al territorio una identidad, como una huella digital, que lo hace único, poniendo de relieve que el territorio no es un mero soporte geográfico de recursos y actividades económicas sino una construcción social producto de las interrelaciones y decisiones de los actores locales en torno a un proyecto de desarrollo concertado entre todos ellos. (INTA, 2004)

En este marco,

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 socioinstitucional y el sistema económico-productivo local, con el propósito de mejorar la calidad de vida de esa comunidad. (INTA, 2004)

El especialista en Políticas de desarrollo Marcelo Sili, define al Desarrollo Territorial Rural como:

un proceso de transformación rural que, a través de la organización y 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 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. (SILI, 2005:67)

Otro especialista en desarrollo rural, Alexander Schejtman, afirma que:

una Estrategia de Desarrollo Rural debe estimular y facilitar la vinculación competitiva de los territorios rurales a mercados dinámicos, a través de procesos de transformación productiva; y la co-laboración entre los agentes económicos, sociales y gubernamentales, mediante procesos de desarrollo institucional. Esas instituciones, que se deben fortalecer son: las organizaciones económicas, las asociaciones de representación y las redes de pequeños empresarios; las organizaciones sociales de los pobres y sectores marginados; los gobiernos municipales, sus asociaciones y redes; y las agencias especializadas o relacionadas con el desarrollo rural de los gobiernos provinciales. (SCHEJTMAN, 2009)

Para poder fortalecer esas instituciones, Schejtman propone:

hacer un diagnóstico, plantear un programa de mediano plazo (3-5 años), disponer desde el principio de recursos financieros y humanos, y apoyar la construcción, coordinación y funcionamiento de redes de aprendizaje. Estas últimas tienen como fin que las instituciones con intereses comunes puedan compartir experiencias, conocer nuevos modos de gestión y aprender unas de otras. Además, son indispensables para que los procesos de desarrollo tiendan a superar –y no a reproducir- las relaciones de poder que

marginan a los sectores pobres de las oportunidades y los beneficios del desarrollo.

En este marco, el modelo de **comunicación estratégica** de Massoni (MASSONI: 2003) se inserta en los Proyectos Regionales con Enfoque Territorial como

una disciplina capaz de aportar al cambio sociocultural necesario en el territorio, a partir de su inclusión en los proyectos de desarrollo rural desde su formulación, redacción, puesta en marcha y evaluación de las actividades que los conforman. (INTA, 2012)

B.5. Extensión y comunicación

En este apartado se presenta la relación entre la comunicación y los proyectos de desarrollo rural.

Para ello se presenta un breve recorrido histórico sobre la comunicación y el desarrollo en América Latina.

La comunicación no siempre existió como concepto y su reconocimiento como disciplina dentro de las ciencias sociales sucedió hace muy poco tiempo.

Más exactamente, el 16 de noviembre de 2012, el Consejo Superior de la Universidad Nacional de Rosario, declaró la autonomía disciplinar de la Comunicación Social⁹.

También se incorporó a la disciplina en el CONICET (Concejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas de Argentina) en la Comisión de Sociología, comunicación y demografía, dentro del Gran Área “Ciencias sociales y humanidades”¹⁰.

Pese al reconocimiento de la disciplina, en ámbitos institucionales aún se sigue manteniendo a la comunicación como saber instrumental de apoyo a los procesos de desarrollo rural.

⁹ El texto sobre la conquista de la autonomía disciplinar en Comunicación Social en la Universidad Nacional de Rosario, la declaración, la resolución y los avales, están disponibles en: <<http://www.fcpolit.unr.edu.ar/conquista-de-la-autonomia-disciplinar-en-comunicacion-social/>> [En línea] [Acceso: 06/10/2014]

¹⁰Más información, ver página web institucional del Conicet, disponible en: <<http://web.conicet.gov.ar/web/conicet.acercade.descripcion/ciencias-sociales-y-humanidades>> [En línea] [Acceso: 06/10/2014]

La preocupación por otorgar a la comunicación su espacio entre las ciencias que pueden promover el desarrollo generó en el mundo y, particularmente, en América Latina, diferentes teorías.

Uno de los principales referentes en las teorías sobre comunicación y desarrollo es Luis Ramiro Beltrán Salmón.

En su artículo “La comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: un recuento de medio siglo”, afirma que:

En comunicación para el desarrollo, la práctica antecedió a la teoría, ubicándola entre el último tercio de la década de 1940 y el primero de la de 1950 [...]

[En esa época] surgieron en Latinoamérica servicios públicos en agricultura, educación y salud, copatrocinados por los gobiernos de Estados Unidos de América y los de la región. Los órganos de comunicación de estas entidades estaban dedicados, respectivamente, a “información de extensión agrícola”, “educación sanitaria” y “educación audiovisual” [...]

La primera tenía por misión la de convertir la información científica y técnica para el mejoramiento de la producción agropecuaria, en información de educación no formal al alcance de la comprensión del campesinado carente entonces, en proporción elevada, de alfabetización; para ello apuntalaba con recursos de contacto interpersonal a los agrónomos que actuaban como “agentes de extensión” residentes en comunidades rurales y se valía complementariamente de medios masivos, principalmente radio, folletos y carteles. (BELTRAN SALMON, 2005)

Sin embargo, la investigación sobre comunicación y desarrollo, comenzó en la década de 1960.

Al respecto, el investigador Raúl Fuentes Navarro, afirma que:

En los años sesenta se extendió por toda América Latina el afán “modernizador” y “desarrollista”, formulado por la sociología del desarrollo estadounidense [...] Prácticamente con el inicio de la expansión de la televisión, [fue] cuando se comenzó a considerar y a investigar con cierta profundidad la comunicación. (FUENTES NAVARRO, 2005)

Siguiendo a Fuentes Navarro, fue el estadounidense Everett Rogers, con la publicación de 1962 de la primera versión de su teoría sobre la difusión de innovaciones, quien se ubicó como uno de los fundadores de la “comunicación para el desarrollo” y de la “comunicación internacional” (FUENTES NAVARRO, 2005)

Según el mismo autor, la obra clásica de Rogers *Difusión de innovaciones*, [...] estableció una línea de investigación cuyo modelo, en palabras del propio autor, consiste en lo siguiente:

Este modelo describe el proceso mediante el cual una innovación¹¹ (definida como una idea práctica u objetivo percibido como nuevo por un individuo) es comunicada por medio de ciertos canales a través del tiempo a miembros de un sistema social. El modelo clásico especifica: 1) Los estudios en el proceso decisión-innovación y la importancia relativa de varios canales en cada uno de los estudios; 2) la forma en la cual las características percibidas de las innovaciones afectan su tasa de adopción; 3) las características y el comportamiento de los adoptadores “tempranos y tardíos”; 4) el rol de los líderes de opinión en la difusión de innovaciones; y 5) los factores que intervienen en el éxito relativo de los agentes de cambio. (ROGERS, 1962)

¹¹Las cursivas y comillas son del autor.

Según Luis Ramiro Beltrán:

Derivadas en parte de esas teorías estadounidenses principales¹², tenderían a prevalecer en Latinoamérica estas percepciones:

*La “**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.*

*La “**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. (BELTRÁN SALMON, 2005)*

Al respecto, afirma Fuentes Navarro, que:

Uno de los seguidores de la línea de pensamiento sobre la difusión de innovaciones y la comunicación para el desarrollo rural en América Latina, fue Juan Díaz Bordenave, cuyos estudios en el nordeste brasileño en 1964 y 1966 fueron luego ampliados, llegando a utilizarse para capacitar a expertos latinoamericanos en 1972 y 1974. (FUENTES NAVARRO, 2005:103)

¹² El autor se refiere a LERNER (su teoría de 1958 sobre el paso de la “sociedad tradicional” a la “modernización), ROGERS (su teoría de 1962 sobre la difusión de innovaciones) y SCHRAMM (1964, sobre el papel de los medios en la creación de una “atmósfera” propicia para cambio en los países “en desarrollo”). Al respecto ver: BELTRÁN SALMÓN, Luis Ramiro, 2005, “La comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: un recuento de medio siglo”, Presentado en el III Congreso Panamericano de la Comunicación, de la Carrera de Comunicación de la Universidad de Buenos Aires, del 12 al 16 de julio, [En línea] disponible en: <<http://www.portalcomunicacion.com/both/temas/lramiro.pdf>> [Acceso: 06/10/2014]

Díaz Bordenave sumó a su experiencia y formación en la tradición estadounidense, los aportes críticos de Paulo Freire¹³, quien (entre 1968 y 1976) cuestionó los modelos de comunicación y extensión, profundizando sus indagaciones sobre el papel de la extensión y su vínculo con la comunicación en la enseñanza de adultos en el medio rural.

Con obras publicadas en 1982, 1983, 1984 y 1985¹⁴ Díaz Bordenave

analizó la evolución que la comunicación rural asumió en ciertos organismos de promoción del desarrollo como el IICA -Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura- e insistió para que el diálogo, la planificación y la educación permearan siempre el trabajo técnico vinculado a la transferencia de conocimientos en el medio rural (CIMADEVILLA, 2004: 176)

Con respecto a rol de la comunicación para el desarrollo, Juan Díaz Bordenave afirma que:

En cuanto a la comunicación, su papel sistémico en apoyo a la Transferencia de Tecnología Agrícola (TTA) puede observarse cuando se analizan los componentes de cualquier proyecto de desarrollo [...]

La comunicación desempeña varias [...] funciones dentro del proceso de desarrollo rural. En efecto, ella:

-Promueve el diálogo entre los agricultores para diagnosticar problemas

-Ayuda a los agricultores a informar sus necesidades a los servicios de apoyo y solicitar su asistencia

¹³Algunas obras de Paulo Freire son: *Pedagogía del oprimido*, de 1970 y *¿Extensión o comunicación? La concientización en el medio rural*, de 1973.

¹⁴Algunas obras de Díaz Bordenave son: *Democratización de la comunicación, democratización de la educación* (1982); *O que é participação* (1983); *Comunicação Rural. Da Extensão à Participação* (1984); *Participação e sociedade* (1985).

-Facilita el diálogo entre los servicios de apoyo para encontrar soluciones a los problemas de los agricultores

-Canaliza la respuesta de los dirigentes y técnicos de los servicios de apoyo a las demandas de los agricultores

(DÍAZ BORDENAVE, 2012)

Además, Díaz Bordenave califica esta etapa como “difusionista” y afirmando que:

[...] La relación era lineal: las innovaciones tecnológicas eran entregadas por los investigadores a los extensionistas y éstos las pasaban a los agricultores (DÍAZ BORDENAVE, 2012)

Desde 1976 y hasta 1990 la extensión rural se orientó a aumentar la productividad agropecuaria de medianos y grandes productores y en ese marco la comunicación mantuvo hasta 1983 un enfoque difusionista que retomaba el modelo lineal de “transferencia” de saberes.

En relación a las investigaciones sobre comunicación y desarrollo, relata Fuentes Navarro:

En 1976, la Oficina Regional para América Latina del Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo (CIID), entidad descentralizada del Gobierno de Canadá, publicó en su sede de Bogotá una Bibliografía sobre investigaciones en comunicación para el desarrollo rural en América Latina preparada por Luis Ramiro Beltrán y otros, donde se anotan las referencias de 490 estudios “no urbanos y no foráneos realizados mediante el empleo, en algún grado y forma, del método científico” (Beltrán, Isaza y Ramírez, 1976¹⁵). El más antiguo de estos estudios está fechado en

¹⁵ El autor se refiere a la obra de BELTRAN, Luis Ramiro; ISAZA, G.; RAMIREZ, F., 1976, *Bibliografía sobre investigaciones en comunicación para el desarrollo rural en América Latina*, Bogotá: Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo (CIID), Oficina regional para América Latina, División de ciencias de la información, 87 p.

1955 y la recopilación llega hasta 1975. Esta obra nos permite ver que la investigación para el desarrollo rural se concentró en tres países: Colombia, Brasil y México, en los cuales en conjunto se realizaron dos de cada tres de los estudios compilados. (FUENTES NAVARRO, 2005)

En 1984, Juan Díaz Bordenave realizó una consultoría en el INTA.

La misma, le permitió observar que los problemas de la comunicación tenían como causa fundamental “la comprensión incompleta o inadecuada de la naturaleza e importancia de la comunicación en la actividad global de la institución” (DIAZ BORDENAVE, 1985: 2)

Las conclusiones a las que arribó fueron:

Así, las dificultades más significativas derivadas de esa concepción podían advertirse en: 1) la utilización de la comunicación como actividad secundaria o auxiliar, con materiales y mensajes de acciones institucionales de cuyo planeamiento los comunicadores no participaban; y 2) la falta de valorización del sector de comunicación, lo que originaba un círculo vicioso para perpetuar la situación en los siguientes términos: «Comunicador mal preparado- Uso de la comunicación sólo como servicio de producción de materiales-Bajo concepto del comunicador como profesional-Falta de oportunidades de formación profesional avanzada del comunicador» (DIAZ BORDENAVE, 1985)

En 1993, Daniel Prieto Castillo escribió un artículo sobre el uso de materiales impresos para la comunicación rural.

En el mismo, hace una autocrítica afirmando que, en el trabajo de comunicadores, muchas veces creemos que:

el esquema comunicacional básico: una información, un impacto a la sensibilidad y a la conciencia harán cambiar a alguien, lo llevarán a adoptar otras formas de vida y de relación con sus semejantes (PRIETO CASTILLO, 1993)

Y, refiriéndose específicamente a los materiales impresos que tanto los organismos del Estado como de la actividad privada, realizan para los productores, agregó:

En muchos casos no está claro para quienes producen mensajes, la importancia de los formatos e incluso el valor de la información a transmitir; no está claro el discurso a utilizar; la preocupación pasa a menudo por los productos y no por la población; el contacto con los interlocutores es escaso, lo que lleva a producir mensajes sin ninguna relación con formas de percibir y con diferentes contextos sociales; la experiencia de la gente es dejada de lado y se da la tendencia a tomar en cuenta sólo a los especialistas. (PRIETO CASTILLO, 1993)

En 1998, Mario Kaplun, afirmó que:

La verdadera comunicación [...] no está dada por un emisor que habla y un receptor que escucha, sino por dos o más seres o comunidades humanas que intercambian y comparten experiencias, conocimientos, sentimientos (aunque sea a distancia a través de medios artificiales). Es a través de ese proceso de intercambio como los seres humanos establecen relaciones entre sí y pasan de la existencia individual aislada a la existencia social comunitaria (KAPLUN, 1998)

Además, en estos años se comienza a hablar en el INTA de desarrollo sostenible, y sobre este concepto, dice Sandra Massoni:

Este concepto de sostenibilidad es inherente a la búsqueda de sistemas de producción locales, específicos para cada sitio, que promuevan al mismo tiempo condiciones para una regeneración perpetua del ambiente. En nuestro país, este concepto se ha incorporado a las políticas agropecuarias a finales de la década del 80 como una respuesta al impacto negativo de la agriculturización, especialmente en relación a la degradación y la erosión de los suelos agrícolas.

Muchas iniciativas que se apoyaron en la sostenibilidad fueron expuestas en un seminario “Juicio a Nuestra Agricultura”, promovido en 1991 por el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria y la Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca {de la Nación}, en el cual participaron todos los sectores de ciencia y técnica, lo cual puso en evidencia su importancia; también se presentaron y discutieron las bases de diversas líneas de investigación que se fueron implementando y desarrollando posteriormente, durante la década del '90 en la Región Pampeana Argentina. (MASSONI, 2008)

Durante la década siguiente la extensión rural¹⁶ incorporó nuevas técnicas incluyendo mayor participación de los actores involucrados en el desarrollo, pero manteniendo la lógica emisor-receptor.

Como ejemplo, en el libro que publicó el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria, para conmemorar sus 50 años, se afirma que:

*[...] Hoy la institución transfiere y difunde tanto los conocimientos como las tecnologías generadas y adaptadas en los últimos años
[...]* (INTA, 2006)

¹⁶ Al respecto, ver: CIMADEVILLA, Gustavo y CARNIGLIA, Edgardo (Editores), 2004, *Comunicación, ruralidad y desarrollo*, Buenos Aires: INTA-Universidad Nacional de Río Cuarto.

Al respecto, Carlos Alemany expresa:

El nuevo siglo comienza con algunas novedades importantes ciertamente impredecibles algunos años atrás. Es el caso del retorno institucional —con renovado vigor— de la Extensión rural como parte de las políticas públicas para el medio rural en muchos países latinoamericanos, y en Argentina en particular.

Partimos de muy pocos acuerdos —tanto en el mundo académico como entre los que desarrollan la actividad extensionista— en torno de los conceptos, teorías y prácticas que le dan significado y orientación definida a la Extensión rural. Es así como actualmente se sigue privilegiando, tanto su rol en la intervención sistemática sobre los procesos de generación y transferencia tecnológica; o su acción en procesos educativos no formales capaces de cambiar mentalidades; o el desarrollo de sistemas locales de innovación; o la intervención en procesos locales de organización. Uno de los pocos acuerdos existentes se mantiene en torno a la idea de su importancia como herramienta de intervención en procesos de desarrollo.

La Extensión rural continúa siendo percibida mayoritariamente como íntimamente vinculada a las ideas del desarrollo, y como éstas son construcciones sociales dependientes del contexto social, económico, político e intelectual en las que se abordan, continúa existiendo una gran diversidad de formas de concebir a la Extensión rural, que subyacen a las diferentes visiones del desarrollo rural.
(ALEMANY, 2008)

Finalizando la primera década del nuevo siglo, conviven diversos enfoques teóricos y metodológicos, entre los cuales se incluyen: el enfoque de desarrollo territorial (SILI, 2005; SCHEJTMAN, 2009) la educación y la comunicación populares (ALFARO, 1993), los estudios étnico culturales (BARBERO, 1997), la comunicación para el cambio social (DIAZ BORDENAVE, 2004; GUMUCIO DAGRON, 2001), la

investigación-acción participativa creada por Fals Borda en la década de 1950¹⁷, entre otros.

Por ejemplo, en el año 2007, durante un Seminario Internacional organizado por el INTA, argentino Daniel Prieto Castillo, dijo que la comunicación para el desarrollo:

se opone a los modelos verticales, proponiendo un tipo diferente de relación con las personas y comunidades, porque parte de suponer que los productores tienen una identidad cultural, un conocimiento y una tecnología que deben ser respetados y valorados (PRIETO CASTILLO, 2007)

Al respecto, en el año 2008, Sandra Massoni, expresó que:

Hablar de comunicación y desarrollo implica entonces asumir aquello que G. K. Chesterton decía: “No es que no vean la solución, lo que no ven es el problema”. No le podemos seguir vendiendo soluciones a la gente, simplemente porque no tenemos soluciones únicas y totales; lo que sí podemos es, a partir de la comunicación, ofrecerles la posibilidad de encontrarlas en conjunto” (MASSONI, 2008: 87-100)

¹⁷ Fals-Borda y sus colegas desarrollaron un método para sistematizar el conocimiento popular y devolverse a los grupos con los que trabajaban, con el fin de motivar a la acción colectiva para el cambio social y político contra poderes opresivos. Hacer esto se llamó "devolución sistemática" y seguía ciertas reglas: devolver a los grupos de base que proporcionan la información los materiales culturales e históricos locales de una manera sistemática y acorde con su nivel de desarrollo político y educativo; expresar los resultados de los estudios en un lenguaje accesible; permitir a los grupos de base el control de la investigación y de la manera en que se divulgan los resultados de su trabajo. Los investigadores no deben definir las tareas de la investigación; sino que debe hacerse en constante consulta con la gente; reconocer la generalidad de las técnicas científicas y ponerlas al servicio de las personas; y, por último, que los intelectuales obtengan retroalimentación directa de las bases (Fals-Borda, 1992), citado por FLORES-KASTANIS, Eduardo; MONTOYA-VARGAS, Juny; SUAREZ, Daniel H., 2009, "Investigación-acción participativa en la educación latinoamericana: un mapa de otra parte del mundo", en *Revista mexicana de investigación educativa*, 14(40), 289-308. [En línea] <http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-66662009000100013&lng=es&tlng=en> [Acceso: 08/10/2014]

En los inicios de la segunda década del siglo XXI, la comunicación y el desarrollo se encuentran más relacionadas que décadas atrás.

Fue Sandra Massoni quien, en el año 2005, marcó tres épocas en la comunicación rural argentina (MASSONI, 2005), con el INTA como actor central.

Y Mariana Piola, en su tesis doctoral del año 2010, las sintetiza aclarando que “cada etapa se corresponde con un momento económico-político del país, con un tipo de audiencia que se privilegia, modalidad de los mensajes e interés focalizado” (PIOLA, 2010:200).

*La primera etapa (desde la creación del INTA en 1956 hasta 1970), coincidente con la tecnificación del sector agropecuario, hacía énfasis en la **emisión de información** a los productores agropecuarios.*

*La segunda, con ampliación del mercado y la agriculturización del sector agropecuario, la extensión hizo énfasis en la **interacción** con los productores.*

*La tercera etapa, que continúa en la actualidad, es la de la globalización e intensificación del sector agropecuario. En esta etapa, el énfasis está puesto en las **relaciones**. De pensar al productor agropecuario como colono se pasa a entender como empresario rural (PIOLA, 2010: 202)*

Para Massoni, hoy no se abandonó la idea de emisor y receptor sino que los mismos se reconfiguraron como actores de un proceso que se va construyendo en red, complejo y fluido.

Y la comunicación rural es un proceso complejo, con actores diversos, que trabajan, viven y se relacionan en red, a partir de intereses y necesidades que pueden ser abordadas con el modelo de **comunicación estratégica**.

Sandra Massoni plantea que para poder considerar a la comunicación como componente estratégico en las instituciones de investigación y desarrollo agropecuario, es necesario hacer tres desplazamientos:

El primero, consiste en pasar de la comunicación como información a la comunicación estratégica. El segundo, de la comunicación al final de la línea de montaje a la comunicación como espacio relacionante de la diversidad sociocultural y, el tercero, de la comunicación como mensaje a transmitir a la comunicación como un problema acerca del cual instalar una conversación que trabaje en la transformación del espacio social que se aborda en una cierta dirección (MASSONI, 2007).

Esta autora construye el **modelo de comunicación estratégica** en su tesis doctoral, donde concibe a la comunicación como un diálogo de saberes en dimensiones múltiples que se aborda transdisciplinariamente. (MASSONI, 2003)

B. 6. Problema de investigación

El problema de investigación que aborda esta tesis es la **prevalencia de la comunicación centrada en la emisión de los mensajes (o dimensión informativa) en las acciones de comunicación de tecnología agropecuaria.**

Específicamente, este estudio investiga ese predominio en la comunicación de una de las unidades del INTA: la Estación Experimental Agropecuaria Rafaela, durante el período 2012-2013.

Para realizar este trabajo, en el **primer capítulo** (denominado “La situación”) se presenta a la institución donde ocurre este problema de comunicación; en el **segundo capítulo** (titulado “Los dispositivos”) se sistematizan los dispositivos de comunicación reconocidos durante el mencionado período en la institución; en el **tercer capítulo** (“Las huellas”) se reconocen y analizan las *Marcas de racionalidad comunicacional* presentes en los dispositivos y en el **cuarto capítulo** se propone una estrategia de comunicación con el fin de modificar la situación problemática planteada.

C. Marco metodológico

C.1. Introducción

En este capítulo se presentan la metodología de la investigación comunicacional enactiva¹⁸ y la matriz de datos e instrumentos metodológicos utilizados para la realización de la presente investigación.

Esta metodología aborda a la comunicación como “un fenómeno histórico, complejo, situacional y fluido” (MASSONI, 2003) y es el resultado de casi tres décadas de investigación en la Universidad Nacional de Rosario y en la Escuela de Comunicación Estratégica de Rosario¹⁹.

¹⁸ Sobre la metodología de la investigación comunicacional enactiva ver: MASSONI, S., 2013, *Metodologías de la Comunicación estratégica: del inventario al encuentro sociocultural*, Rosario: Homo Sapiens, 194 páginas, ISBN 978-950-808-816-1

¹⁹ La *Escuela de Comunicación Estratégica de Rosario* es un núcleo de investigación y desarrollo enfocado en estudiar a los fenómenos comunicacionales desde una perspectiva específicamente comunicacional. Consideramos que el aporte de los comunicadores se diferencia de los de otros científicos sociales y de los de otros profesionales en tanto se ocupa del cambio social conversacional. El núcleo que inicia esta escuela es una tesis doctoral presentada en la Universidad de Buenos Aires en el año 2003¹⁹, la cual se propone como una nueva teoría de la comunicación estratégica que plantea abordar a la comunicación como fenómeno histórico, complejo, situacional y fluido. Alejándose de los enfoques sociológicos y semiológicos clásicos que estudian lo comunicativo en tanto significaciones transmitidas, este nuevo enfoque estudia lo comunicacional en tanto acciones y sentidos emergentes que no se desentienden de los acoplamientos dinámicos y evolutivos de la realidad y los sujetos. Define a la comunicación como encuentro sociocultural, en tanto espacio y momento relacionante de la diversidad macrosocial y propone a las *mediaciones*, a las *marcas de racionalidad comunicacional* y a las *matrices socioculturales* como técnicas de análisis metodológico propias de los comunicadores sociales y que enriquecen los análisis desarrollados con metodologías aportadas desde otras disciplinas. La tesis considera que la comunicación estratégica como espacio de encuentro de las alteridades socioculturales es una nueva matriz de estilo académico y científico, que habilita otro registro de la cuestión comunicacional al re-ubicar su objeto de estudio desde el paradigma de lo fluido. Página web de la Escuela: <<https://comunicacionestrategicarosario.sites.google.com/site/comunicacionestrategicarosario/>>

C.2. Investigación comunicacional enactiva²⁰

Desde la Escuela de Comunicación Estratégica de Rosario se propone que:

*La **investigación** en comunicación estratégica habilita, inquiera, busca la enacción de otras modalidades del encuentro a partir de la constitución de un cambio social conversacional que se ofrece como un valor agregado a los modelos de investigación tradicional. (MASSONI, 2011)²¹*

*La técnica de planificación estratégica de análisis y prescripción mediante Marcas de racionalidad comunicacional consiste en atender a las diferentes modalidades del encuentro sociocultural en una operación de doble registro: el **reconocimiento de las racionalidades comunicacionales dominantes en una situación** y el **diseño de estrategias como dispositivos de interpelación de la situación** a partir de incorporar otros recursos de otras dimensiones de la comunicación [...]*
(MASSONI, 2013: 63)

²⁰ Al respecto ver: MASSONI, S., 2013, *Metodologías de la Comunicación estratégica: del inventario al encuentro sociocultural*, Rosario: Homo Sapiens, 194 páginas, ISBN 978-950-808-816-1

²¹ Al respecto, también: MASSONI, S, 2006, "Multi-dimensionality of reality and the communication approach for sustainable development" en: GUMUCIO-DAGRON, Alfonso y TUFTE Thomas (Eds.), *Communication for social change anthology: historical and contemporary readings*, New Jersey, EE.UU: Communication for Social Change Consortium.

C.3. Modelo de comunicación estratégica

[Es] un enfoque contextual y constructivista que utiliza el método comparativo en la recogida de datos y el método de lo contingente en su interpretación. A través de la comparación etnográfica y discursiva, se busca captar la construcción local y lábil de la realidad social para reflexionar (describir) y operar (actuar) sobre ella. El objetivo es indagar en cada caso la genealogía de los vínculos para dar cuenta de su operar en situaciones concretas. (MASSONI, 2009:66)

C.4. Dispositivo

El concepto de dispositivo que se emplea para este trabajo es el enunciado por Gilles Deleuze, y es el que se utiliza en la Escuela de Comunicación Estratégica de Rosario:

los dispositivos son “máquinas para hacer ver y para hacer hablar”, artificios cuya configuración habilita la visibilidad de algo que no pre existe sino que emerge con el dispositivo mismo. (DELEUZE, 1990)

Este concepto se utiliza para reconocer dispositivos de comunicación presentes en el INTA Rafaela durante el período 2012-2013, en el capítulo 1 de esta tesis.

C.5. Estrategias comunicacionales

Dispositivos de diseño, en tanto modalidad de investigación enactiva centrada en acompañar procesos de cambio social conversacional operando en el vínculo micro/macro-social de generación de conocimiento para la innovación (MASSONI 1990, 2011, 2013:19)

*La **comunicación** se entiende desde este enfoque como encuentro sociocultural y el diseño de estrategias implica el despliegue de un camino cognitivo capaz de convocar a los actores relevantes en torno a problemáticas situadas [...]. (MASSONI, 2003, 2007, 2011, 2013)*

*Una **estrategia de comunicación** es un dispositivo de comprensión, un principio de inteligibilidad que busca abordar la comunicación como fenómeno complejo y fluido. Resulta un dispositivo doble: por un lado, en torno al reconocimiento de la diversidad; y por otro, en torno al sentido enactuado, que emerge a partir de operar otras dimensiones de la comunicación en la situación que aborda la estrategia (MASSONI, 2013:19)*

*La idea de la estrategia como un proyecto de comprensión puede ser ilustrada con la metáfora del mapa. En el marco de un mundo que cambia incesantemente, las estrategias –como los mapas– son dispositivos de inteligibilidad, que orientan nuestra acción en busca de un objetivo de transformación, como los viajes. El mapa es una especial condensación de muchas conversaciones. Es un diálogo entre los saberes presentes en la situación que registra la multidimensionalidad del mundo y que permite **viajar** hacia nuevos territorios. (MASSONI, 2013:19)*

Este concepto se utiliza en el Capítulo 4 de esta tesis, donde se propone una estrategia de comunicación para el INTA Rafaela, buscando resolver el problema de investigación, eje de este estudio.

C.6. Dimensiones de la comunicación

Massoni propone que la comunicación es multidimensional, es decir, que está compuesta por múltiples dimensiones,

*esas **dimensiones** son, por ejemplo: informativa, ideológica, sociocultural e interaccional y corresponden a los diferentes paradigmas teóricos de abordaje de la comunicación que, en su desarrollo, abordan a su vez diferentes aspectos de lo real. En este sentido, se reconoce que cada teoría opera distintas dimensiones del fenómeno comunicacional y, al hacerlo, le imprime su **racionalidad**, su proyecto de comprensión de lo real. (MASSONI, 2003)*

Y continúa detallando cada una de estas dimensiones:

La dimensión informativa:

- Corresponde al campo de los procesos fácticos.
- Da cuenta de la comunicación como un proceso de transmisión de información con una finalidad predeterminada.
- Las teorías que operan en la dimensión informativa describen datos homogéneos y correspondencias cuantitativas centrándose en los mensajes y su distribución.
- Abordan a la comunicación como difusión de mensajes.
- Algunas Marcas de racionalidad de este enfoque: linealidad, verticalidad, comunicación operativa.

La dimensión ideológica:

- Corresponde al universo de los discursos.
- Da cuenta de las formaciones culturales e ideológicas desde lo supraestructural.
- Las teorías que operan en la dimensión ideológica describen los mecanismos y dispositivos de alienación y manipulación, las formas con que opera la ideología en la semantización de lo social.

- Aborda a la comunicación como aparato de reproducción ideológica.
- Algunas Marcas de racionalidad de este enfoque: linealidad, segmentación, verticalidad, comunicación operativa, denunciismo.

La dimensión interaccional:

- Corresponde al campo de las motivaciones.
- Da cuenta de la comunicación como un proceso de producción de sentido atravesado por interacciones personales y grupales que es necesario conocer para mejorar la efectividad de los mensajes.
- Aborda a la comunicación como la producción de sentido a partir del vínculo con el otro.
- Algunas Marcas de racionalidad de este enfoque: linealidad, segmentación, horizontalidad, interacción de sujetos.

La dimensión del encuentro sociocultural:

- Corresponde al campo de la comunicación como articulación social. Como fenómeno social de encuentro, de puesta en común de los actores sociales/colectivos.
- Da cuenta de la comunicación como momento relacionante de la diversidad sociocultural.
- Corresponde al campo de lo fluido.
- Las teorías que operan en esta dimensión describen a las Matrices socioculturales y a las Mediaciones socioculturales como autodispositivos reconfiguradores de las modalidades del vínculo sociocultural.
- Aborda a la comunicación como encuentro: espacio y momento de construcción de la dinámica social, la cotidianeidad de la producción de sentido.
- Algunas Marcas de racionalidad de este enfoque: heterogeneidad, multiplicidad, redes, comunicación como articulación de la diversidad no dualista, intersubjetividad.

(MASSONI, 2013: 63-65)

En síntesis, según Massoni:

Las dimensiones de la comunicación, corresponden a diferentes formas de concebir a la comunicación, el proceso de producción del conocimiento micro/macrosocial y representan una toma de posición y una acción sobre el mundo. En coherencia con lo anterior, cada una de las dimensiones privilegia un aspecto de la comunicación y opera en consecuencia. (MASSONI, 2003, 2007)

El concepto de dimensiones de la comunicación se utiliza durante toda la tesis pero –fundamentalmente- en el tercer capítulo, ya que las mismas se relacionan a las *Marcas de racionalidad comunicacional* que se analizan en el mismo.

C.7. Marcas de racionalidad comunicacional

*Cada teoría opera distintas dimensiones del fenómeno comunicacional y al hacerlo le imprime su **racionalidad**, su proyecto. Es posible analizar cualquier situación para rastrear las **Marcas de racionalidad comunicacional** que la organiza. Las **Marcas de racionalidad** son huellas observables etnográficamente que son índices de la concepción teórica que está articulando el encuentro en la situación (MASSONI, 2003, 2007, 2009, 2011, 2013:63).*

Cada una de las **Dimensiones de la comunicación** se corresponde con ciertas **Marcas de racionalidad comunicacional**, las más típicas se muestran en el siguiente cuadro:

Dimensiones de la comunicación	Marcas de racionalidad más típicas
Dimensión informativa	Linealidad, verticalidad, comunicación operativa
Dimensión ideológica	Linealidad, segmentación, verticalidad, denunciismo
Dimensión interaccional	Linealidad, segmentación, horizontalidad, interacción de sujetos
Dimensión comunicacional / sociocultural	Heterogeneidad, multiplicidad, redes, comunicación como articulación de la diversidad social, como proceso complejo, situacional e histórico. Enacción.

Cuadro 1. Dimensiones de la comunicación y Marcas de racionalidad comunicacional. (Fuente: MASSONI, 2013: 66)

Este concepto es el eje del capítulo 3 junto al de dimensiones de la comunicación.

C.8. Los 7 pasos de la investigación enactiva

Desde la Escuela de Comunicación Estratégica de Rosario se proponen los pasos típicos que componen el despliegue de una **Estrategia Comunicacional** como proyecto de investigación enactiva.

1. *Definición de la Versión Técnica Comunicacional (VTC)*²²
2. *Análisis y prescripción mediante Marcas de racionalidad comunicacional.*
3. *Reconocimiento y jerarquización de los actores vinculados a cada componente del problema comunicacional.*
4. *Caracterización de Matrices socioculturales en torno al problema.*
5. *Árbol de soluciones*
6. *Investigación de campo.*
7. *Plan operativo Inicial de la Estrategia Comunicacional.*
(MASSONI, 2013:25)

En esta tesis se realizaron los siguientes pasos:

- Análisis y prescripción mediante Marcas de racionalidad comunicacional.
- Definición de la Versión Técnica Comunicacional (VTC)
- Reconocimiento y jerarquización de los actores vinculados a cada componente del problema comunicacional.
- Árbol de soluciones

El Análisis y prescripción mediante Marcas de racionalidad comunicacional se realizó en el Capítulo 3²³.

²² En el capítulo 4 de esta tesis se explica en qué consiste la VTC.

²³ Previamente, en el Capítulo 2, se sistematizaron los dispositivos comunicacionales del INTA Rafaela, los que se utilizó como insumo para los dos capítulos siguientes.

La definición de la **Versión Técnica Comunicacional** (VTC); el **Reconocimiento y jerarquización de los actores** vinculados a cada componente del problema comunicacional y el **Árbol de soluciones** se desarrollaron en el Capítulo 4.

C.9. Matriz de datos e instrumentos metodológicos

En el siguiente cuadro se presentan las técnicas de investigación que se utilizaron en esta tesis doctoral.

A cada técnica le corresponden los objetivos por los cuales fueron utilizadas en este estudio.

Cuadro 2. Matriz de datos e instrumentos metodológicos de la tesis.

Metodologías y técnicas	Objetivos
-Revisión bibliográfica	<ul style="list-style-type: none">-Introducir al tema de tesis-Fundamentar el estudio-Presentar los objetivos del trabajo-Definir los conceptos fundamentales del marco teórico
<ul style="list-style-type: none">-Análisis de fuentes documentales del INTA-Análisis de fuentes documentales de la EEA Rafaela	<ul style="list-style-type: none">-Conocer la historia institucional-Relevar datos organizacionales-Explicitar el enfoque de desarrollo rural-Explicitar el enfoque de desarrollo territorial-Explicitar el enfoque de desarrollo territorial rural-Exponer los objetivos institucionales-Mostrar la estructura y el funcionamiento institucional-Ilustrar la organización territorial-Presentar la misión organizacional-Mostrar la estructura programática-Presentar mapas del territorio donde trabaja el INTA y el INTA Rafaela-Explicitar cómo se entiende a la comunicación

	en el INTA y en el INTA Rafaela
Sistematización de dispositivos de comunicación	<ul style="list-style-type: none"> -Organizar y describir los dispositivos (productos y espacios) de comunicación del INTA Rafaela en el período 2012-2013. -Extraer conclusiones a partir de las variables analizadas en la sistematización
Análisis y prescripción de Marcas de racionalidad comunicacional	<ul style="list-style-type: none"> -Retomar los dispositivos sistematizados -Analizar las Dimensiones de la comunicación que predominan en los dispositivos -Dar cuenta de las Marcas de racionalidad comunicacional presentes en los Dispositivos -Describir los objetivos comunicacionales -Describir los recursos utilizados -Definir la adecuación o no a los actores que intenta involucrar cada dispositivo. -Extraer conclusiones a partir del análisis
Estrategia de comunicación	-Producir aportes estratégicos a la comunicación del INTA Rafaela
Versión Técnica Comunicacional del INTA Rafaela	<ul style="list-style-type: none"> -Definir concertadamente el problema comunicacional del INTA Rafaela -Desglosar al problema en componentes -Definir aspectos de cada componente -Desglosar el problema comunicacional en niveles
Reconocimiento y jerarquización de actores	-Reconocer y priorizar los actores sociales vinculados con cada componente del problema
Árbol de soluciones	-Definir qué procesos comunicacionales se van a promover con cada matriz sociocultural, para cada aspecto del problema

	<p>-Proponer acciones y productos comunicacionales para aportar a la transformación deseada según el problema del INTA Rafaela.</p>
--	---

D. Segunda parte

Capítulo 1: La situación

1.1. Introducción

Considerando a la comunicación como “un fenómeno histórico, complejo, situacional y fluido” (MASSONI, 2003), en este capítulo se describe la situación particular bajo análisis.

Para ello se explica qué es el INTA, cómo es su estructura, cuál es su historia y su funcionamiento actual.

También se ubica geográficamente a la Estación Experimental Agropecuaria INTA Rafaela, unidad específica de la institución en la que se realizó esta tesis.

1.2. El INTA como institución de investigación y desarrollo

El Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria²⁴ es un organismo estatal descentralizado con autarquía operativa y financiera, dependiente del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación²⁵.

Fue creado en 1956 y desde entonces desarrolla 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.

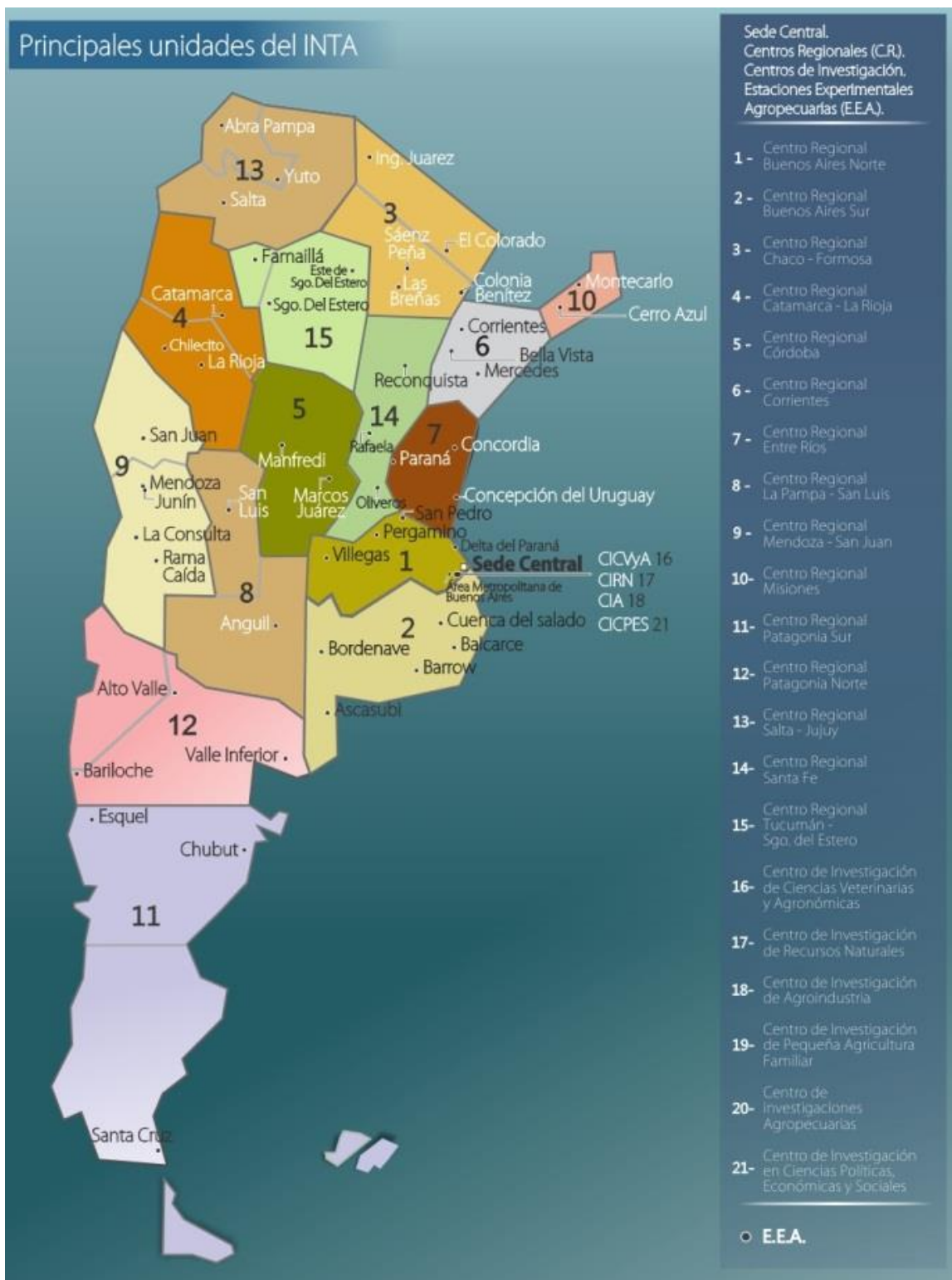
Sus esfuerzos se orientan a la innovación como motor del desarrollo e integra capacidades para fomentar la cooperación interinstitucional, generar conocimientos y tecnologías y ponerlos al servicio del sector a través de sus sistemas de extensión, información y comunicación.

La institución tiene presencia en las cinco regiones de la República Argentina (Noroeste, Noreste, Cuyo, Pampeana y Patagonia), a través de una estructura que comprende una sede central en la ciudad Autónoma de Buenos Aires, 15 centros regionales, 5 centros de investigación, 50 estaciones experimentales, 16 institutos y más de 300 Unidades de Extensión.

Por su parte, dos entidades privadas creadas por la Institución en 1993, Intea S.A. y Fundación ArgenINTA, se suman para conformar el Grupo INTA.

²⁴Para más información sobre la historia del INTA, ver la página web institucional: <<http://inta.gob.ar/sobre-el-inta/historia>> [Acceso: 6/10/2014]

²⁵Página web del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación: <<http://www.minagri.gob.ar/site/index.php>> [Acceso: 8/10/2014]



Mapa 1. Principales unidades del INTA
(Fuente: <http://inta.gov.ar/mapa>)

Según la página web institucional²⁶ “el resultado del trabajo del INTA le permite al país alcanzar mayor potencialidad y oportunidades para acceder a los mercados regionales e internacionales con productos y servicios de alto valor agregado”.

En la actualidad, la institución orienta su trabajo desde un Plan Estratégico Institucional definido en diciembre del año 2004, el cual comenzó a regir en 2005 y finalizará en el 2015.

En el mismo se plantean dos objetivos institucionales:

El primero, u “Objetivo de desarrollo” dice que el INTA focaliza su acción dentro del campo de la innovación tecnológica para: “Fortalecer el desarrollo nacional, regional y territorial contribuyendo a la sostenibilidad social, económica y ambiental del Sistema Agropecuario, Agroalimentario y Agroindustrial. (INTA, 2004)

Además, afirma que la institución

se plantea conjugar integradamente los aportes a la competitividad, sostenibilidad ambiental y equidad social del SA, en sus tres ámbitos de intervención: cadenas de valor, sistemas productivos / agroecosistemas y territorios, articulándolos en los espacios nacional, regional y local desde una perspectiva de desarrollo. En este sentido, no habrá desarrollo nacional si no se fortalece el desarrollo regional, y no se plasmará el desarrollo territorial si no se enlazan los espacios locales y regionales a los mercados y oportunidades de innovación, en el marco de políticas públicas activas. Este enfoque del desarrollo implica una sólida articulación del INTA con las políticas y acciones

²⁶ <<http://inta.gob.ar>> [Acceso: 6/10/2014]

de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos (SAGPyA) y de los gobiernos provinciales²⁷.(INTA, 2004)

El segundo objetivo institucional, denominado en el citado documento como “objetivos generales” hace referencia a tres componentes aplicables a toda la tecnología que la institución genera y transfiere.

Esos tres componentes son: competitividad, salud ambiental y equidad social.

Competitividad: *Contribuir a la competitividad de las cadenas agroindustriales, al incremento continuo de las exportaciones del Sistema Agroalimentario, así como al acceso a nuevos mercados.*

Salud ambiental²⁸: *Contribuir a la salud ambiental y sostenibilidad de los principales sistemas productivos y agro-ecosistemas, manteniendo la potencialidad de los recursos naturales.*

Equidad social: *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. (INTA, 2004)*

El Plan Estratégico Institucional del INTA afirma que

los Objetivos Generales se materializan en los diferentes ámbitos de intervención: los sistemas productivos / agro-ecosistemas, las

²⁷ Desde el año 2009, el INTA se convirtió en un organismo descentralizado bajo la órbita del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación. Cuya Página web institucional es: <<http://www.minagri.gob.ar/site/index.php>> [Acceso 06/10/2014]

²⁸ Al concepto de salud ambiental en algunos documentos institucionales del INTA se lo reemplaza por “sustentabilidad” o “sostenibilidad”, conservando exactamente el mismo significado explicitado aquí.

cadena de valor y los territorios, permitiendo que las acciones institucionales promuevan y dinamicen el ciclo de la innovación en los niveles nacional, regional y local. (INTA, 2004: 32-33)

La materialización de los objetivos se ilustra mediante el siguiente gráfico:

Ambitos de Intervención Objetivos Generales	Agro-ecosistemas/ Sistemas de Producción	Cadenas de Valor	Territorios
Competitividad	Productividad Rentabilidad Acceso a mercados	Coordinación eficiente Permanencia y expansión de mercados	Competitividad sistémica Organización "Clusters"
Salud Ambiental	Armonización de la producción y gestión ambiental	Minimización de impactos ambientales negativos en los diferentes eslabones	Generación de opciones para el ordenamiento ambiental del espacio rural
Equidad Social	Tecnologías apropiadas Generación de empleos e ingresos para la familia rural	Mejoramiento de la capacidad de negociación para una distribución equitativa de costos y beneficios	Alternativas productivas y servicios locales Desarrollo de capital social Articulación institucional para el desarrollo local

Cuadro 3. Objetivos del Plan Estratégico Institucional del INTA 2005-2015
(Fuente: INTA, 2004)

1.3. Estructura y funcionamiento del INTA

El INTA posee una compleja estructura de decisión institucional que funciona de modo matricial, y ejecuta las acciones mediante instrumentos programáticos que aplican las políticas del Plan Estratégico Institucional (PEI).

En el documento del PEI, se explica la matriz institucional de la siguiente forma:

La matriz institucional (MI) está integrada por cuatro componentes: la Dirección Nacional (DN); los Centros Regionales y de Investigación (CRs -CIs), los Programas Nacionales (PNs) y las Áreas Estratégicas (AEs). (INTA, 2004:59-60)

En el mismo documento dice que la Dirección Nacional (DN) tiene la obligación de mantener la coherencia entre los objetivos y las responsabilidades de la Matriz Institucional (MI), porque es la máxima autoridad, y que los componentes gerenciales de la matriz (Dirección Nacional, Centros Regionales y Centros de Investigación) tienen funciones ejecutivas sobre los recursos humanos, físicos y presupuestarios, para implementar las políticas fijadas por el Consejo Directivo y los Consejos de Centros. (INTA, 2004).

Con respecto a la dimensión programática, el PEI dice que:

se definen dos ejes de acción sobre los cuales debe operar el modelo organizacional: los Programas Nacionales (PNs) por cadenas de valor, agro-ecosistemas/sistemas productivos y territorios, por un lado, y las Áreas Estratégicas (AEs) por el otro. En ese marco, deben definirse mecanismos de articulación, consulta y diagnóstico conjunto para asegurar la eficiente interacción entre los componentes.

Los PNs y AEs si bien no tienen responsabilidad directa en la ejecución de los recursos institucionales, relevan y evalúan demandas, orientan e intervienen en el proceso de asignación de los recursos existentes, como así también en la prospección sobre el diseño de las capacidades y de los requerimientos en el mediano y largo plazo. En este último aspecto, deben asegurar la visión prospectiva y proponer líneas estratégicas de acción. (INTA, 2004: 59-60)

Con respecto al ámbito de intervención de los Programas Nacionales, estos se definen según a qué se refieran: cadenas de valor, agroecosistemas/sistemas productivos o territorios.

Sin embargo, los Centros de Investigación accionan prioritariamente sobre las Áreas Estratégicas, organizadas a través de redes que articulan diferentes ámbitos del conocimiento. También interactúan con los Programas Nacionales y Centros Regionales.

Además,

si bien los componentes (DN, CRs, CIs, AEs y PNs) difieren en sus ámbitos e incumbencias, el espacio matricial promueve la coordinación de acciones sobre los mismos objetivos generales: competitividad de las cadenas agroalimentarias; salud ambiental y sostenibilidad de los sistemas productivos; equidad social y desarrollo territorial y, a su vez, induce a integrar los componentes estratégicos sobre las diferentes áreas de intervención.

Por lo tanto,

los PNs -consustanciados con la gestión de la innovación- deben dar respuesta a la competitividad de las cadenas de valor del SA,

destacadas por su importancia económica, social y territorial, resguardar la sostenibilidad de los agroecosistemas/sistemas productivos y aportar en forma sustantiva al desarrollo de los territorios.

Basados en el PEI, la línea programática del INTA desde el año 2006 hasta el años 2012 se basó en Programas Nacionales y Áreas estratégicas cuyo fin fue responder a los objetivos institucionales antes descritos.

Esa **estructura programática** fue la siguiente:

Programas Nacionales:

- *Cadenas de Valor:*
 - Oleaginosas*
 - Cereales*
 - Frutales*
 - Hortalizas, Flores y Aromáticas*
 - Forestales*
 - Carnes*
 - Leche*
 - Cultivos Industriales*
- *Ecorregiones*
- *Desarrollo de los territorios*
- *Agricultura familiar*

Áreas Estratégicas:

- *Gestión Ambiental*
- *Protección Vegetal*
- *Salud Animal*
- *Ecofisiología Vegetal*
- *Tecnología de Alimentos*
- *Agroindustria*

- *Recursos Naturales (Agua, Clima, Suelo y Biodiversidad)*
- *Forrajes y Pasturas*
- *Recursos Genéticos, Mejoramiento y Biotecnología*
- *Biología Molecular, Bioinformática y Genética de Avanzada*
- *Economía y Sociología*²⁹

En el Centro Regional Santa Fe (al cual pertenece el INTA Rafaela) durante dos períodos de tres años (desde 2006 hasta 2012), se trabajó mediante cinco Proyectos Regionales.

Esos proyectos continuaban las líneas priorizadas a nivel nacional (en los Programas Nacionales) pero se basaban en las cadenas de valor presentes en la región: leche, carne, miel, granos y producciones intensivas de frutas y hortalizas.

²⁹ INTA, 2004, *El INTA que queremos. Plan Estratégico Institucional 2005-2015*, página 61

1.4. El INTA Rafaela

A continuación se presentan las características históricas, geográficas e institucionales del sitio específico donde se realizó esta tesis doctoral: el INTA Rafaela.

La Estación Experimental Agropecuaria Rafaela (EEA Rafaela o INTA Rafaela³⁰) fue creada en el año 1928, 28 años antes de que el INTA se convierta en un organismo del Estado Nacional.

La misma se encuentra geográficamente ubicada en el Centro-Oeste de la Provincia de Santa Fe y es una de las 50 estaciones experimentales que tiene el INTA en todo el país.

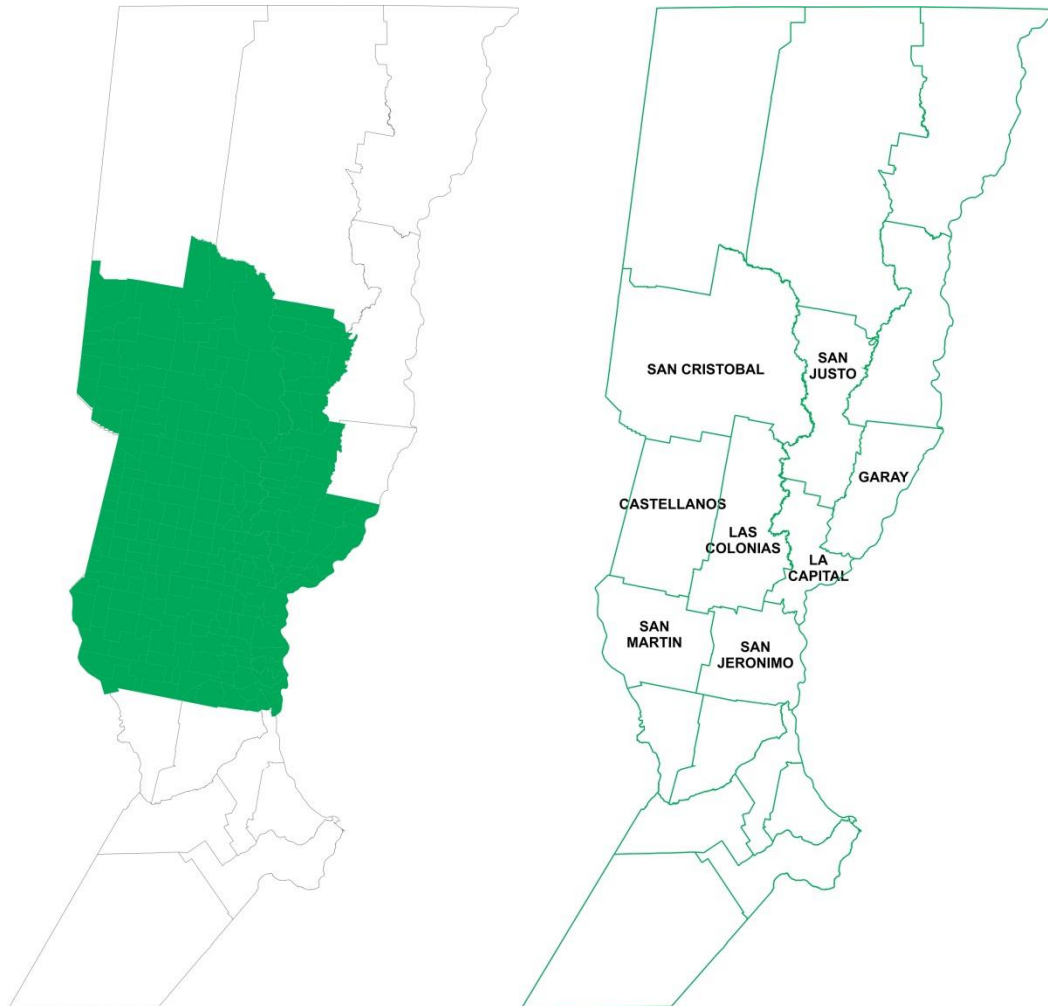
Junto a las EEA Reconquista y la EEA Oliveros, ubicadas la primera al norte y la segunda al sur de la misma provincia, conforman el Centro Regional Santa Fe.



Mapa 2. Ubicación de las EEA's en el Centro Regional Santa Fe del INTA

³⁰ Se utilizan como sinónimos tanto la denominación INTA Rafaela como EEA Rafaela para referirse a la misma institución, la Estación Experimental Agropecuaria Rafaela del INTA.

Su área de influencia abarca ocho departamentos del centro de la provincia de Santa Fe, lo que suma un total de 4.960.980 hectáreas.



Mapa 3. Área de influencia de la EEA Rafaela **Mapa 4.** Departamentos que comprende

La población que vive en la zona de influencia es de 1.060.553 habitantes, de los cuales 977.424 se ubican en áreas urbanas (el 92.2%) y 83.129 en zonas rurales (el 7.8%).

De la EEA Rafaela dependen 7 (siete) Agencias de Extensión Rural (AERs) ubicadas en las localidades santafesinas de Ceres, Carlos Pellegrini, Esperanza, Gálvez, San Justo, Santa Fe y San Cristóbal.



Mapa 5. Ubicación de la Estación Experimental y sus Agencias de Extensión Rural (AERs)

Estas dependencias permiten que el INTA Rafaela trabaje con una amplia cobertura territorial en su área de influencia: la zona Centro-Oeste de la provincia de Santa Fe.

Como se mencionó en el apartado anterior, en el Centro Regional Santa Fe (al cual pertenece el INTA Rafaela) durante dos períodos de tres años (desde 2006 hasta 2012), se trabajó mediante cinco Proyectos Regionales basados en cadenas productivas presentes en la zona de influencia.

Esos proyectos continuaban las líneas priorizadas a nivel nacional (en los Programas Nacionales) pero estaban basados en las cadenas de valor presentes en la región.

Los proyectos regionales se basaban en las siguientes cadenas productivas:

- Leche bovina
- Carne bovina
- Agricultura (soja, trigo, maíz, sorgo, girasol)
- Producciones intensivas (frutas y hortalizas)
- Miel

Además, en el INTA Rafaela se trabaja desde hace más de 20 años en Programas Nacionales como el Pro Huerta³¹, el Programa ProFeder³² y Cambio Rural³³.

A partir del año 2012, hubo un cambio de gestión a nivel nacional, lo cual incluyó un cambio en la concepción de los programas nacionales y, por ende, de los Proyectos Regionales.

Del enfoque por cadenas se pasó al enfoque por territorios.

³¹ Página web del Programa Pro Huerta: <http://inta.gob.ar/unidades/999777>

³² Página web del Programa ProFeder: <http://inta.gob.ar/unidades/999776>

³³ Página web del Programa Cambio Rural: <http://inta.gob.ar/unidades/122600/cambio-rural-ii>

El Centro Regional Santa Fe a partir de 2012 trabaja con 9 (nueve) Proyectos Regionales con Enfoque Territorial (PRETs), los cuales se denominan:

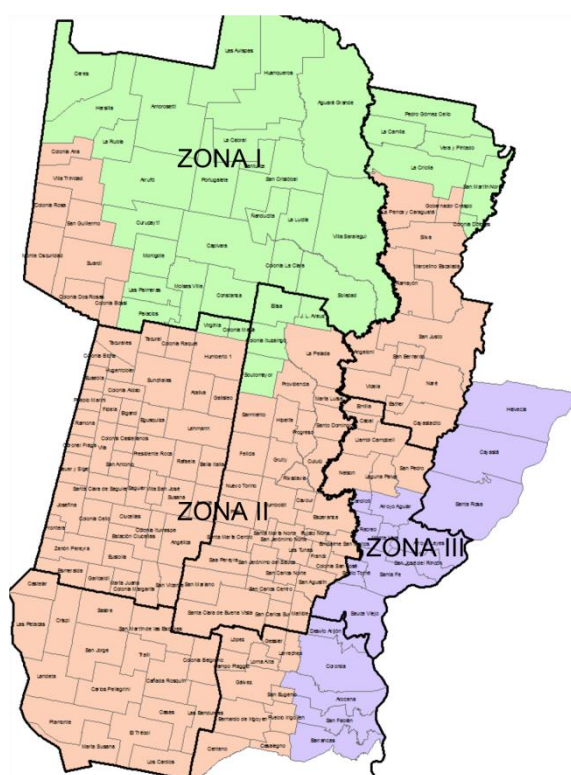
1. PRET Aportes al Desarrollo con Enfoque Territorial en el Domo Oriental e Islas del Norte de Santa Fe.
2. PRET Apoyo al Desarrollo del Territorio Sur de Santa Fe, Área Norte.
3. PRET Contribución al Desarrollo Territorial Sustentable de la Zona Ganadera del Centro-Norte de Santa Fe.
4. PRET Desarrollo de los Territorios en la Región Sudeste de la Provincia de Santa Fe.
5. PRET Desarrollo Sustentable con Enfoque Territorial en el Domo Occidental del Norte de la Provincia de Santa Fe
6. PRET Desarrollo Territorial de los Bajos Submeridionales y de la Cuña Boscosa del Norte de Santa Fe.
7. PRET Desarrollo Territorial Sustentable de la Zona Mixta de Santa Fe.
8. PRET Desarrollo Territorial Sustentable del Área Sur del Sur de Santa Fe.
9. PRET Fortalecimiento del Desarrollo Territorial Sustentable de la Zona Litoral Centro.

En cada EEA del Centro Regional Santa Fe funcionan tres proyectos de este tipo, asentándose en el INTA Rafaela, los siguientes:

1. Contribución al Desarrollo Territorial Sustentable de la Zona Ganadera del Centro-Norte de Santa Fe. (ZONA 1)
2. Desarrollo Territorial Sustentable de la Zona Mixta de Santa Fe. (ZONA 2)

3. Fortalecimiento del Desarrollo Territorial Sustentable de la Zona Litoral Centro. (ZONA 3)

El primero, también conocido dentro de la institución como PRET 1 (o Zona 1), abarca 36 distritos concentrados en los departamentos de San Cristóbal, San Justo, Castellanos y Las Colonias. La ganadería de carne es la actividad productiva más importante de la zona, además del escaso abastecimiento de agua.



Mapa 6. Áreas geográficas que abarcan los Proyectos Regionales con enfoque territorial.

El segundo, (PRET 2 – o Zona 2) abarca la zona más amplia en términos de área geográfica, recursos naturales y humanos y actividades productivas.

Se inserta en la zona mixta del centro de la provincia, donde comparten el territorio –principalmente- la ganadería de leche y la agricultura con una multiplicidad de otras actividades incipientes y relacionadas.

Todos los departamentos que integran la Estación Experimental están incluidos en esta zona, en diferentes proporciones (hacia al sur, la totalidad del Departamento San Martín y la parte noroccidental del Departamento San Jerónimo; en la parte central abarca casi completamente a los departamentos Castellanos y Las Colonias; al noreste, los seis distritos del norte del Departamento La Capital y el sur y centro del Departamento San Justo. Y, al noroeste, el extremo suroccidental del Departamento San Cristóbal)

El PRET 3 (o Zona 3) abarca un territorio dividido en 5 zonas: centros urbanos, la costa del río Paraná, el cinturón hortícola, el norte y San Gerónimo.

Estos incluyen los distritos Santa Fe, Santo Tomé, el sur del departamento Garay, Rincón, Arroyo Leyes, Monte Vera, Recreo, Arroyo Aguiar, Laguna Paiva, Candiotti, Nelson, San Pedro, Sauce Viejo, Desvío Arijón, Coronda, San Fabián, Arocena y Barrancas.

Allí las producciones intensivas que comandan los vínculos territoriales son: frutihorticultura, apicultura, ganadería de islas, y una fuerte concentración en los procesos de comercialización.

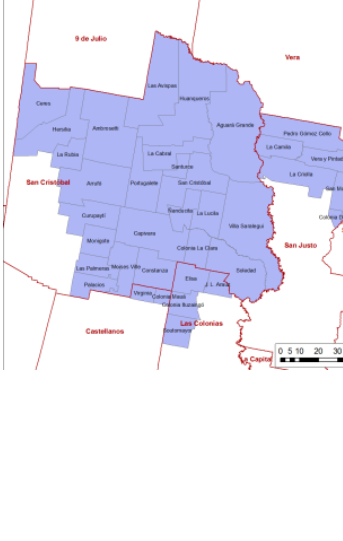
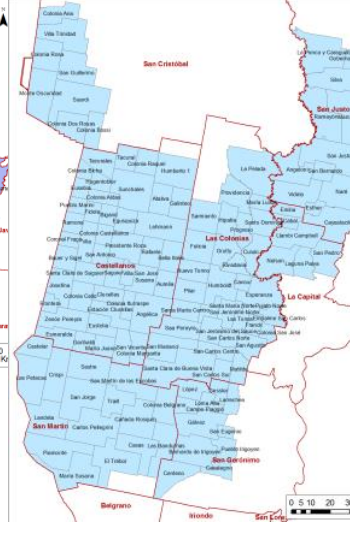

Este Proyecto se ubica en una zona, que -a diferencia de las otras dos- tiene el acento puesto en su revalorización como lugar productivo y en la organización de las cadenas productivas que lo atraviesan.

Para trabajar desde el enfoque de desarrollo territorial, cada PRET planteó sus propios objetivos, los cuales -durante los seis años de duración de cada Proyecto- se plasmarán en diversos Productos.

El detalle de cada Proyecto se puede observar en el siguiente cuadro:

Cuadro 4. Objetivos, características socio-demográficas y productos de los Proyectos Regionales con enfoque Territorial del INTA Rafaela.

ZONA 1	ZONA 2	ZONA 3
Comprende 24 distritos del departamento San Cristóbal, 6 distritos del norte del departamento San Justo, 2 de Castellanos y 3 de Las Colonias, en la Provincia de Santa Fe.	El territorio de la región mixta 2 comprende 17 distritos del departamento San Martín, 11 distritos del departamento San Jerónimo, 44 distritos del Departamento Castellanos, 33 distritos del Departamento Las Colonias, 12 del Departamento San Justo, 8 distritos del Departamento San Cristóbal, y 6 del Departamento La Capital, es decir comprende 131 distritos, 7 departamentos (3 completos y 4 parciales)	El área de acción del proyecto incluye a los distritos Santa Rosa en el Dpto. La Capital, Cayastá y Helvecia del Dpto. Garay y Desvío Arijón, Arocena, Coronda y San Fabián del Dpto. San Jerónimo.
La superficie del territorio es de 1.600.000 has.	El territorio abarca unas 2.552.000 has.	El territorio comprende unas 600.000 has.
Posee una población -	Incluye al 32,26% de la	Abarca un territorio en

<p>urbana y rural- de 55.137 habitantes, con una relación de 3,4 h/km².</p>	<p>población total de la provincia de Santa Fe.</p>	<p>el que viven 800.000 habitantes.</p>
		
<p>Su objetivo consiste en contribuir al desarrollo territorial del centro - norte de la provincia de Santa Fe mejorando la competitividad de los sistemas agropecuarios y agroindustriales, en un marco de sustentabilidad ambiental y equidad social, a través de la innovación tecnológica y organizacional.</p>	<p>Su objetivo consiste en contribuir a la competitividad sistémica territorial de la Región Mixta del Centro de la provincia de Santa Fe fortaleciendo los procesos de desarrollo sustentable en los sistemas productivos y cadenas agroalimentarias involucradas.</p>	<p>Su objetivo consiste en contribuir a un proceso de desarrollo territorial sustentable y a la revalorización de la región Litoral Centro, para el sostenimiento y el crecimiento de sus comunidades y de sus sistemas productivos agropecuarios.</p>

<p>Productos: Tecnologías disponibles y apropiables para la producción de forrajes Tecnologías disponibles y apropiables (de insumos y procesos) para los sistemas ganaderos Tecnologías disponibles y apropiables (de insumos y de procesos) para los sistemas productivos apícolas. Tecnologías disponibles y apropiables para el manejo de plagas Acciones de comunicación y capacitación con diferentes actores sobre las temáticas del proyecto Espacio de trabajos interinstitucionales Espacios de</p>	<p>Productos: Sistema de gestión territorial del Proyecto funcionando, sistematizado y compatible metodológicamente. Redes territoriales fortalecidas. Tecnologías de cultivos, pasturas y secuencias/rotaciones con enfoque agroecológico y ecofisiológico para áreas agrícolas y ganaderas con diferentes aptitudes de suelo. Tecnologías para la producción de leche, carne y miel. Nuevas tecnologías para los sistemas agropecuarios predominantes y desarrollo de sistemas de información. Tecnologías para fortalecer procesos de agregado de valor en</p>	<p>Productos: Circuitos cortos de comercialización generados y/o fortalecidos en las localidades de la zona, mediante el trabajo con productores y consumidores Actores territoriales informados y capacitados sobre el uso racional y sustentable de agroquímicos, fertilizantes, agua, quimioterápicos, antibióticos y plásticos. Grupos de actores territoriales organizados. Productores locales utilizando herramientas de gestión, planificación y establecimientos tipificados. Actores comprometidos en la planificación territorial,</p>
--	--	--

<p>producción, elaboración y comercialización de alimentos agroecológicos en articulación con los gobiernos locales</p> <p>Tecnologías disponibles y apropiables (de insumos y de procesos) para la gestión de los recursos agua y suelo</p> <p>Plan de gestión estratégica del proyecto con enfoque en el desarrollo territorial</p> <p>Plan de comunicación estratégica del proyecto con enfoque en el desarrollo territorial</p> <p>Gestión y administración de empresas agropecuarias</p>	<p>origen.</p> <p>Tecnologías para el manejo de factores bióticos y abióticos en los sistemas agroproductivos para el uso sustentable de los recursos naturales.</p> <p>Seguridad y soberanía alimentaria de las poblaciones del territorio y autoproducción de alimentos frescos.</p> <p>Promoción de la calidad de vida a través de la profesionalización de la familia rural y de la mano de obra.</p>	<p>el desarrollo sustentable y la información territorial actualizada.</p> <p>Grupo de productores con manejo sanitario sustentable de sus unidades productivas.</p> <p>Valor agregado incorporado a la producción primaria de la zona.</p> <p>Especies y variedades con manejo agroecológico probadas y evaluadas y Banco de Semillas de pequeños productores consolidados.</p> <p>Planificación diseño, diversificación productiva y tecnologías apropiadas incorporadas en los predios de productores.</p> <p>Productores, operarios, empresarios, peones</p>
---	---	--

		<p>rurales y técnicos capacitados y actualizados.</p> <p>Modelos de comercialización identificados y alternativas comerciales generadas con información actualizada de mercados, producción local reconocida e identificada.</p> <p>Información y conocimientos actualizados sobre demandas tecnológicas productivas, cultivos y técnicas alternativas probadas y adoptadas, trabajando en conjunto con otras zonas productivas. Unidades experimentales y demostrativas en funcionamiento.</p>
--	--	---

1.5. Conclusiones del capítulo 1: La comunicación en el INTA

La comunicación en el INTA está ligada, desde sus inicios, a la idea de “extensión”, es decir “dar a conocer”, “difundir” o “mostrar” los avances en tecnología agropecuaria que se investigan y desarrollan en la institución³⁴.

Como se desplegó en el apartado B.5., el enfoque comunicacional en el INTA ha atravesado diversos modelos, ligados fundamentalmente a la idea de desarrollo predominante en cada período histórico que fue atravesando el Instituto.

Así como en sus inicios “predominaron las teorías centradas en la emisión de mensajes y luego en la interacción, desde mediados de la década de 1980, el énfasis se centró en las relaciones” (MASSONI, 2005: 15-17).

Ejemplo de ello fue el primer proyecto de la institución que utilizó la metodología de comunicación estratégica, el denominado “PAC” (por Proyecto de Agricultura Conservacionista), en el año 1985.

Desde entonces, hubo en el INTA experiencias desarrolladas desde esta metaperspectiva en distintos ámbitos y regiones, incluso desde 2009 hasta 2012 hubo proyectos específicos de comunicación estratégica en cadenas productivas que abarcan gran parte del territorio nacional.

Entre los distintos proyectos, merecen destacarse los siguientes, de ámbito nacional: el Proyecto Específico de comunicación estratégica en Lechería³⁵, coordinado por la Mgter. Mariana Mascotti, y el Proyecto

³⁴ Al respecto ver: **Artículo 2** del Decreto-Ley N° 21680, de creación del Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria de Argentina (INTA), disponible en: <http://inta.gob.ar/documentos/boletin-oficial-creacion-del-inta>;

³⁵ Al respecto, ver: MASSONI, S, MASCOTTI, M. y SPAGNOLO, J., 2013, *La comunicación del INTA Lechero. Investigación para el encuentro sociocultural*, Rafaela: Ediciones INTA, ISBN: 978-987-679-210-3

Específico Red de comunicación estratégica para la apicultura argentina³⁶, coordinado por la Mgter. Luciana Margherit.

A pesar de las transformaciones logradas en la institución durante las últimas dos décadas, en la actualidad aún prevalece la comunicación centrada en la emisión de los mensajes (o *dimensión informativa*) en las acciones de comunicación de tecnología agropecuaria.

Por ese motivo, esta tesis investiga ese predominio en la comunicación de una de las unidades del INTA: la Estación Experimental Agropecuaria Rafaela.

³⁶Al respecto, ver: BARRETO, Jorge, MARGHERIT, Luciana y MASSONI, Sandra, 2012, "Comunicación estratégica para la transformación del sector apícola argentino", Publicación de las XVI Jornadas nacionales de extensión rural y VIII del Mercosur. También: MASSONI, S., MARGHERIT, L., 2011, Informe de investigación Diagnóstico Comunicacional Estratégico Apícola, Proyecto Específico Red de Comunicación estratégica para la Apicultura Argentina, UNR-INTA; MASSONI, S., MARGHERIT, L., 2013, "Diseño de la Estrategia Comunicacional para el Plan Estratégico Apícola Nacional" en: MASSONI, Sandra, 2013, *Metodologías de la Comunicación estratégica: del inventario al encuentro sociocultural*, Rosario: Homo Sapiens, páginas 42-61

Capítulo 2: Los dispositivos

2.1. Introducción

El objetivo de este capítulo es sistematizar *dispositivos comunicacionales*³⁷ reconocidos en la Estación Experimental Agropecuaria Rafaela del INTA³⁸.

En esta tesis se entiende por **dispositivos de comunicación** a todas las actividades que se realizan en el INTA Rafaela con la finalidad de comunicar tecnología agropecuaria.

Para su abordaje específico, se los dividió en **productos** y **espacios**.

Considerando como **productos** a las piezas comunicacionales y definiendo a los **espacios** como ámbitos de interacción de actores.

³⁷ La categoría dispositivo que se utiliza es la que se incluyó en el Marco metodológico (Apartado C) de esta tesis.

³⁸ En esta tesis se menciona la institución como INTA Rafaela o EEA (siglas de Estación Experimental Agropecuaria) para diferenciar al sitio donde se realizó la investigación, de la institución INTA Nacional.

2.2. Dispositivos comunicacionales del INTA Rafaela

2.2.1. Definición y criterios de inclusión:

A partir de la definición de dispositivo de Deleuze: “son máquinas para hacer ver y para hacer hablar” (DELEUZE, 1990), consideramos **dispositivos de comunicación** a los productos y espacios de comunicación del INTA Rafaela que se sistematizan en este capítulo.

Los criterios de inclusión comprenden dispositivos realizados por el INTA Rafaela y sus 7 (siete) Agencias de Extensión Rural durante los años 2012 y 2013.

Aunque el recorte temporal es de 2 años, contiene dispositivos con distinta antigüedad en la institución.

Se incluyen los dispositivos desarrollados en el INTA Rafaela y sus 7 AER's en el marco de los Proyectos Regionales de Lechería, Apicultura, Ganadería, Granos y Producciones Intensivas; los desarrollados en el marco de los Proyectos Regionales con enfoque territorial (PRET's) y las actividades institucionales no enmarcadas en ningún Proyecto.

No se incluyen los dispositivos que fueron desarrollados desde Programas Nacionales, Proyectos Específicos Nacionales, Programa Pro Huerta y Programa Cambio Rural, puesto que los mismos son definidos en ámbitos nacionales del INTA.

Tampoco se incluyen los dispositivos en cuyo desarrollo hubo participación explícita de Programas Específicos Nacionales o los que,

durante el período 2012-2013, hayan ampliado su ámbito de acción a nivel nacional³⁹.

Los dispositivos se sistematizaron en tablas donde se consignó, de cada uno, lo siguiente:

- **Número de orden.**
- **Imagen:** Fotografía, gráfico, logotipo o isotipo que identifica o se asocia al dispositivo.
- **Nombre:** Título con que se conoce/nombra al dispositivo.
- **Tipo:** Explicita si es un producto (pieza comunicacional) o un espacio (ámbito de interacción).
- **Objetivo:** Explicita lo que se propone comunicacionalmente este producto o espacio.
- **Soporte y modalidad:** Indica el soporte en que se produce el dispositivo (Audio, video, papel, etc.) y la modalidad principal (física o virtual). Se indicará soporte y modalidad solamente en los productos, no así en los espacios.
- **Eje temático:** Área o cadena productiva en que se inserta (lechería, agronomía, apicultura, ganadería de carne, recursos naturales, otros) y –si la hubiera- información específica sobre los temas que aborda el producto o espacio.
- **Año de inicio:** Momento en que se comenzó a utilizar este dispositivo, si se cuenta con el año exacto o aproximado. En caso de que no haya fecha cierta de inicio, se consigna “sin datos”.
- **Fecha de fin:** Indica la fecha en que se realizó por última vez el producto o espacio. En caso de que se siga haciendo en la actualidad⁴⁰, se indica “continúa”.

³⁹ Por ello en esta tesis no se incluyen los dispositivos: Seminario de Producción Lechera para estudiantes universitarios y el Curso “El Profesional Tambero”.

⁴⁰ Se considera actuales a los dispositivos que continúan vigentes en el período que abarca esta tesis: es decir los años 2012 y 2013.

- **Periodicidad:** Indica la cantidad de veces que se realiza el producto o espacio en determinado período de tiempo (semanal, anual, bienal, etc.)
- **Permanencia:** Indica la cantidad de tiempo (en años) que ha cumplido el producto o espacio desde su primera realización.
- **Organizadores:** Indica el área de trabajo de la institución responsable de organizar y/o desarrollar el espacio/producto.
- **Participantes:** Menciona cuáles son los actores que participan en el espacio y/o en las distintas etapas de desarrollo del producto.
- **Alcance:** Hace referencia a si el producto o espacio tiene llegada local, regional, nacional o internacional.⁴¹

Cada dispositivo se organizó en una de las siguientes tablas:

Tabla 1. Sistematización de dispositivos de comunicación: PRODUCTOS

Número	
Imagen	
Nombre	
Tipo	
Objetivo	
Soporte y modalidad	
Eje temático	
Año de inicio	
Fecha de fin	
Periodicidad	
Permanencia	
Organizadores	
Participantes	
Alcance	

⁴¹ NOTA: En los ítems que no hay información fehaciente se aclara “no corresponde”, o “no hay datos”.

Tabla 2. Sistematización de dispositivos de comunicación: ESPACIOS

Número	
Imagen	
Nombre	
Tipo	
Objetivo	
Eje temático	
Año de inicio	
Fecha de fin	
Periodicidad	
Permanencia	
Organizadores	
Participantes	
Alcance	

Las tablas completas se incluyen en el Anexo 1 de esta tesis.

A continuación, se presenta la información detallada sobre cada dispositivo reconocido.

2.3. Sistematización de dispositivos

2.3.1. Productos

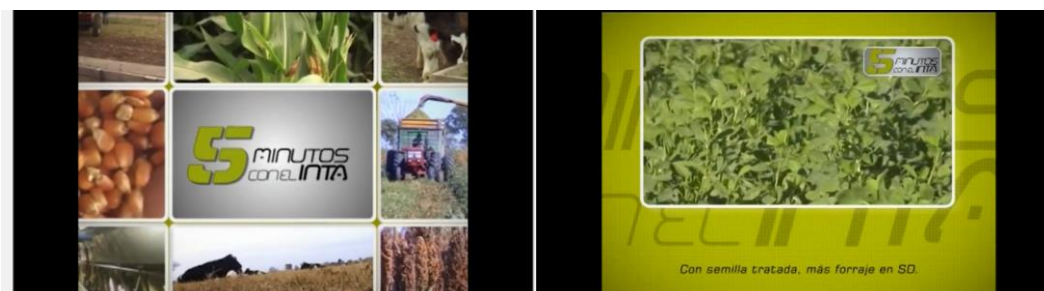


Foto 1. Capturas de pantalla Micros de TV

El **primer** dispositivo reconocido son los **Micros de TV “5 minutos con el INTA”**.

Se encuadra en el tipo “productos”.

Su objetivo consiste en informar sobre nuevas tecnologías de producción y ofrecer recomendaciones técnicas sobre lechería bovina.

Se graban en soporte video y el eje temático principal que abordan es la lechería.

La modalidad en que se comparten es física (DVD) y virtual (se suben a página web de videos como Youtube y/o página web institucional)

Se iniciaron en agosto de 2007, finalizando en marzo de 2013, con una periodicidad de 4 micros por mes. Permanecieron durante más de 5 años.

Los organizadores de este dispositivo son las áreas de extensión y de comunicación del INTA Rafaela.

De los mismos participan investigadores, extensionistas y técnicos del INTA Rafaela, profesionales asesores, técnicos y operarios de las 7

Agencias de Extensión Rural⁴² que dependen del INTA Rafaela; técnicos, profesionales y otros actores de instituciones vinculados a la producción de leche y a la gestión de empresas agropecuarias.

El alcance de este dispositivo es local, regional y nacional.



Fotos 3 y 4. Promociones de micros de radio

El **segundo** dispositivo reconocido son los **Micros de radio “3 minutos con el INTA”**.

Se encuadra en el tipo “productos”.

El objetivo de los mismos es informar sobre tecnologías de producción, ofrecer recomendaciones técnicas, y promover actividades de capacitación y/o espacios de comunicación de tecnología agropecuaria.

El soporte en que se graban es audio, y el formato de audio es MP3.

Los ejes temáticos que abordan son: lechería, agronomía, apicultura, recursos naturales, ganadería de carne, huerta orgánica, producciones hortícolas y frutales, entre otros.

Los primeros micros se realizaron en la década de 1980, continuando en la actualidad.

⁴² Agencias de Extensión Rural, en adelante “AER’s”.

La periodicidad es de 2 micros de radio por semana, y permanecen desde hace más de 30 años.

Los organizadores son las áreas de extensión y de comunicación del INTA Rafaela.

De los mismos participan investigadores y extensionistas del INTA Rafaela, profesionales asesores y técnicos de las 7 AER's; técnicos, profesionales y otros actores de instituciones vinculadas a la producción agropecuaria.

El alcance de este dispositivo es local y regional.



Foto 5. Revistas del sector agropecuario

El **tercer** dispositivo reconocido son los **artículos técnicos para revistas del sector agropecuario**.

El mismo se encuadra en el tipo “productos”.

Los objetivos de los artículos técnicos son informar sobre tecnologías de producción agropecuaria y/u ofrecer recomendaciones técnicas a productores y profesionales del sector.

El soporte en que se producen es virtual.

Los ejes temáticos que abordan son: lechería, agronomía, apicultura, recursos naturales, ganadería de carne, producciones hortícolas y frutales, entre otros.

No hay fecha concreta de inicio de este dispositivo, el cual continúa en la actualidad.

Su periodicidad es variable y depende de la producción técnica disponible.

Aunque no tienen fecha concreta de inicio, su permanencia es mayor a 30 años.

Los organizadores de este dispositivo son las áreas de extensión, investigación y comunicación del INTA Rafaela, y de su producción participan profesionales y técnicos del INTA Rafaela y de sus 7 AER's.

Según los medios en que se publiquen y la tirada de cada revista, su alcance es local, regional y/o nacional.



Foto 6. Artículos institucionales para medios

El **cuarto** dispositivo reconocido son los **artículos institucionales para medios**.

Se enmarca en el tipo “productos” y sus objetivos son informar sobre cambios en la institución que inciden en el medio agropecuario, además de la difusión de propuestas y enfoques de trabajo institucionales.

El soporte de este dispositivo es virtual, ya que se producen y envían por correo electrónico, además de publicarse en la página web institucional.

El eje temático principal es el de novedades institucionales.

Estos dispositivos se iniciaron, aproximadamente en el año 2005, continuando en la actualidad.

Su periodicidad es variable, debido a la información disponible.

Han permanecido por más de 5 años, y son organizados por las áreas de extensión y de comunicación del INTA Rafaela.

Participan de los mismos técnicos, investigadores y extensionistas del INTA Rafaela y sus 7 AER's.

Su alcance es local, regional y/o nacional.



Foto 7. Notas internas

El **quinto** dispositivo que se reconoció son las **notas internas**.

Se enmarca en el tipo “productos”, y tienen como objetivo informar al personal del INTA Rafaela y sus 7 Agencias de Extensión, sobre las actividades internas de la institución, reuniones, visitas, premios y reconocimientos.

El soporte de las mismas es virtual, ya que se redactan y distribuyen mediante una lista de correos electrónicos interna a la institución.

El eje temático principal es el de actividades institucionales internas.

Comenzaron a emitirse, aproximadamente en el año 2005, y continúan en la actualidad.

La periodicidad es variable, porque depende la información disponible.

Han permanecido durante más de 5 años, y los organizadores son las áreas de extensión y comunicación del INTA Rafaela.

En su desarrollo participan técnicos, investigadores y extensionistas del INTA Rafaela y sus 7 Agencias de Extensión Rural, siendo su alcance interno a la institución.



Foto 8. Promoción de actividades y eventos

El **sexto** dispositivo reconocido es la **promoción de actividades y eventos**.

Es un dispositivo que se enmarca en el tipo “productos”, y tiene como objetivo informar sobre actividades de capacitación, jornadas, charlas y otros eventos futuros en el INTA Rafaela y sus 7 AERs.

El soporte es virtual, porque se diseñan y distribuyen por correo electrónico, además de publicarse en la página web del INTA Rafaela y/o de las AERs, según corresponda.

Los ejes temáticos que abarca son: lechería, agronomía, apicultura, recursos naturales, ganadería de carne, producciones hortícolas y frutales, entre otros.

Las promociones de eventos comenzaron a producirse en el año 2005, aproximadamente, y continúan en la actualidad.

La periodicidad es variable, porque depende de la información disponible sobre los eventos a promocionar.

Han permanecido durante más de 5 años, y sus organizadores son las áreas de extensión y de comunicación del INTA Rafaela.

Los participantes son técnicos, investigadores y extensionistas del INTA Rafaela y de sus 7 AERs.

El alcance depende del eje temático de cada evento que se promociona, por lo cual es variable. Hay promociones con alcance local, regional, nacional e internacional.

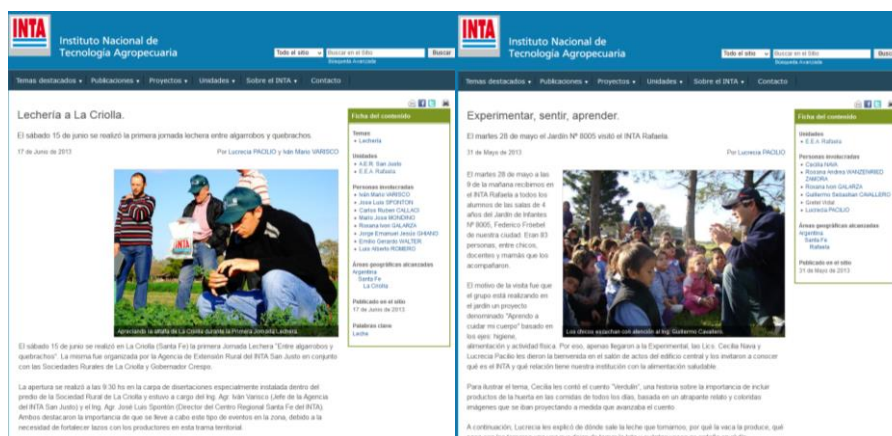


Foto 9. Crónicas de eventos

El **séptimo** dispositivo reconocido son las **crónicas de eventos**, considerado dentro del tipo “productos”.

Este dispositivo tiene como objetivo informar cronológica y detalladamente sobre actividades ocurridas en el INTA Rafaela o sus 7 AERs.

El soporte es virtual, porque se diseñan y distribuyen por correo electrónico, además de publicarse en la página web del INTA Rafaela y/o de las AERs, según corresponda.

Los ejes temáticos que abarca son: lechería, agronomía, apicultura, recursos naturales, huerta orgánica, ganadería de carne, producciones hortícolas y frutales, entre otros.

Las crónicas de eventos comenzaron a producirse en el año 2005, aproximadamente, y continúan en la actualidad.

La periodicidad es variable, porque depende de la información disponible sobre los eventos ocurridos en el INTA Rafaela y sus AERs.

Han permanecido durante más de 5 años, y sus organizadores son las áreas de extensión y de comunicación del INTA Rafaela.

Los participantes son técnicos, investigadores y extensionistas del INTA Rafaela y de sus 7 AERs.

El alcance de las crónicas es local y regional.



Foto 10. Noticias

El octavo dispositivo reconocido son las **noticias**. Se enmarca en el tipo "productos".

Su objetivo es dar a conocer novedades apenas ocurren, o nuevas actividades del INTA Rafaela y sus AERs con la mayor anticipación posible.

El soporte principal de las noticias es virtual, ya que se redactan y envían por correo electrónico, además de publicarse en la página web institucional.

Los ejes temáticos que abordan son: lechería, agronomía, apicultura, huerta orgánica, recursos naturales, ganadería de carne, producciones hortícolas y frutales, entre otros.

El año en que se inició la producción de noticias es el 2005, aproximadamente, y continúa en la actualidad.

La periodicidad de las noticias es variable, porque depende de la información disponible.

Este dispositivo ha permanecido por más de 5 años y sus organizadores son las áreas de extensión y comunicación del INTA Rafaela.

Los participantes son técnicos, investigadores y extensionistas del INTA Rafaela y sus 7 AERs.

El alcance de las noticias es generalmente local y regional, aunque, según la información que contengan, pueden ser nacionales e internacionales.



Foto 11. Material didáctico (rompecabezas)

El **noveno** dispositivo reconocido son los materiales didácticos y se enmarca en el tipo “productos”.

El objetivo de este dispositivo es mostrar información técnica en forma lúdica a niños que asisten a eventos organizados por el INTA Rafaela.

El soporte en que se producen puede ser papel, cartulina, syntra⁴³, etc., según la función del dispositivo.

Los ejes temáticos que abordan son: lechería, agronomía, apicultura, huerta orgánica, recursos naturales, ganadería de carne, producciones hortícolas y frutales, entre otros.

El año de inicio de este dispositivo es -aproximadamente- el 2005, continuando en la actualidad.

La periodicidad con que se produce es variable, y su permanencia es de más de 5 años.

Los organizadores son las áreas de extensión y de comunicación del INTA Rafaela, y en su desarrollo participan técnicos, investigadores y extensionistas del INTA Rafaela y sus 7 AERs.

El alcance del mismo es local y/o regional.



Foto 12. Captura de video para evento interno

El **décimo** dispositivo reconocido son los **videos para eventos internos**, como presentaciones, evaluaciones y/o reuniones de trabajo.

⁴³ Syntra: es un material que sirve para imprimir carteles, similar a un cartón grueso, color blanco, de aproximadamente 5 milímetros de espesor.

Se enmarca en el tipo “productos” y sus objetivos son: evaluar eventos o actividades, funcionar como disparador de conversaciones en reuniones, motivar grupos, reflexionar a partir del contenido, entre otros.

El soporte en que se producen es video, en formatos virtuales como DVD, MP4, u otros.

Los ejes temáticos que abordan son: lechería, agronomía, apicultura, recursos naturales, ganadería de carne, producciones hortícolas y frutales, entre otros.

El año de inicio aproximado de este dispositivo es el 2005 y continúa en la actualidad.

La periodicidad con que se produce es variable y ha permanecido por más de 5 años.

Los organizadores de este dispositivo son las áreas de extensión y de comunicación del INTA Rafaela, y en su concreción participan técnicos, investigadores y extensionistas del INTA Rafaela y sus 7 AERs.

El alcance de este dispositivo es interno.

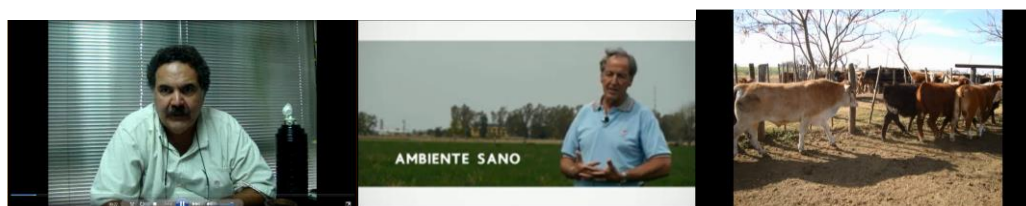


Foto 13. Capturas de videos técnicos

El **décimo primer** dispositivo reconocido son los **videos técnicos**.

Se enmarca en el tipo “productos” y tienen como objetivos complementar y potenciar la información generada en los proyectos de desarrollo del

INTA Rafaela y sus 7 AERs como, por ejemplo, prácticas, campañas, alertas, situaciones de emergencia, entre otros; y/o mostrar resultados de investigaciones sobre tecnología agropecuaria a distintos públicos que se relacionan con la misma.

El soporte en que se producen es video. La modalidad de compartirlo físicamente es DVD, y la virtual es subiéndolos a página web de videos como Youtube y/o página web institucional.

Los ejes temáticos de este dispositivo son: lechería, agronomía, apicultura, recursos naturales, ganadería de carne, producciones hortícolas y frutales, entre otros.

El año de inicio es 2005, aproximadamente, continuando en la actualidad.

La periodicidad con que se realizan es variable, y su permanencia es mayor a 5 años.

Los organizadores son las áreas de extensión y comunicación del INTA Rafaela, y participan en su desarrollo técnicos, investigadores y extensionistas del INTA Rafaela y sus 7 AERs.

Su alcance es local, regional, nacional y/o internacional, dependiendo del eje temático y el público para el cual se produzca.



Foto 14. Capturas de videos de promoción

El **décimo segundo** dispositivo son los **videos de promoción** y/o invitación a jornadas, eventos, cursos, etc.

Se enmarca en el tipo “productos” y su objetivo consiste en reforzar la difusión de actividades y eventos organizados por el INTA Rafaela y sus 7 AERs.

El soporte en que se realizan es el video, en formatos virtuales como DVD, MP4, u otros.

Los eje temáticos son: lechería, agronomía, apicultura, recursos naturales, ganadería de carne, producciones hortícolas y frutales, entre otros.

El año de inicio de este dispositivo es el 2010 y continúa en la actualidad.

La periodicidad del mismo es variable y depende de la agenda de actividades de la institución.

La permanencia de este dispositivo es mayor a 3 años, y sus organizadores son las áreas de extensión y de comunicación del INTA Rafaela.

Los participantes son los técnicos, investigadores y extensionistas del INTA Rafaela y sus 7 AERs.

El alcance del dispositivo varía entre local, regional, nacional e internacional, dependiendo del evento que se promocioe.

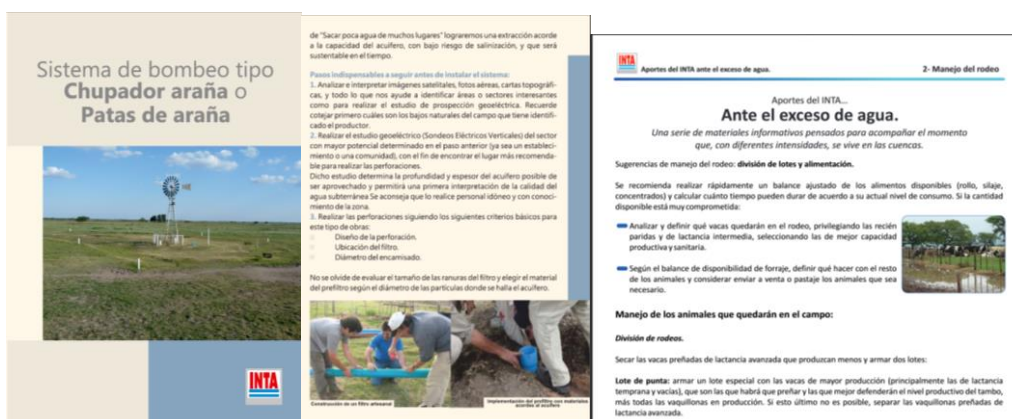


Foto 15. Folletos técnicos

El **décimo tercer** dispositivo son los folletos técnicos, y se enmarca en el tipo “productos”.

El objetivo del mismo consiste en informar propuestas, soluciones y/o prácticas para afrontar alguna problemática de tecnología agropecuaria, de manera concisa, concreta y directa.

El soporte del mismo puede ser papel y/o virtual, en formato pdf y/o documento de Word.

Los ejes temáticos de los folletos técnicos son: lechería, agronomía, apicultura, recursos naturales, huerta orgánica, ganadería de carne, producciones hortícolas y frutales, otros

No existen datos sobre el año de inicio de este dispositivo, el cual continúa en la actualidad.

La periodicidad con que se producen es variable, y depende de la información disponible.

Este dispositivo tiene una permanencia que supera los 20 años.

Sus organizadores son las áreas de extensión y comunicación del INTA Rafaela, y los participantes son investigadores, comunicadores, diseñadores gráficos, técnicos y extensionistas del INTA Rafaela y sus 7 AERs.

El alcance de los folletos técnicos puede ser local, regional o nacional, según la temática que abordan.



Foto 16. Afiches de eventos

El **décimo cuarto** dispositivo reconocido son los **afiches de eventos**.

Se enmarca en el tipo “productos”.

Su objetivo es reforzar la difusión de actividades y eventos organizados por el INTA Rafaela y sus 7 AERs.

El soporte de este dispositivo es papel y/o virtual, en formatos jpg, pdf u otros.

Los ejes temáticos que aborda son: lechería, agronomía, apicultura, recursos naturales, ganadería de carne, producciones hortícolas y frutales, entre otros.

No hay datos fehacientes sobre el año de inicio de este dispositivo, que continúa en la actualidad.

La periodicidad del mismo es variable, y depende de los eventos y/o actividades a difundir.

Ha permanecido durante más de 20 años.

Los organizadores del mismo son las áreas de extensión y comunicación del INTA Rafaela y de las 7 AER's, y participan en su producción extensionistas, investigadores, diseñador gráfico, entre otros.

El alcance de los afiches depende de la distribución que se haga de los mismos, y puede ser local, regional o nacional.



Foto 17. Volantes de promoción

El **décimo quinto** dispositivo reconocido son los **volantes de promoción** de eventos, actividades y/o cursos de capacitación.

Se corresponde con el tipo “productos” y su objetivo es reforzar la difusión de distintos eventos del INTA Rafaela y sus AERs.

El soporte de este dispositivo es papel y/o virtual, en formatos jpg, pdf u otros.

Los ejes temáticos que aborda son: lechería, agronomía, apicultura, recursos naturales, ganadería de carne, producciones hortícolas y frutales, entre otros.

No hay datos exactos sobre el año de inicio de este dispositivo, el cual continúa en la actualidad.

La periodicidad del mismo es variable, y su permanencia es mayor a 20 años.

Los organizadores son los comunicadores y extensionistas del INTA Rafaela y sus 7 AER's, y los participantes son extensionistas, investigadores, diseñador gráfico, entre otros.

El alcance de los volantes depende de la distribución que se haga de los mismos, y puede ser local, regional o nacional.

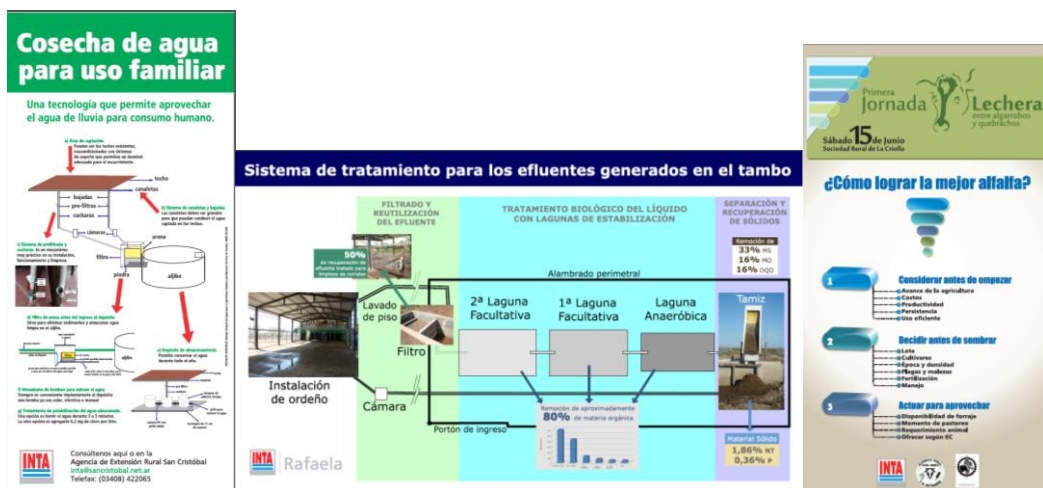


Foto 18. Banners y posters

El **décimo sexto** dispositivo son los **banners o posters**.

Se enmarca en el tipo "productos" y su objetivo es mostrar, en forma resumida, actividades de extensión y/o resultados de investigaciones del INTA Rafaela y sus 7 AER's.

El soporte de este dispositivo puede ser lona plástica, papel ilustración, cartulina, u otros.

Los ejes temáticos de los banners/posters son: lechería, agronomía, apicultura, recursos naturales, ganadería de carne, producciones hortícolas y frutales, entre otros.

El año de inicio aproximado, en que se comenzó a producir este dispositivo, es el 2005.

Este dispositivo continúa en la actualidad.

La periodicidad es variable y depende de la información disponible.

La permanencia de este dispositivo es superior a los 5 años.

Los organizadores del dispositivo son las áreas de comunicación y extensión del INTA Rafaela y de sus 7 AER's, participando en su desarrollo extensionistas, investigadores, diseñador gráfico, entre otros.

El alcance es local, y puede ser interno, o en eventos específicos en otras instituciones y/o espacios de reunión.



Foto 19. Carteles varios

El **décimo séptimo** dispositivo reconocido son los **carteles varios**.

Se encuentran dentro del tipo “productos” y su objetivo es identificar eventos institucionales, mostrar información sobre tecnologías que se muestran en diferentes sitios de la Estación Experimental, ornamentar espacios, entre otros.

Los soportes de este dispositivo pueden ser lona plástica, madera, metal, syntra, corrugado plástico, alto impacto⁴⁴, caño estructural, entre otros.

Los ejes temáticos que abordan son variados, entre los cuales se encuentran: lechería, agronomía, apicultura, recursos naturales, ganadería de carne, producciones hortícolas y frutales, etc.

No hay datos sobre el año de inicio de este dispositivo que continúa en la actualidad.

La periodicidad con que se realiza es variable, dependiendo de la información disponible, y su permanencia supera los 20 años de antigüedad.

Los organizadores son las áreas de comunicación, de extensión y de mantenimiento del INTA Rafaela.

Los participantes son profesionales y técnicos de las mencionadas áreas, además de personal especializado en diseño, impresión y colocación de cartelería.

El alcance es local en el caso de los carteles que identifican eventos internos, y regional, nacional o internacional cuando los eventos incluyen públicos externos.

⁴⁴ Alto impacto: material plástico que sirve para la impresión de carteles, fundamentalmente de señalética.



Foto 20. Cartelería institucional

El **décimo octavo** dispositivo reconocido es la **cartelería institucional**.

Se enmarca en el tipo “productos” y su objetivo es identificar gráficamente edificios, salas, unidades de producción, sitios de reunión y/o de realización de eventos de la institución.

Los soportes de este dispositivo son: lona plástica, madera, metal, syntra, corrugado plástico, alto impacto, entre otros.

El eje temático que abordan es información institucional.

No existen datos sobre el año de inicio de ese dispositivo, que continúa en la actualidad.

La periodicidad de este dispositivo es variable y tiene una permanencia mayor a 30 años.

Los organizadores son las áreas de comunicación, de extensión y de mantenimiento del INTA Rafaela.

Los participantes son profesionales y técnicos de las mencionadas áreas, además de personal especializado en diseño, impresión y colocación de cartelería.

El alcance es local, porque identifican lugares físicos de la institución.



Foto 21. Hojas informativas

El **décimo noveno** dispositivo reconocido son las **hojas informativas de lechería para productores**.

Se enmarca en el tipo “productos” y tienen como objetivo acercar al productor lechero información resumida y recomendaciones sobre la gestión de los establecimientos.

El soporte de este dispositivo es el papel, y también se realiza en modalidad virtual, para su envío por correo electrónico.

El eje temático que aborda es la lechería.

El año de inicio de las hojas informativas es el 2006, y su fin fue en el año 2013.

La periodicidad de este dispositivo es bimestral y la permanencia es mayor a 5 años.

Los organizadores del dispositivo son las áreas de extensión y comunicación del INTA Rafaela, y en su desarrollo participan técnicos, investigadores y extensionistas tanto del INTA Rafaela como de sus 7 AERs.

El alcance de este dispositivo es local-regional (impreso) y nacional (en formato virtual).



Foto 22. Publicaciones

El **vigésimo** dispositivo reconocido son las publicaciones como **libros, manuales y revistas**.

Este dispositivo se enmarca en el tipo “productos” y tiene como objetivos reunir información técnica para poner a disposición de diversos públicos, y/o para ser utilizada en jornadas, cursos y capacitaciones.

El soporte es papel y/o virtual (en formato pdf).

Los ejes temáticos que aborda son: lechería, agronomía, apicultura, recursos naturales, ganadería de carne, producciones hortícolas y frutales, entre otros.

No hay datos sobre el año de inicio, y continúa en la actualidad.

La periodicidad es variable, y depende de la información técnica disponible.

La permanencia de este dispositivo es superior a los 20 años.

Los organizadores son las áreas de extensión, investigación y comunicación del INTA Rafaela y sus 7 AER's.

Los participantes son técnicos, extensionistas e investigadores del INTA Rafaela y sus 7 AERs; técnicos y profesionales de otras unidades del INTA; diseñador gráfico, entre otros.

El alcance es local, regional o nacional y depende del tipo de publicación y los públicos a los que vayan dirigidas.



Foto 23. Compendio de trabajos e investigaciones

El **vigésimo primer** dispositivo reconocido es el **Compendio de trabajos e investigaciones**.

Se enmarca en el tipo “productos” y tiene como objetivo reunir y publicar resúmenes de investigaciones realizadas en el INTA Rafaela y sus AER's durante el último año previo a su publicación.

El soporte, hasta el año 2010 era el papel (hasta 2010), y luego se editó en modo virtual, en formato pdf.

Los ejes temáticos son: lechería, agronomía, apicultura, recursos naturales, ganadería de carne, desarrollo rural, producciones hortícolas y frutales, entre otros.

No hay datos sobre el año de inicio, y su finalización fue en el año 2013.

La periodicidad es anual y su permanencia fue de más de 10 años.

Los organizadores son la Comisión de publicaciones, y las áreas de investigación y comunicación del INTA Rafaela.

Los participantes son técnicos, extensionistas e investigadores del INTA Rafaela y sus 7 AERs, profesionales de otras unidades del INTA y de instituciones vinculadas a la institución.

El alcance, es local y regional.



Foto 24. Diario del veterinario

El **vigésimo segundo** dispositivo reconocido es el **Diario del Veterinario**.

Es del tipo “producto” y su objetivo consiste en compartir resultados de investigación del INTA Rafaela sobre lechería bovina.

El soporte principal es el papel, aunque también se publica en modo virtual con el formato pdf.

El eje temático es la lechería, y se inició en el año 2008.

La fecha de finalización es el año 2011, con una periodicidad anual.

La permanencia es de más de 3 años.

Los organizadores son médicos veterinarios (investigadores), extensionistas y comunicadores del INTA Rafaela y sus 7 AER's.

Los participantes son investigadores, extensionistas, comunicadoras, diseñador gráfico, entre otros.

El alcance es local y regional.



Foto 25. Página web del INTA Rafaela

El vigésimo tercer dispositivo es la **página web del INTA Rafaela**.

Es un dispositivo del tipo “producto” cuyo objetivo es publicar noticias, eventos, servicios y material técnico producido en el INTA Rafaela y sus 7 AERs.

El soporte es virtual, y se encuentra alojada en un servidor de INTA Central (ubicado en la ciudad Autónoma de Buenos Aires), con la URL: <http://inta.gob.ar/unidades/611000>

También se puede acceder a la web institucional con la URL: <http://inta.gob.ar/rafaela>

Los ejes temáticos de este dispositivo son: lechería, agronomía, apicultura, huerta orgánica, recursos naturales, ganadería de carne, producciones hortícolas y frutales, información institucional, servicios, eventos y actividades, entre otros.

El año de inicio de la web institucional con el formato actual es el 2011, y continúa.

La periodicidad con que se actualiza este dispositivo es variable, porque depende de la información disponible.

La permanencia es superior a 2 años.

Los organizadores del dispositivo son las áreas de comunicación y sistemas informáticos del INTA Rafaela.

Los participantes son investigadores, extensionistas, ingenieros en sistemas, comunicadores, becarios, pasantes y otros del INTA Rafaela y sus 7 AERs.

El alcance es local, regional, nacional e internacional.

2.3.2. Espacios



Foto 26. Visitas guiadas

El dispositivo que se ubica en el **vigésimo cuarto** lugar son las **visitas guiadas**.

Corresponde al tipo “espacios” y tienen como objetivo mostrar el trabajo de la institución y sus líneas de investigación y extensión, a escuelas y contingentes de estudiantes, profesionales, productores y/o técnicos nacionales e internacionales.

Los ejes temáticos de este dispositivo son: información institucional, lechería, agronomía, apicultura, recursos naturales, entre otros.

El año de inicio de las visitas guiadas es el 2008, continuando en la actualidad.

La periodicidad de las mismas es variable, y depende de la demanda.

La permanencia es superior a los 5 años.

Los organizadores son las áreas de comunicación, extensión y Dirección del INTA Rafaela.

Los participantes son comunicadores, extensionistas e investigadores del INTA Rafaela, grupos de visitantes de escuelas (de distintos niveles), empresas lácteas, productores, profesionales, instituciones, entre otros.

El alcance de este dispositivo es local, regional, nacional e internacional.



Foto 27. Prensa institucional

El **vigésimo quinto** dispositivo reconocido es la **prensa institucional**.

Se enmarca en el tipo “espacios” y tiene como objetivo relacionar al INTA Rafaela con medios e instituciones del sector agropecuario, proveer información técnica, notas periodísticas, convocatoria a medios para cobertura de eventos, organización de agendas con técnicos y/o autoridades y envío de textos e imágenes a medios que los demanden.

Los ejes temáticos que aborda son: lechería, agronomía, apicultura, recursos naturales, ganadería de carne, producciones hortícolas y frutales, entre otros.

No hay datos sobre el año de inicio de inicio de este dispositivo, que continúa en la actualidad.

La periodicidad es variable y tiene una permanencia superior a 20 años.

Los organizadores son las áreas de comunicación y extensión del INTA Rafaela y sus 7 AERs.

Los participantes son extensionistas, investigadores del INTA Rafaela y sus 7 AERs; comunicadores y periodistas de medios agropecuarios.

El alcance es variable, dependiendo del alcance propio de cada medio: local, regional y/o nacional.



Foto 28. Jornada de cultivos de verano

El **vigésimo sexto** dispositivo es la **Jornada de cultivos de verano**.

Se encuadra en el tipo “espacios”, y su objetivo consiste en mostrar los resultados de las campañas de cultivos y presentar datos obtenidos en ensayos, nuevas variedades de cultivos y de manejo agronómico.

El eje temático es la agronomía, y el año de inicio es el 2000, continuando en la actualidad.

La periodicidad de este dispositivo es anual, y se realiza en el mes de octubre.

La permanencia es mayor a 10 años y los organizadores son investigadores, técnicos y personal de apoyo del área de agronomía.

Los participantes son estudiantes y profesionales agrónomos, personal del INTA Rafaela y sus 7 AERs.

El alcance de este dispositivo es local y regional.



Foto 29. Jornada de cultivos de invierno

El **vigésimo séptimo** dispositivo reconocido es la **Jornada de cultivos de invierno**.

Se encuadra en el tipo “espacios” y su objetivo es mostrar los resultados de las campañas de cultivos y presentar datos obtenidos en ensayos, nuevas variedades de cultivos y de manejo agronómico; además de la influencia del clima, el suelo y el agua en los cultivos.

El eje temático es la agronomía, y el año de inicio es el 2000, continuando en la actualidad.

La periodicidad es anual, realizándose a fines de abril y/o principios de mayo.

La permanencia es mayor a 10 años, y los organizadores son investigadores, técnicos y personal de apoyo del área de agronomía.

Los participantes son estudiantes y profesionales agrónomos, personal del INTA Rafaela y sus 7 AERs.

El alcance de este dispositivo es local y regional.



Foto 30. Jornada para productores

El **vigésimo octavo** dispositivo es la **Jornada para productores**.

Se encuadra en el tipo “espacios” y su objetivo es mostrar a los productores agropecuarios, todos los trabajos sobre tecnología agropecuaria que se hacen en la Estación Experimental Agropecuaria INTA Rafaela.

Los ejes temáticos de este dispositivo son: lechería, agronomía, apicultura, recursos naturales, ganadería de carne, producciones hortícolas y frutales, entre otros.

El año de inicio aproximado es la década de 1980, y su última edición fue en el año 2012.

La periodicidad fue –al comienzo- bienal, luego variable.

La permanencia es superior a los 30 años.

Los organizadores son la dirección del INTA Rafaela, investigadores y extensionistas, y los participantes investigadores, extensionistas, comunicadores, personal de apoyo, personal técnico y profesional de las 7 AER's, entre otros.

El alcance es local y regional.



Foto 31. Curso internacional de lechería

El vigésimo noveno dispositivo es el **Curso Internacional de Lechería para profesionales de América Latina**.

Se enmarca en el tipo “espacios” y tiene como objetivo brindar actualización integral, sobre temas claves que hacen a la producción de leche eficiente y de calidad, a profesionales vinculados a la cadena láctea bovina de todos los países de América Latina.

El eje temático del dispositivo es la lechería, y el año de inicio es 1981.

Continuando en la actualidad, tiene una periodicidad bienal, y una permanencia superior a los 30 años.

Los organizadores son la Dirección del INTA Rafaela, junto a las áreas de extensión, investigación y comunicación.

Los participantes son directivos, extensionistas, investigadores, comunicadores, personal de apoyo y técnico del INTA Rafaela, profesionales latinoamericanos que trabajan lechería bovina (veterinarios, ingenieros agrónomos, ingenieros zootecnistas, entre otros).

El alcance es local, regional, nacional e internacional.



Foto 32. Jornadas escolares

El **trigésimo** dispositivo son las **Jornadas escolares “Desde el suelo pensemos en el medio ambiente”**.

Se enmarca en el tipo “espacios” y tiene como objetivo favorecer el aprendizaje de conceptos como suelo, conservación, recursos no renovables, medio ambiente, relación suelo-planta-animal-hombre, maquinaria agrícola, residuos que contaminan el suelo, por parte de niños de 4° y 5° grado de escuelas primarias de Rafaela y su zona de influencia.

Los ejes temáticos que aborda son: recursos naturales (suelo, ambiente, agua), huerta orgánica, agronomía y lechería.

El año de inicio es 1998, continuando en la actualidad.

La periodicidad es anual, y se realiza en los meses de agosto o septiembre.

La permanencia es superior a 10 años.

Los organizadores son profesionales del INTA Rafaela (de las áreas recursos naturales, lechería, Pro Huerta y agronomía), en conjunto con la Municipalidad de la ciudad de Rafaela.

Los participantes son alumnos y docentes de 4° y 5° grado de escuelas primarias, provenientes de escuelas de Rafaela y localidades de la zona de influencia de la Estación Experimental; profesionales y personal de apoyo de las áreas recursos naturales, lechería, Pro Huerta y agronomía del INTA Rafaela y sus 7 AERs.

El alcance es local y regional.



Foto 33. Stand institucional en la Exposición Rural

El **trigésimo primer** dispositivo es el **stand institucional en la Exposición Rural de Rafaela**.

Se encuadra en el tipo “espacios” y tiene como objetivo la presencia institucional en la exposición más grande del agro en la ciudad.

Los ejes temáticos que aborda el dispositivo son: lechería, agronomía, apicultura, huerta orgánica, recursos naturales, ganadería de carne, producciones hortícolas y frutales, entre otros.

La fecha de inicio de este dispositivo es la década de 1980, continuando en la actualidad.

La periodicidad es anual, en el mes de agosto, y la permanencia es superior a los 30 años.

Los organizadores son la Dirección del INTA Rafaela, junto a las áreas de comunicación y extensión.

Los participantes son comunicadores, extensionistas, investigadores, becarios, pasantes y personal de apoyo de la institución y –desde el año 2013- el stand institucional se organiza en conjunto con el INTI (Instituto Nacional de Tecnología Industrial).

El alcance es local y regional.



Foto 34. Encuentro de escuelas agrotécnicas

El **trigésimo segundo** dispositivo reconocido es el **Encuentro de Escuelas Agrotécnicas**.

Se enmarca en el tipo “espacios” y tiene como objetivo generar un intercambio entre el INTA, sus productos y espacios, y las necesidades de los jóvenes estudiantes de escuelas agrotécnicas, sobre la producción agropecuaria y su continuidad, en el marco de una nueva ruralidad.

Los ejes temáticos son lechería, agronomía, investigación y extensión.

Los temas específicos que se abordan son, sobre lechería: Tambo Experimental, instalaciones, playón de alimentación, sistema de manejo de efluentes y crianza de terneros.

Sobre agronomía: cultivos de invierno y fertilización con efluentes; experiencias de trabajo en los bordes urbano rurales y sustentabilidad ambiental). Además, Implicancias de la investigación y la extensión en el INTA (qué se hace, cómo, con quiénes y vínculos con las escuelas agrotécnicas)

El año de inicio es 2013, continuando en la actualidad.

La periodicidad es variable, y la permanencia menor a un año.

Los organizadores son las áreas de extensión, comunicación e investigación del INTA Rafaela.

Los participantes son estudiantes (con sus docentes) de los últimos años de escuelas agrotécnicas de la zona de influencia del INTA Rafaela y de provincias vecinas.

El alcance es local, regional y nacional.



Foto 35. Jornada de forrajerías tropicales

El **trigésimo tercer** dispositivo reconocido es la **Jornada de forrajerías tropicales “Más pastos, más producción”**.

Se enmarca en el tipo “espacios” y tiene como objetivo dar a conocer datos productivos, resultados de investigaciones en mejoramiento genético y nuevos cultivares de forrajerías tropicales (conocidas comúnmente como pasturas megatérmicas).

El eje temático son las pasturas tropicales, y el año de inicio es el 2013.

Los temas específicos son: opciones de uso de estas pasturas, características, experiencia aplicadas en sistemas pastoriles, alternativas de producción, mejoramiento genético de especies, influencia del peso de las semillas en la implantación y evaluación de clones.

Este dispositivo continúa en la actualidad, con una periodicidad variable.

La permanencia es menor a un año y los organizadores son la Dirección, investigadores y comunicadores del INTA Rafaela.

Los participantes son investigadores, profesionales, estudiantes de ciencias agrarias y extensionistas del INTA Rafaela, de otras unidades del INTA y de la actividad privada.

El alcance es local, regional y nacional.



Foto 36. Visitas a Campo Roca

El **trigésimo cuarto** dispositivo son las **visitas a la Unidad de Producción de leche “Campo Roca”**.

Este dispositivo es del tipo “espacios” y su objetivo es mostrar a los productores lecheros que -mediante la implementación de tecnologías de procesos, capacitación del personal y trabajo en equipo-, es posible producir leche en un sistema pastoril.

El eje temático es la lechería, lo que incluye: producción de leche, manejo del rodeo, crianza de terneros, reproducción, alimentación, pasturas, rutina de ordeño, sanidad animal, buenas prácticas tamberas, entre otros.

El año de inicio aproximado es la década de 1990, continuando en la actualidad.

La periodicidad es variable, porque depende de la demanda, y la permanencia es superior a 10 años.

Los organizadores son la Dirección y los extensionistas del INTA Rafaela.

Los participantes son investigadores, extensionistas, tambero, productores de leche, profesionales, técnicos, estudiantes de ciencias agrarias y veterinarias, entre otros.

El alcance es local, regional, nacional e internacional.



Foto 37. Seminarios internos

El **trigésimo quinto** dispositivo son los **Seminarios internos**.

Se trata de un “espacio” cuyo objetivo es generar un lugar de conocimiento y discusión interno, para que todos los compañeros del INTA puedan mostrar lo que hacen y conocer lo que hacen los demás.

Los ejes temáticos son: lechería, agronomía, apicultura, recursos naturales, ganadería de carne, producciones hortícolas y frutales, desarrollo rural, entre otros (trabajos de investigación y/o de extensión: proyectos en marcha, avances y resultados, temas específicos)

El año de inicio es el 2007, continuando en la actualidad.

Con una periodicidad mensual, tiene una permanencia mayor a 5 años.

Los organizadores son la Dirección y los investigadores integrantes de la Comisión de Seminarios Internos del INTA Rafaela.

Los participantes son profesionales, técnicos y becarios del INTA Rafaela y sus 7 AER's.

El alcance es interno.



Foto 38. Curso para transportistas

El **trigésimo sexto** dispositivo reconocido es el **Curso para transportistas de leche**.

Se enmarca en el tipo “espacios” y tiene como objetivo enseñar al personal que ejecuta los procedimientos de muestreo de leche, las mediciones de volumen y de temperatura, incluyendo además al personal que debe controlar y supervisar estos procedimientos, y al involucrado en los sistemas de calidad.

El eje temático que aborda es la lechería, y más específicamente: calidad físico química de la leche; materia grasa y proteínas; calidad higiénico-sanitaria de la leche y procedimientos de muestreo.

El año de inicio es el 2006, continuando en la actualidad.

La periodicidad es variable, y tiene una permanencia mayor a 5 años.

Los organizadores son investigadores y técnicos del INTA Rafaela, y profesionales y técnicos del INTI Lácteos.

Los participantes son transportistas de leche de diferentes empresas lácteas, profesionales y técnicos del INTA y del INTI Lácteos, Gobierno Nacional, Gobiernos Provinciales y personal de industrias lácteas.

El alcance es local y regional.



Foto 39. Curso de iniciación apícola

El **trigésimo séptimo** dispositivo reconocido es el **Curso de iniciación apícola**.

El del tipo “espacio” y su objetivo consiste en capacitar sobre producción de miel a personas que deseen iniciarse en la actividad o con conocimientos básicos sobre la misma.

El eje temático es la apicultura, y los contenidos que se desarrollan son: manejo de la colmena, sanidad, buenas prácticas, mercado y comercialización de miel.

El año de inicio es el 2007, continuando en la actualidad.

La periodicidad es variable, y la permanencia superior a 5 años.

Los organizadores son investigadores y técnicos del área de apicultura del INTA Rafaela y técnicos de las AERs donde hay actividad apícola.

Los participantes son el público en general.

El alcance es local y regional.



Foto 40. Jornada regional de pastizales naturales

El **trigésimo octavo** dispositivo es la **Jornada Regional sobre manejo de pastizales naturales**.

Se trata de un “espacio” cuyo objetivo consiste en destacar la importancia de los pastizales naturales para la alimentación de ganado de carne, capacitar sobre temáticas que aportan a la ganadería sustentable, mostrar opciones de manejo de los pastizales naturales y resultados de experiencias en la zona ganadera norte de la Provincia de Santa Fe.

El eje temático es la ganadería de carne, y el tema específico es el manejo de pastizales naturales para alimentación del ganado bovino.

El año de inicio es la década de 1990, continuando en la actualidad.

La periodicidad de este dispositivo es bienal, y tiene una permanencia mayor a 10 años.

Los organizadores son extensionistas, investigadores y personal de apoyo de la AER San Cristóbal junto a los miembros de su Consejo Local Asesor; la Sociedad Rural de San Cristóbal, otras instituciones locales, y profesionales del INTA Rafaela.

En este dispositivo participan productores ganaderos, profesionales, técnicos, estudiantes de ciencias agropecuarias, estudiantes de escuelas agrotécnicas, extensionistas, investigadores y personal del INTA.

El alcance es local, regional y nacional.



Foto 41. Jornada de actualización ganadera

El **trigésimo noveno** dispositivo es la **Jornada de actualización en ganadería bovina**.

El del tipo “espacios” y tiene como objetivo presentar a los productores ganaderos de la zona de la AER Gálvez, alternativas de manejo de establecimientos mixtos ganaderos-agrícolas.

El eje temático es la ganadería de carne, con énfasis en manejo de los rodeos, características de la región y aptitud productiva de las tierras, confección de forrajes conservados y perspectivas de las cadenas ganaderas y de la carne en el país.

El año de inicio es el 2013, continuando en la actualidad.

La periodicidad es variable y la permanencia menor a un año.

Los organizadores son extensionistas e investigadores de la AER Gálvez (Provincia de Santa Fe), profesionales del INTA Rafaela, propietarios de establecimientos ganaderos de cría y engorde bovino, Sociedad Rural de Gálvez e IPCVA⁴⁵.

Los participantes son productores ganaderos, profesionales veterinarios y agrónomos, estudiantes de escuelas agrotécnicas y/o carreras universitarias relacionadas a la producción animal y/o agrícola, técnicos del INTA y de instituciones y empresas relacionadas al sector ganadero.

El alcance es local y regional.

⁴⁵ IPCVA: Instituto de Promoción de la Carne Vacuna Argentina, <http://www.ipcva.com.ar/>



Foto 42. Jornada de lechería

El **cuadragésimo** dispositivo reconocido es la **Jornada de lechería “Entre algarrobos y quebrachos”**.

El del tipo “espacios” y su objetivo es informar a los productores lecheros de la zona de “La Criolla⁴⁶”, sobre la situación productiva de los tambos, posibilidades de crecimiento e incorporación de tecnologías simples y apropiables.

El eje temático es la lechería, y los temas específicos: tecnologías de procesos, estrés térmico en vacas lecheras, crianza artificial de terneros y producción de pasturas.

El año de inicio es el 2013, continuando en la actualidad.

La periodicidad es variable, y la permanencia menor a un año.

Los organizadores son extensionistas e investigadores de la AER San Justo (Provincia de Santa Fe) y comunicadores y extensionistas del INTA Rafaela.

⁴⁶ La Criolla: localidad de la Provincia de Santa Fe, ubicada en el Departamento “San Justo”, dentro del área de influencia de la AER San Justo.

Los participantes son: productores, profesionales, funcionarios, técnicos del INTA, docentes de la Universidad Nacional del Litoral y empresarios.

El alcance es local.



Foto 43. Jornada ganadera INTA-IPCVA

El **cuadragésimo primer** dispositivo es la **Jornada ganadera INTA-IPCVA**.

Se enmarca en el tipo “espacios” y su objetivo consiste en mostrar casos exitosos de cría de ganado para carne en campos de baja productividad, y resultados obtenidos con la aplicación de tecnología de destete precoz e híper precoz en comparación con la no aplicación de la misma.

El eje temático es la ganadería de carne.

No hay datos exactos del inicio de este dispositivo, que continúa en la actualidad.

La periodicidad es bienal, y tiene una permanencia superior a 5 años.

Los organizadores son extensionistas e investigadores de la AER San Cristóbal (Provincia de Santa Fe) y del INTA Rafaela, propietarios de

establecimientos ganaderos de cría bovina, la Sociedad Rural de San Cristóbal y el IPCVA.

Los participantes son productores ganaderos de carne, profesionales y estudiantes universitarios.

El alcance es local, regional y nacional.

2.4. Conclusiones del capítulo 2

En el INTA Rafaela hay 41 dispositivos de comunicación. De los cuales, 23 son productos (56,1%), y 18 son espacios (43,9%).

De estos **dispositivos** se seleccionaron y analizaron las siguientes variables:

- En el caso de los **dispositivos productos**: soportes y modalidades, permanencia, periodicidad y eje temático.
- En el caso de los **dispositivos espacios**: tipo, permanencia, periodicidad y eje temático.

A continuación se presentan los datos y las conclusiones a las que se arribaron.

Al final del capítulo, se presentan 2 cuadros que reúnen a todos los dispositivos.

En el primero, se muestra quiénes son los **principales organizadores** de los dispositivos.

En el segundo, se analiza cuál es el **alcance** de los espacios y productos de comunicación del INTA Rafaela.

2.4.1. Conclusiones sobre los **dispositivos productos** del INTA Rafaela

Soportes y modalidades de los productos

Con respecto a los 23 productos, éstos se desarrollan en diversos soportes, y en dos tipos de modalidad.

Los **soportes** son: audio, video, papel/cartulina/syntra y lona plástica/madera/metal.

Las **modalidades** se dividen en **física o virtual**, existiendo productos que sólo se realizan en modalidad virtual, otros sólo física y un tercer grupo, en ambas modalidades.

Tabla 3. Soportes y modalidades de los productos

Productos	Soportes	Modalidad física	Modalidad virtual	Ambas modalidades
Micros de radio	Audio		1	
Micros de TV	Video			1
Videos para eventos internos	Video		1	
Videos técnicos	Video		1	
Videos de promoción	Video		1	
Banners-posters	Lona plástica/madera/metal	1		
Carteles varios	Lona plástica/madera/metal	1		
Cartelería institucional	Lona plástica/madera/metal	1		
Material didáctico	Papel/cartulina/syntra	1		
Artículos técnicos para revistas del sector agropecuario			1	

Artículos institucionales para medios			1	
Notas internas			1	
Promoción de actividades y eventos			1	
Crónicas de eventos			1	
Noticias			1	
Folleto técnicos	Papel/cartulina			1
Afiches de eventos	Papel/cartulina			1
Volantes de promoción	Papel/cartulina			1
Hojas informativas de lechería	Papel/cartulina			1
Publicaciones (libros, revistas)	Papel/cartulina			1
Compendio de trabajos e invest.			1	
Diario del veterinario	Papel/cartulina			1
Página web del INTA Rafaela			1	
		4	12	7

En la tabla que precede a este texto se puede observar que de los 23 productos relevados, 4 se realizan en modalidad únicamente física (17,39%); 12 en modalidad únicamente virtual (52,17%) y 7 en ambas modalidades (30,43%).

Se puede afirmar que más de la mitad (52,17%) de los dispositivos **productos** del INTA Rafaela durante el período 2012-2013 se producen en modo virtual, lo cual se muestra en el siguiente gráfico:

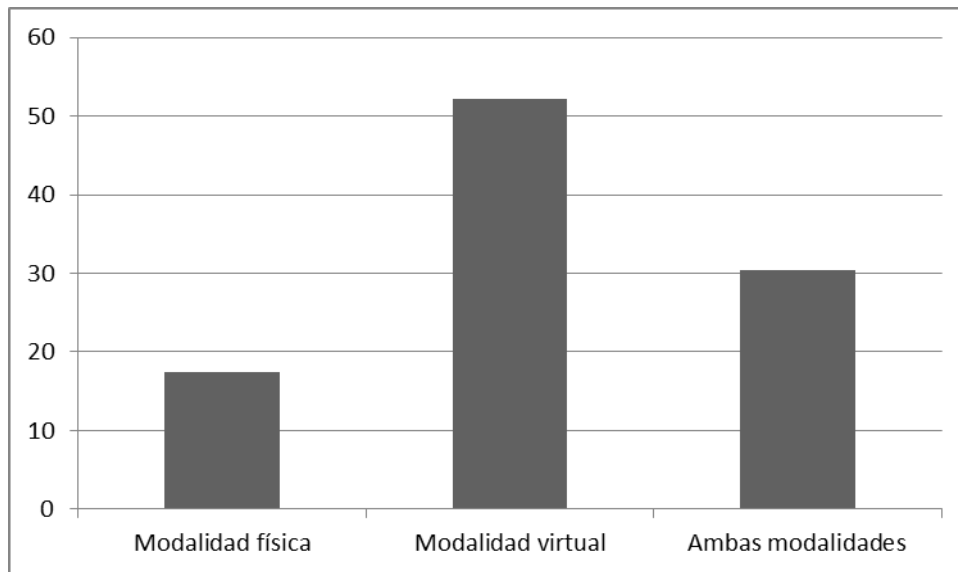


Gráfico 1. Soportes y modalidades de los productos

Además, de los productos que se realizan en modalidad física y/o ambas modalidades, se destaca que 7 se producen en soporte papel/cartulina/syntra; 3 en lona plástica/madera/metal; 4 en video y 1 en audio.

Permanencia de los productos

Con respecto a la **permanencia** de los productos, ésta indica la cantidad de tiempo en años que ha cumplido el producto o espacio desde su primera realización.

Para medir la **permanencia** de los productos del INTA Rafaela se utilizó el siguiente criterio, en años de antigüedad: más de 2, más de 3, más de 5, más de 10, más de 20 y más de 30.

- Más de 2 años: **1** (4,35%)
- Más de 3 años: **2** (8,69%)
- Más de 5 años: **11** (47,83%)
- Más de 10 años: **1** (4,35%)
- Más de 20 años: **5** (21,74%)
- Más de 30 años: **3** (13,04%)

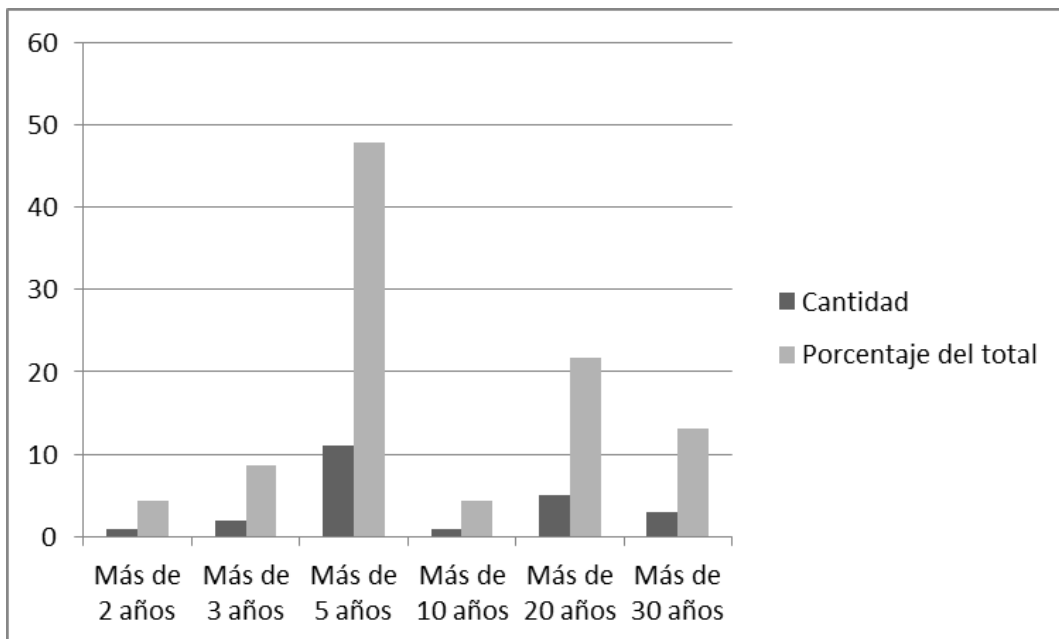


Gráfico 2. Permanencia de los productos

Dentro de los productos relevados, la mayoría tiene más de 5 años de permanencia (47,83%), el 21,74% tiene más de 20 años, el 13,04% tiene más de 30, el 8,69% tiene más de 3 y -con el mismo porcentaje del 4,35%- se encuentran los productos con más de 2 y más de 10 años de realización en el INTA Rafaela.

A partir de estos resultados se puede afirmar que de los productos relevados, la mayoría tiene más de 5 años en la institución.

Periodicidad de los productos

La variable **periodicidad** indica la cantidad de veces que se realiza el producto en determinado período de tiempo.

Las opciones contempladas en **periodicidad** de los productos son: 1 vez por semana, 2 veces por semana, variable (según información/material disponible), bimestral y anual.

- 1 vez por semana: **1** (4,34%)
- 2 veces por semana: **1** (4,34%)
- Variable: **18** (78,26%)
- Bimestral: **1** (4,34%)
- Anual: **2** (8,69%)

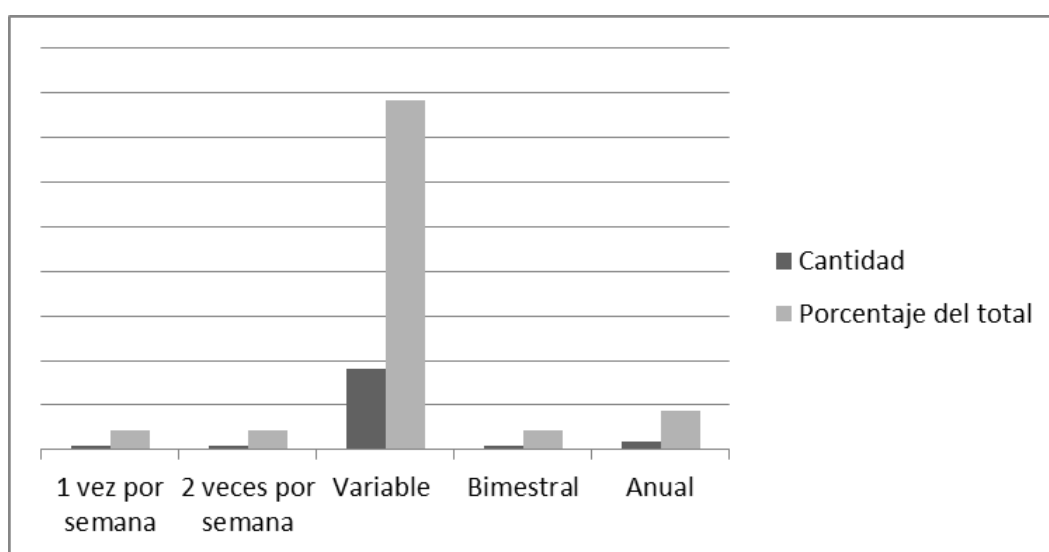


Gráfico 3. Periodicidad de los productos

En el gráfico se destaca ampliamente, con más del 78% que la periodicidad de los productos es variable.

Hay sólo 2 productos con periodicidad anual (8,69%), 1 producto cuya periodicidad es de 1 vez por semana (4,34%), 1 producto que se realiza 2 veces por semana (4,34%), y 1 producto bimestral, también con el mismo porcentaje (4,34%).

Eje temático de los productos

En relación al **eje temático** que abordan los productos, los mismos son los siguientes:

- Lechería, agronomía, apicultura, huerta orgánica, recursos naturales, ganadería de carne, producciones hortícolas y frutales: **5** (21,7%)
- Lechería, agronomía, apicultura, recursos naturales, ganadería de carne, producciones hortícolas y frutales: **11** (47,8%)
- Lechería, agronomía, apicultura, recursos naturales, ganadería de carne, desarrollo rural, producciones hortícolas y frutales: **1** (4,35%)
- Lechería bovina exclusivamente: **3** (13%)
- Novedades institucionales: **1** (4,35%)
- Actividades institucionales internas: **1** (4,35%)
- Información institucional: **1** (4,35%)

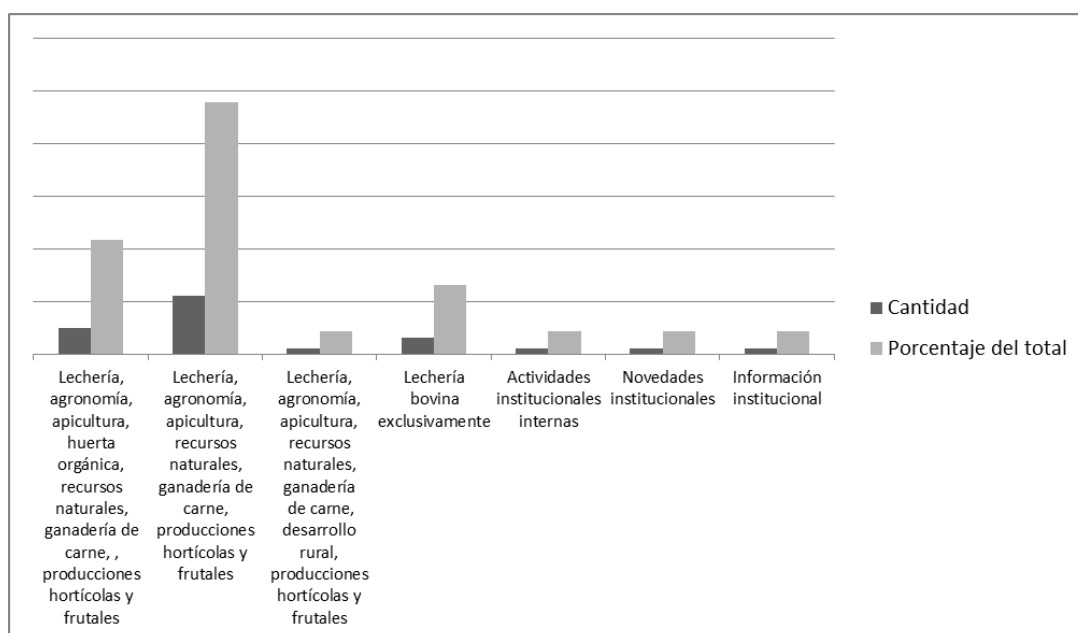


Gráfico 4. Eje temático de los productos

La amplia mayoría de los productos tienen como eje temático lechería, agronomía, apicultura, recursos naturales, ganadería de carne, producciones hortícolas y frutales (47,8%); siguiéndole en número (con 21,7%) los productos que, además de los temas mencionados incluyen el de huerta orgánica.

Hay 3 productos que abordan temas de lechería exclusivamente (representando un 13% del total) y, con el 4,35% hay 3 productos que abordan temáticas como información institucional, novedades institucionales, actividades institucionales internas y lechería, agronomía, apicultura, recursos naturales, ganadería de carne, desarrollo rural, producciones hortícolas y frutales.

2.4.2. Conclusiones sobre los **dispositivos espacios** del INTA Rafaela

Tipos de espacios

En el INTA Rafaela hay 18 espacios que se dividen en los siguientes **tipos**: visitas, prensa institucional, jornadas, cursos, stands en exposiciones, encuentros y seminarios.

Entre los espacios relevados, se obtuvieron los siguientes resultados:

- Visitas: **2** (11,1%)
- Prensa institucional: **1** (5,56%)
- Jornadas: **9** (50%)
- Cursos: **3** (16,7%)
- Stands en exposiciones: **1** (5,56%)
- Encuentros: **1** (5,56%)
- Seminarios: **1** (5,56%)

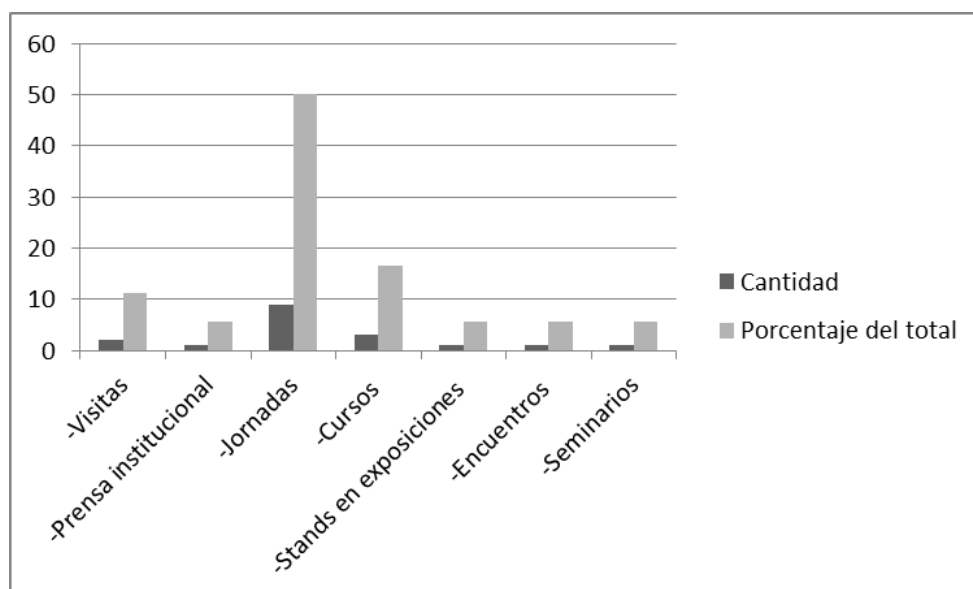


Gráfico 5. Tipos de espacios

De los espacios relevados, la mitad (50%) corresponde al tipo jornadas, el 16,7% corresponde a cursos.

Le siguen en importancia las visitas con el 11,1% y, con el menor porcentaje, (5,56%) se hallan los stands en exposiciones, los encuentros, los seminarios, y la prensa institucional.

Periodicidad de los espacios

Las opciones contempladas en la variable **periodicidad** de los espacios son: mensual, anual, bienal y variable.

Los resultados obtenidos con respecto a la periodicidad de los dispositivos espacios son los siguientes:

- Mensual: **1** (5,56%)
- Anual: **5** (27,8%)
- Bienal: **4** (22,2%)
- Variable: **8** (44,4%)

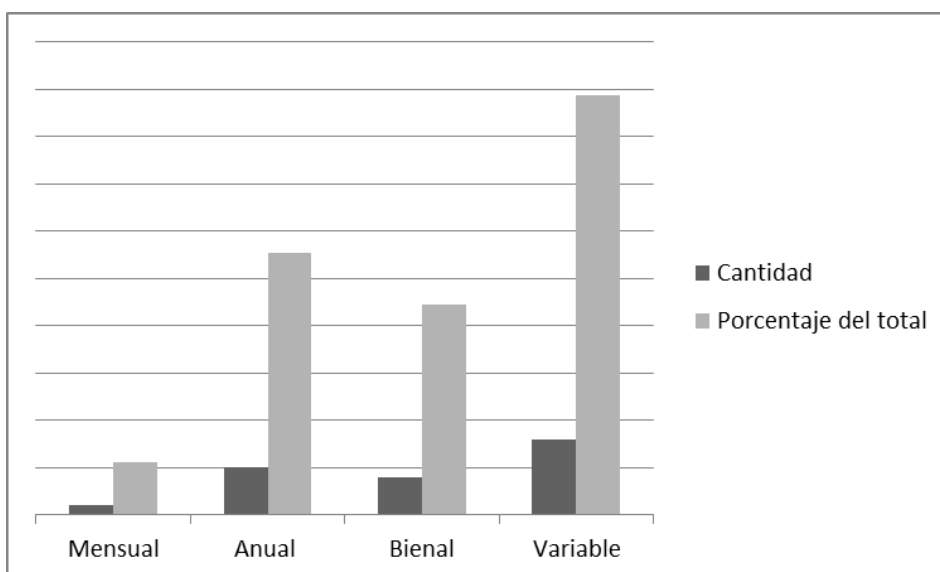


Gráfico 6. Periodicidad de los espacios

Del gráfico se desprende que el 44,4% de los espacios tiene una periodicidad variable, el 27,8% se realiza de forma anual, el 22,2% se realiza cada dos años, y sólo el 5,56% se realiza en forma mensual.

Permanencia de los espacios

Con respecto a la **permanencia** de los espacios (cantidad de tiempo en años desde que el espacio fue creado), se utilizó el siguiente criterio: menos de un año, más de 5, más de 10, más de 20 y más de 30 años.

Entre los espacios sistematizados, la permanencia de los mismos es la siguiente:

- Menos de un año: **4** (22,2%)
- Más de 5 años: **5** (27,8%)
- Más de 10 años: **5** (27,8%)
- Más de 20 años: **1** (5,56%)
- Más de 30 años: **3** (16,7%)

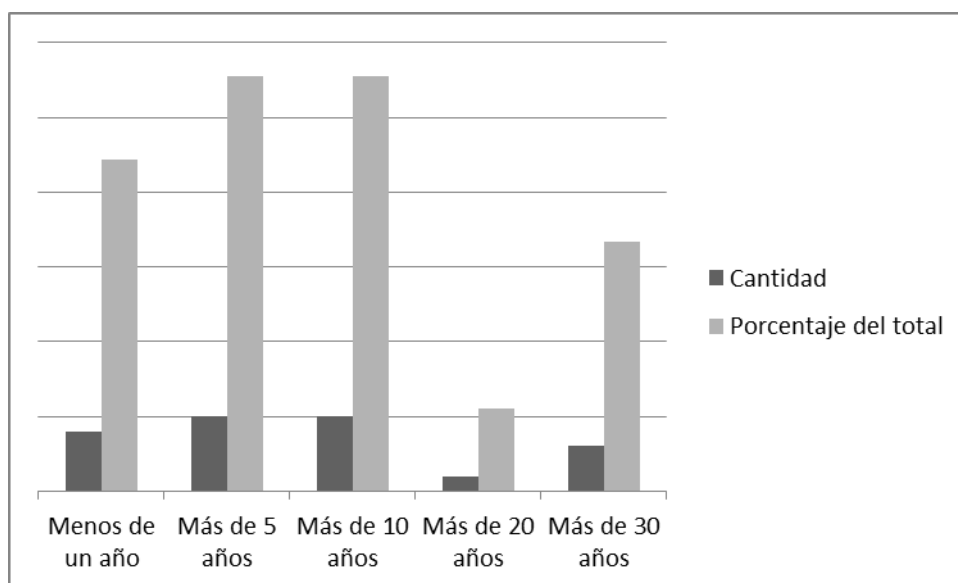


Gráfico 7. Permanencia de los espacios

A partir de la sistematización, surge que la mayoría de los espacios analizados en el período 2012-2013 tiene entre más de 5 y más de 10 años de antigüedad (representando 27,8% cada uno), el 22,2% tiene

menos de un año, el 16,7% tiene más de 30 años, y con más de 20 años de antigüedad hay 1 sólo espacio, que significa el 5,56%.

Eje temático de los espacios

En relación al **eje temático** que abordan los espacios, los mismos son:

- Agronomía: **2** (11,1%)
- Lechería y agronomía: **1** (5,56%)
- Recursos naturales, huerta, agronomía y lechería: **1** (5,56%)
- Lechería exclusivamente: **4** (22,2%)
- Lechería, agronomía, apicultura, huerta orgánica, recursos naturales, ganadería de carne, producciones hortícolas y frutales: **1** (5,56%)
- Lechería, agronomía, apicultura, recursos naturales, ganadería de carne, producciones hortícolas y y frutales: **2** (11,1%)
- Lechería, agronomía, apicultura, recursos naturales, ganadería de carne, desarrollo rural, producciones hortícolas y frutales: **1** (5,56%)
- Ganadería de carne exclusivamente: **3** (16,7%)
- Información institucional, lechería, agronomía, apicultura y recursos naturales: **1** (5,56%)
- Pasturas tropicales: **1** (5,56%)
- Apicultura exclusivamente: **1** (5,56%)

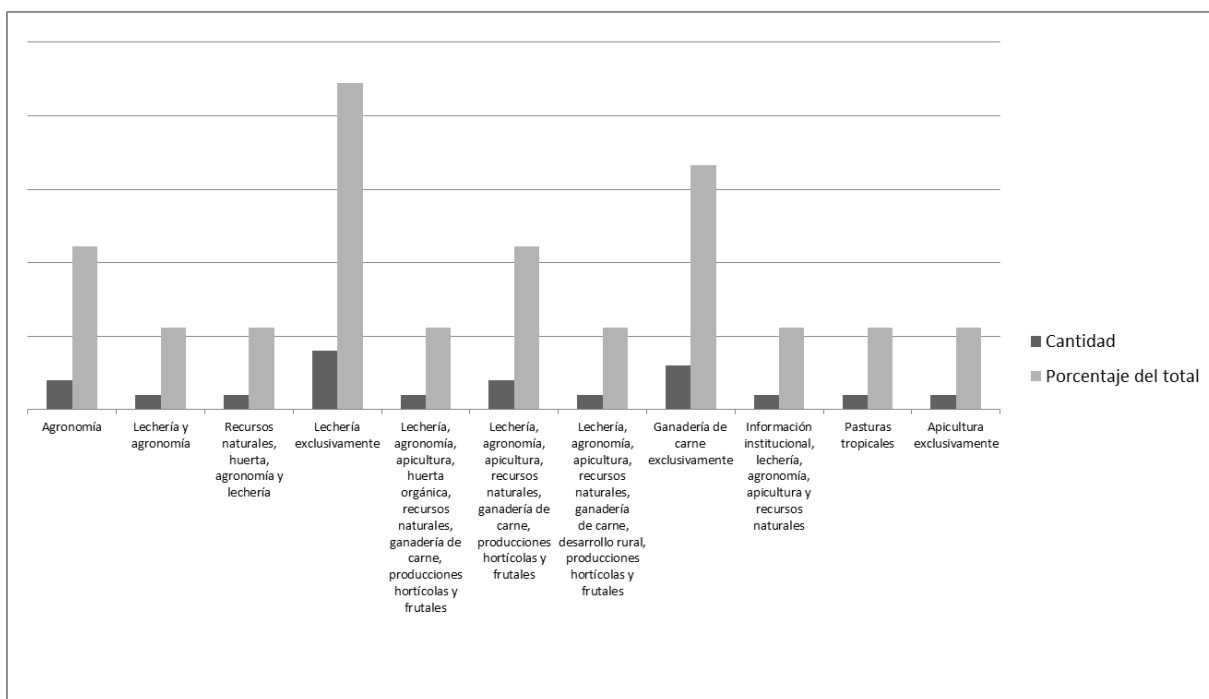


Gráfico 8. Eje temático de los espacios

Del gráfico surge que el eje temático principal de los espacios, durante el período analizado, es el de lechería exclusivamente con un 22,2%, le siguen las temáticas de ganadería de carne exclusivamente, con un 16,7%, las de agronomía exclusivamente con un 11,1 % y -con el mismo porcentaje de 11,1%- los espacios cuyo eje temático agrupa lechería, agronomía, apicultura, recursos naturales, ganadería de carne, producciones hortícolas y frutales.

Con un solo espacio cada uno, que representa el 5,56% se encuentran los ejes temáticos: lechería y agronomía; recursos naturales, huerta, agronomía y lechería; lechería, agronomía, apicultura, huerta orgánica, recursos naturales, ganadería de carne, producciones hortícolas y frutales; información institucional, lechería, agronomía, apicultura y recursos naturales; pasturas tropicales y apicultura exclusivamente.

Salvo las 5 excepciones que tienen espacios exclusivos (lechería, apicultura, agronomía, ganadería de carne y pasturas tropicales), el resto de los espacios abordan más de un eje temático en su desarrollo.

En la siguiente tabla, se muestran los 18 espacios analizados, con las diferentes temáticas que abordan:

Tabla 4. Temáticas de los espacios.

Espacios	Temáticas										
	Lechería	Agronomía	Ganadería de carne	Apicultura	Información institucional	Recursos Naturales	Producciones hortícolas y frutales	Pasturas tropicales	Desarrollo rural	Huerta orgánica	
Visitas guiadas	✓	✓		✓	✓	✓					
Prensa institucional	✓	✓	✓	✓		✓	✓				
Jornada de cultivos de verano		✓									
Jornada de cultivos de invierno		✓									
Jornada para productores	✓	✓	✓	✓		✓	✓				
Curso Internacional de Lechería para profesionales de América Latina	✓										
Jornadas escolares “Desde el suelo pensemos en el medio ambiente”	✓	✓				✓				✓	
Stand institucional en la Exposición Rural de Rafaela	✓	✓	✓	✓		✓	✓			✓	
Encuentro de Escuelas Agrotécnicas	✓	✓									
Jornada de forrajeras tropicales “Más pastos, más producción”								✓			
Visitas a la Unidad de Producción de leche Campo Roca	✓										
Seminarios internos	✓	✓	✓	✓		✓	✓		✓		
Curso para transportistas de leche	✓										
Curso de iniciación apícola				✓							
Jornada Regional sobre manejo de pastizales naturales			✓								
Jornada de actualización en ganadería bovina			✓								
Jornada de lechería “ Entre algarrobos y quebrachos”	✓										
Jornada ganadera INTA-IPCVA			✓								

2.4.3. Principales organizadores de dispositivos

Tomando en cuenta a **todos los dispositivos sistematizados** (espacios más productos), en el siguiente cuadro se muestran quiénes son los actores que participan en la organización de espacios y productos del INTA Rafaela.

Tabla 5. Organizadores de dispositivos

ORGANIZADORES	Productos 23	Espacios 18	Total de Dispositivos: 41	Porcentaje del total
Extensionistas	21	12	33	80,49%
Investigadores	4	14	18	43,9%
Comunicadores	23	7	30	73,17%
Dirección		7	7	17,07%
Sociedades Rurales		3	3	7,32%
Personal de apoyo, personal de mantenimiento, profesionales de sistemas	3	2	5	12,19%
Productores		2	2	4,88%
Técnicos		4	4	9,76%
Consejo Local Asesor de AER		1	1	2,44%
Otras instituciones (INTI, IPCVA, Municipalidades)		4	4	9,76%

De la tabla se desprende que del total de dispositivos sistematizados en el INTA Rafaela durante el período 2012-2013, el 80,49% son organizados por extensionistas.

Le siguen en importancia, los organizados por comunicadores, con el 73,17%, destacándose los productos (23 en total) por sobre los espacios (7).

Los investigadores son quienes organizan la mayoría de los espacios (14 sobre un total de 18) y en el número global figuran en tercer lugar en organización de dispositivos, con el 43,9%.

Con un 17,07% de participación en la organización de dispositivos de comunicación se encuentra la Dirección del INTA Rafaela, y con el 12,19% el personal de apoyo y mantenimiento y los profesionales de sistemas; destacándose estos últimos en la organización de productos, y la Dirección solamente como organizadora de espacios.

Con el mismo porcentaje de 9,76%, se encuentran los técnicos y otras instituciones como el INTI, el IPCVA y Municipalidades, quienes participan como organizadores de espacios, pero no de productos.

En menor porcentaje (7,32) las Sociedades Rurales participan como organizadoras de 3 espacios diferentes.

Con el 4,88% participan como organizadores de 2 espacios los productores agropecuarios, y con el 2,44% (representando la organización de un solo espacio) se encuentra un Consejo Local Asesor de Agencia de Extensión Rural (AER).

Es de destacar que tanto la Dirección, las Sociedades Rurales, los productores agropecuarios, los técnicos, el Consejo Local Asesor de AER y otras instituciones como el INTI, el IPCVA y las Municipalidades no

participan como organizadores de ningún producto del INTA Rafaela en el período contemplado.

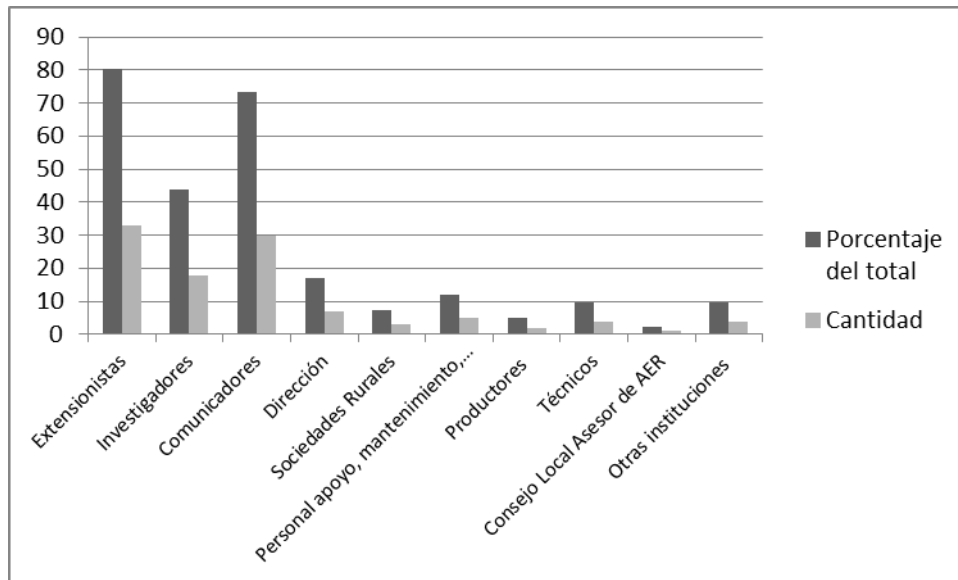


Gráfico 9. Organizadores de dispositivos

2.4.4. Alcance de los dispositivos

El alcance de los dispositivos hace referencia a si el producto o espacio tiene llegada local, regional, nacional o internacional.

En la siguiente tabla se puede apreciar el alcance de los productos y espacios por separado, y de todos los dispositivos de comunicación del INTA Rafaela sumados.

Además, se indica qué porcentaje del total de dispositivos tienen alcance local, regional, nacional, internacional e interno a la institución.

Tabla 6. Alcance de los dispositivos

ALCANCE	Productos 23	Espacios 18	Total de Dispositivos: 41	Porcentaje del total
Local	21	17	38	92,68%
Regional	19	15	34	82,93%
Nacional	15	8	23	56,1%
Internacional	6	2	8	19,51%
Interno	3	1	4	9,76%

De la tabla surge que la mayoría de los dispositivos tienen alcance local (el 92,68%), mientras que el 82,93% tiene un alcance regional y el 56,1% alcance nacional.

Dispositivos con alcance internacional son 8, y representan el 19,51%.

Los dispositivos con alcance interno a la institución son 4, y representan un 9,76%.

En el gráfico a continuación se pueden apreciar estas diferencias:

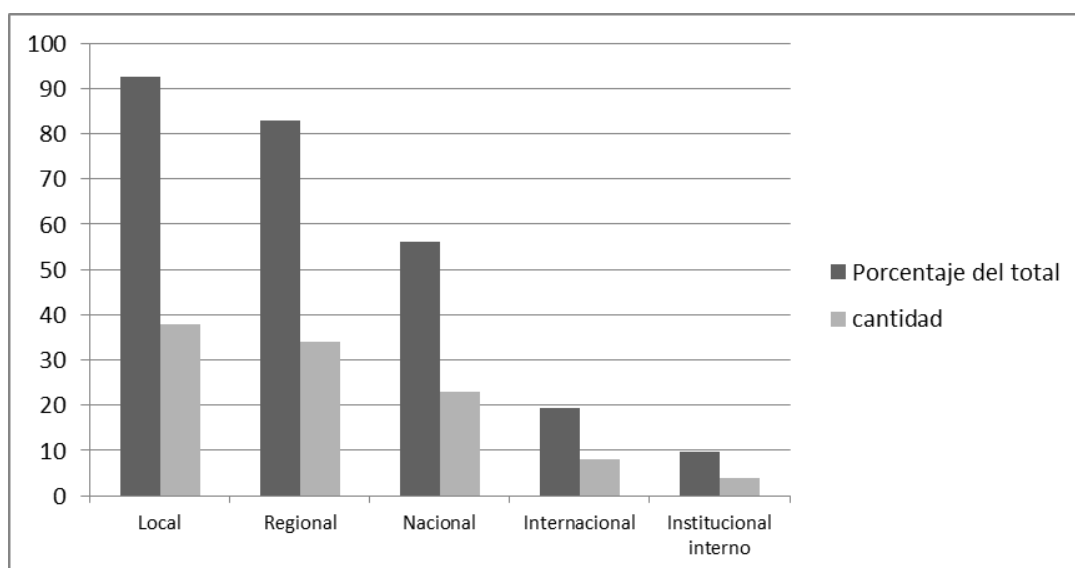


Gráfico 10. Alcance de los dispositivos

Tanto en productos como en espacios, se mantiene la misma relación que en el total de los dispositivos, con respecto a su alcance, ya que la mayoría de los productos y la mayoría de los espacios tiene alcance local, siguiéndoles en importancia el alcance regional, luego el nacional, el internacional y, finalmente, el interno a la institución.

También se destaca que hay más productos con cada tipo de alcance que espacios, y se vislumbra que más allá de que en el conjunto de dispositivos, haya casi un 10% con alcance interno, en el período 2012-2013 hay solamente 1 espacio de comunicación de tecnología agropecuaria interno en el INTA Rafaela.

Todos los dispositivos que se sistematizaron en este capítulo crean y/o promueven diferentes modalidades de vínculos entre los actores que forman parte de ellos.

Esas modalidades se analizan en el siguiente capítulo, a partir del **análisis y prescripción de Marcas de racionalidad comunicacional** de los dispositivos sistematizados.

Capítulo 3: Las huellas

3.1. Introducción

Los objetivos de este capítulo son analizar y prescribir, mediante **Marcas de racionalidad comunicacional**, los dispositivos de comunicación utilizados por el INTA Rafaela.

Para ello se analizaron los dispositivos de comunicación sistematizados en el capítulo anterior, con el objetivo de **identificar** en ellos las **Marcas de racionalidad comunicacional** que operan en cada uno.

Para el análisis se utilizaron las categorías conceptuales Multidimensionalidad de la comunicación y Marcas de racionalidad comunicacional (MASSONI, 2003, 2007, 2013), desarrolladas en el Marco metodológico⁴⁷.

⁴⁷ Ver el apartado C de esta tesis

3.2. Análisis y prescripción mediante Marcas de racionalidad comunicacional de los dispositivos de comunicación del INTA Rafaela

3.2.1. Definición y criterios de inclusión

En este capítulo se reconocen las racionalidades comunicacionales dominantes en los dispositivos de comunicación del INTA Rafaela, analizados en el capítulo anterior.

Para hacerlo se utilizó la metodología de análisis y prescripción mediante **Marcas de racionalidad comunicacional** desarrollada en el Marco Metodológico⁴⁸, cuya definición ampliada es la siguiente:

*Las **Marcas de racionalidad comunicacional** son una metodología de la comunicación estratégica que nos permite un doble registro: el reconocimiento de cuál es la conceptualización del encuentro dominante en la situación bajo análisis y, a la vez, la posibilidad de operar otras racionalidades comunicacionales a partir de recursos propios de otras dimensiones de la comunicación diferentes a las actuales teniendo en cuenta que cada una de las dimensiones privilegia un componente de la comunicación y opera en consecuencia. Por ejemplo: mientras que la dimensión informativa actúa en línea y a partir de productos comunicativos, la dimensión interaccional hace foco en los vínculos de los actores y la dimensión sociocultural promueve redes, imbricando las distintas dimensiones de la problemática comunicacional (MASSONI, 2013: 65)*

⁴⁸ La definición se encuentra en el apartado C de esta tesis.

Para el reconocimiento de las **Marcas de racionalidad comunicacional**⁴⁹ dominantes en los dispositivos sistematizados, se los agrupó según los siguientes criterios:

Por una lado, productos. Por el otro, los espacios.

Dentro de dicha clasificación, se agrupó a los **productos** en:

1. Impresos
2. Cartelería
3. Audiovisuales
4. Virtuales

Y a los **espacios** en:

1. Jornadas y encuentros
 - a. Para productores y profesionales
 - b. Para escolares
 - c. De escuelas agrotécnicas
2. Cursos y seminarios
 - a. Cursos varios
 - b. Curso internacional de lechería para profesionales
 - c. Seminario interno
3. Exposiciones
4. Visitas
5. Prensa institucional

⁴⁹ Ver definición en el apartado 5.1.3.

Para el análisis se utilizaron tablas⁵⁰ donde se consignó, de cada uno, lo siguiente:

- **Nombre del dispositivo (producto o espacio)**
- **Objetivo comunicacional:** Los objetivos que se propone conseguir cada dispositivo explicitan los procesos comunicacionales que se buscan promover con dicho dispositivo. Algunos de esos objetivos pueden ser, por ejemplo: informar, sensibilizar, interactuar, entre otros.
- **Recursos:** Se refiere a las características propias del dispositivo que dan cuenta de las marcas de racionalidad dominantes. Estos recursos pueden ser, entre muchos otros: estructura y formato, secciones, lenguaje y contenido, tono, recursos gráficos y visuales, aspectos técnicos de reproducción, procesos de producción, enfoque de cámara, uso del color, etc.
- **Marcas de racionalidad,** por ejemplo: linealidad, verticalidad, denuncismo, comunicación operativa, entre otras.
- **Tipo de encuentro sociocultural que produce.** Se refiere a los tipos de encuentro sociocultural que producen los dispositivos, por ejemplo: transferencista, participativo, entre otros.
- **Adecuación del producto/espacio a los actores a los que busca involucrar:** en cada dispositivo se argumenta, según los actores a quienes se busca involucrar, si la misma es total, parcial o nula.

⁵⁰ Las tablas completas se encuentran en el Anexo 2 de esta tesis.

Las tablas que se utilizaron para analizar las Marcas de racionalidad de los dispositivos espacios y productos son las siguientes:

Tabla 7. Análisis de Marcas de racionalidad dispositivos: PRODUCTOS

DISPOSITIVO (Productos)	
Nombres/Títulos de los dispositivos	
Objetivo comunicacional	
Recursos	
Marcas de racionalidad comunicacional	
Tipo de encuentro sociocultural que produce	
Adecuación del producto/espacio a los actores a los que busca involucrar	

Tabla 8. Análisis de Marcas de racionalidad dispositivos: ESPACIOS

DISPOSITIVO (Espacios)	
Nombres/Títulos de los dispositivos	
Objetivo comunicacional	
Recursos	
Marcas de racionalidad comunicacional	
Tipo de encuentro sociocultural que produce	
Adecuación del producto/espacio a los actores a los que busca involucrar	

3.3. Análisis de Marcas de racionalidad comunicacional de los dispositivos productos del INTA Rafaela

3.3.1. Productos

3.3.1.1. Impresos

Dentro de los impresos, se encuentran los siguientes dispositivos:

- Afiches de eventos
- Volantes de promoción
- Hojas informativas de lechería para productores
- Publicaciones (libros, manuales, revistas)
- Diario del veterinario
- Banners/posters
- Material didáctico

El objetivo comunicacional de los impresos es informar.

Recursos de los impresos:

Los productos impresos tienen como objetivo informar contenidos de tecnología agropecuaria.

La estructura de los mismos es variada, en tamaños, formatos y colores.

Los formatos varían según la propuesta de diseño, el presupuesto disponible, el uso de cada pieza, o el manual de identidad institucional, que define colores y diseños para algunos tipos de publicaciones del INTA.

El lenguaje varía desde el específicamente técnico (folletos técnicos, publicaciones, diario del veterinario, posters) hacia un lenguaje más simple y coloquial en afiches y volantes de promoción de eventos.

Las hojas informativas sobre lechería para productores tienen un lenguaje técnico adaptado comunicacionalmente a los actores que hacen uso de las mismas; se imprimen en tamaño A4, doble faz y a 4 colores, en papel ilustración brillante.

En su diseño se utilizan textos escritos acompañados por fotos, esquemas y/o ilustraciones relacionadas a la temática del producto.

Las fotos se proponen como ejemplo visual de lo que el texto promueve como recomendaciones o prácticas. Cumplen la función de ilustrar lo que “se dice” por escrito. También se usan recursos como el color y la composición de los elementos, para identificar al producto como parte de una serie.

En el diario del veterinario se utilizan fundamentalmente gráficos en escala de grises que dan cuenta de los resultados de las investigaciones veterinarias que allí se publican. Se imprime en color negro sobre papel blanco, tamaño tabloide.

La cantidad de colores en que se realiza la impresión depende, en la mayoría de los casos, del presupuesto disponible para ese producto y -en otros- por el formato de la pieza. En el caso del diario del veterinario, se imprime a un solo color (negro), simulando un periódico, aunque el tipo de papel no sea el específico, sino que se utiliza papel obra blanco.

Tanto los folletos técnicos, los afiches de eventos, los volantes de promoción, las hojas informativas y algunas publicaciones como libros,

manuales y/o revistas se imprimen a todo color. En algunos casos, se imprimen a todo color las tapas, mientras que el cuerpo se hace en escala de grises.

Las temáticas que abordan los productos en papel abarcan: lechería, agronomía, apicultura, recursos naturales, comunicación, ganadería de carne, huerta orgánica, producciones hortícolas y frutales, entre otras.

El proceso de producción da cuenta de la comunicación operativa, ya que suele seguir el siguiente circuito: los investigadores y extensionistas redactan materiales, los comunicadores los editan según los actores a quienes se busca convocar, se hacen todas las correcciones pertinentes, se buscan o producen imágenes, gráficos o ilustraciones, se contrata un diseñador para darles formato, se imprimen y luego se distribuyen.

En algunos casos, el diseño de las piezas queda en mano de los comunicadores, fundamentalmente porque los presupuestos asignados al producto no contemplan la contratación de profesionales de diseño y/o porque los tiempos con que se producen las piezas son muy acotados.

Los banners o posters se imprimen en lona plástica o papel ilustración grueso y tienen como función mostrar el desarrollo de alguna tecnología agropecuaria, presentar resultados o avances de investigaciones o ensayos y/o dar a conocer líneas de trabajo o investigación en congresos o eventos masivos a los que asisten profesionales del INTA Rafaela.

Los banners o posters –en muchos casos- los diseñan los mismos profesionales con programas como Microsoft Power Point (no específico para diseño gráfico) y/o se diseñan en el área de comunicación o en las mismas empresas que realizan las impresiones.

Suelen contener gráficos, fotografías y/o esquemas y se imprimen a todo color.

El uso de las imágenes tiene como fin mostrar con la mayor exactitud posible de qué se trata la información escrita que contiene la pieza, y el formato es estructurado y estanco, manteniendo así la composición de los elementos.

El lenguaje de los posters es técnico y muestra los pasos del método científico (introducción, problema, materiales y métodos, resultados y conclusiones) para la presentación de resultados de investigación.

El material didáctico es un tipo de material impreso que depende de la propuesta comunicacional que se haga en los espacios de interacción con diversos públicos, y varía en su diseño, formato, soporte y usos.

En el año 2013 se diseñaron rompecabezas a todo color, impresos sobre syntra, que es un material con cierta rigidez, permitiendo armarlos y desarmarlos manteniendo su forma, por los niños que asistieron al stand institucional en la Exposición Rural de Rafaela.

Los materiales didácticos tienen la función de informar sobre tecnologías agropecuaria de forma lúdica, especialmente a niños que asisten a los espacios del INTA Rafaela.

En los productos impresos se destaca la linealidad con que se desarrollan. Ello se vislumbra en que se considera que los públicos -a partir de leerlos y/o utilizarlos- asistirán a algún evento, cambiarán sus prácticas y/o adoptarán las tecnologías que se proponen.

Además, manteniendo la lógica lineal y vertical de concebir a la teoría escindida de la práctica, y la superioridad del saber técnico por sobre el saber práctico, suelen mostrar recomendaciones técnicas, propuestas de tecnologías y/o ejemplos prescriptivos (“lo que se hace” versus “lo que se debería hacer” para cambiar, transformar, mejorar o potenciar alguna práctica agropecuaria).

Las fotografías se utilizan de modo descriptivo, reforzando los textos escritos, para que quede claro de qué se está hablando o el modo “correcto” de realizar determinada práctica agropecuaria.

En los materiales escritos hay verticalidad también en el lugar de la institución como enunciador autorizado para dar recetas que intenten modificar las prácticas agropecuarias existentes.

También hay verticalidad en el lugar que se otorga al público de los impresos, que es el del “necesitado” en recibir información técnica.

Las Marcas de racionalidad comunicacional de los impresos son:

- Linealidad
- Verticalidad
- Comunicación operativa

El tipo de encuentro sociocultural que producen es transferencista.

La adecuación del producto a los actores a los que busca involucrar es total.

3.3.1.2. Cartelería

Dentro de la cartelería, se encuentran los siguientes dispositivos:

- Carteles varios
- Cartelería institucional

El objetivo comunicacional de la cartelería es informar

Los recursos de este dispositivo son:

Los carteles varios se realizan a demanda y tienen como función principal identificar eventos (encuentros de escuelas agrotécnicas, jornadas, cursos, etc.)

El lenguaje es corto y conciso porque la mayoría de los carteles tienen como fin identificar alguna actividad.

Cada cartel se diseña, se imprime, se elabora y se coloca, utilizando materiales acordes al uso que se le va a dar.

Se imprimen a todo color.

El rol del comunicador en la cartelería institucional es de proponer, diseñar y/o corregir, trabajo que se hace en conjunto con el área de mantenimiento de la Experimental, contando con el aval -o por solicitud- de la Dirección.

La cartelería institucional tiene como fin identificar áreas o sitios de trabajo, señalar edificios o caminos de la Estación Experimental, ensayos a campo, unidades productivas (tambo, sistema de efluentes,

planta quesera, entre otros). El lenguaje es netamente informativo y su formato es institucional.

Por ser un producto institucional, se utiliza para su diseño el Manual de identidad del INTA, el cual define: tipografía, colores, jerarquía de los textos, entre otros elementos.

El enunciador es la institución y el uso del color está predefinido por el Manual de identidad visual del INTA.

Además de texto, en los carteles se incluyen logos de la institución, que respetan los lineamientos del manual de identidad en cuanto a colores, jerarquías, composición, tamaños y orden de lectura.

No se utilizan recursos de lenguaje en la cartelería.

Las formas y los tamaños dependen del espacio físico en que serán instalados.

En la cartelería se destaca la linealidad absoluta, debido a que se considera que el público comprenderá totalmente lo que dice el cartel.

La verticalidad se demuestra, principalmente, en que toda la cartelería institucional debe respetar en el Manual de identidad institucional, definido por las autoridades máximas de la institución.

La comunicación es operativa porque en la cartelería no se puede innovar, cambiar colores, logos y/o tipografías, por lo cual el rol del comunicador es el de ejecutar el producto.

Las Marcas de racionalidad comunicacional reconocidas son:

- Linealidad
- Verticalidad
- Comunicación operativa

El tipo de encuentro sociocultural que produce es transferencista.

La adecuación del producto a los actores a los que busca involucrar es parcial.

3.3.1.3: Audiovisuales

Dentro de los productos audiovisuales se encuentran los siguientes dispositivos:

- Micros de radio “3 minutos con el INTA”
- Micro de TV “5 minutos con el INTA”
- Videos técnicos
- Videos de promoción y/o invitación a jornadas, eventos, cursos
- Videos para eventos internos

El objetivo comunicacional de los audiovisuales es informar.

Recursos que utilizan:

En los productos audiovisuales se distinguen 2 tipos: los videos y los micros de radio.

La radio está estructurada en 3 minutos de duración durante los cuales un extensionista/comunicador del INTA Rafaela entrevista a un profesional, investigador, técnico, u otro actor, sobre un tema específico previamente acordado.

El contenido que abordan los micros de radio son: lechería, agronomía, apicultura, recursos naturales, eventos institucionales, ganadería de carne, huerta orgánica, producciones hortícolas y frutales, entre otros.

Los micros de radio se graban y se publican en la web del INTA Rafaela dos veces por semana (martes y jueves)

Antes de subirlos a la web se editan en formato .mp3; se les pone un título y se les agrega una breve explicación sobre su contenido.

El lenguaje que se utiliza es una mezcla entre técnico y coloquial, y el público al que van dirigidos los micros es diverso.

Los micros de radio se basan en la figura del técnico que emite un mensaje a los productores, sobre lo que “debería hacer” para resolver cuestiones de índole productiva agropecuaria.

El tipo de mensajes es, generalmente, de recomendaciones para el uso de tecnologías agropecuarias, aunque también se hacen recordatorios sobre prácticas, o invitaciones a eventos.

Con respecto a los videos, éstos tienen diferentes objetivos y se desarrollan para distintos usuarios.

Los micros de TV “5 minutos con el INTA” tienen como objetivo informar sobre nuevas tecnologías de producción y ofrecer recomendaciones técnicas sobre lechería bovina. Consisten en un técnico del INTA Rafaela o alguna de sus 7 AER's, explica, comenta o desarrolla un tema mirando directamente a la lente de una cámara de video.

El técnico del INTA se ubica en el lugar del que “sabe” qué hacer y habla a cámara (como si le hablara en la cara al productor) sobre qué es “lo que debe” o “le conviene” hacer en su tambo para mejorar su producción de leche.

El lenguaje que utiliza es técnico, y con recomendaciones sobre tecnologías de manejo y gestión de los establecimientos de producción de leche (tambos) Los micros están dirigidos principalmente a productores

agropecuarios. En la edición se intercala el audio del técnico con imágenes de video y fotos de alta resolución que ilustran los procesos y/o tecnologías de los que se trate cada micro.

Las imágenes que se insertan en estos videos son exclusivamente de apoyo. Las mismas buscan ilustrar con la mayor exactitud posible, sobre qué habla o qué está proponiendo hacer el técnico en su alocución. No se usan recursos metafóricos ni imágenes que no correspondan a la temática en cuestión.

Los videos técnicos tienen un formato muy similar al de los micros de TV (técnico que “sabe” mira a cámara hablándole al que “tiene que aprender”), aunque las temáticas que se abordan son variadas, y las imágenes de apoyo también.

En este tipo de videos se utilizan más recursos gráficos, como colores o tipografías, efectos visuales y, en algunas ocasiones, animaciones, dibujos u otro tipo de apoyos visuales.

Tanto en los micros como en los videos técnicos, se evitan mostrar ejemplos “negativos”, es decir “lo que no se debe hacer”, sino siempre ejemplos “positivos”, reforzando la idea de que la institución muestra “lo que hay que hacer” y “cómo hacerlo bien” desde la óptica de los técnicos que se especializan en los distintos temas.

Los videos de promoción y/o invitación a jornadas, eventos o cursos tienen un formato menos estructurado, aunque mantienen el formato del técnico que habla al “público” a los ojos.

La mayoría de estos videos tiene el siguiente formato: Un técnico que habla a la lente de la cámara, el plano de cámara es medio (de la cintura

hacia arriba), el enfoque es de recomendaciones o de justificación de por qué es importante asistir a determinado evento que organiza el INTA, no suelen editarse con imágenes ilustrativas, salvo el logo del INTA y/o el logo que identifique al evento en cuestión.

La duración es variable y la calidad de los mismos varía según la cámara con que se los filme (profesional, cámara de fotos o de celulares)

El objetivo de estos videos es la inmediatez con que se publican en la web, y funcionan como apoyo a la promoción de eventos institucionales.

Los videos para eventos internos se producen para presentar o evaluar eventos masivos y también para reuniones internas.

En algunos casos constan solamente de una serie de fotografías editadas con música de fondo y placas separadoras. Y, en otros casos, se incorporan otros elementos como fragmentos de video, audios originales, separadores móviles, aperturas animadas y créditos al final.

Cada video se produce de acuerdo al uso que se le dará y en algunos casos se los sube al canal de videos YouTube en forma privada, sólo para acceso de algunos usuarios.

A pesar de los distintos formatos audiovisuales, todos se basan en la emisión de mensajes y no ocurre interacción con los destinatarios.

Salvo excepciones, la mayoría mantiene la figura del técnico en el lugar del saber que se dirige a un público ubicado en el lugar del no-saber. Esto muestra la verticalidad con que se producen los videos.

Con estos dispositivos se considera que el público, a partir de escuchar/ver, asistirá a algún evento, cambiará sus prácticas y/o adoptará

las tecnologías que se proponen, lo que denota la linealidad de estos productos.

En los mismos, el rol de los profesionales de la comunicación es operativo (técnico-periodístico) y, en algunos casos (como los micros de radio) participan como entrevistadores o entrevistados.

Las Marcas de racionalidad comunicacional de los audiovisuales son:

- Linealidad
- Verticalidad
- Comunicación operativa

El tipo de encuentro sociocultural que producen es transferencista.

La adecuación del producto a los actores a los que busca involucrar es parcial.

3.3.1.4. Virtuales

En el grupo de productos virtuales se encuentran los siguientes dispositivos:

- Artículos técnicos para revistas del sector agropecuario
- Artículos institucionales para medios
- Notas internas
- Promoción de actividades y eventos
- Crónicas de eventos
- Noticias
- Página web del INTA Rafaela
- Compendio de trabajos e investigaciones

El objetivo comunicacional de los productos virtuales es informar.

Los recursos son:

Los artículos técnicos para revistas del sector agropecuario se proponen informar sobre tecnologías de producción agropecuaria y/o recomendaciones técnicas, surgidas a partir de investigaciones o ensayos realizados en el INTA Rafaela y sus 7 AER's.

La estructura de los artículos suele ser formal, con la inclusión de gráficos y fotos. Se titulan de modo atractivo para el futuro lector y suelen estar organizados en introducción y varios párrafos son subtítulos que den alguna pauta del contenido de los mismos. En general, los artículos los redactan los profesionales, técnicos y/o extensionistas y los envían directamente a los medios de comunicación que se los solicitan.

En otros casos, los autores envían sus artículos al área de comunicación donde se les da un formato periodístico y luego de las correcciones pertinentes con los autores, se envían a las revistas que los solicitaron, a listas de medios de comunicación y/o se publican en la página web institucional.

En algunos casos, antes de publicarlos, los profesionales envían sus artículos científicos a la Comisión de Publicaciones del INTA Rafaela, quienes corrigen lo relacionado al formato del método científico. No todos los artículos técnicos se reciben en el área de comunicación.

Los artículos institucionales para medios consisten en textos de diversa extensión, con el objetivo de informar sobre cambios en la institución que puedan incidir en el medio agropecuario. Se publican, por ejemplo, cuando cambian o surgen nuevas propuestas y enfoques de trabajo institucionales, o cuando hay cambios significativos en el INTA Rafaela o sus 7 AER's, cuando se firman convenios, se introduce nueva tecnología, cambian autoridades, entre otros.

Pueden ser redactados por el área de comunicación, extensionistas y/o investigadores y para su publicación es necesario el aval del Director de la Experimental.

Las noticias se proponen dar a conocer novedades apenas ocurren, o nuevas actividades del INTA Rafaela y sus AERs con la mayor anticipación posible. Las redactan extensionistas, técnicos y/o investigadores y las envían al área de comunicación, adjuntando una o dos fotos. Los comunicadores las editan, les dan un formato específico y las envían por correo electrónico a la lista de todos los empleados del INTA Rafaela y sus 7 AER's, a todos los medios de comunicación y las suben a la web institucional.

Las crónicas de eventos son noticias que buscan informar cronológica y detalladamente sobre actividades ocurridas en el INTA Rafaela o sus AERs.

Se redactan desde el área de comunicación y se envían (con fotos adjuntas) a listas de medios, profesionales e internas, y se suben a la web institucional.

Las notas internas son noticias breves con el objetivo de informar al personal del INTA Rafaela y sus 7 Agencias de Extensión sobre las actividades internas de la institución como reuniones, visitas, premios y reconocimientos. Las redactan extensionistas, técnicos y/o investigadores y las envían al área de comunicación, adjuntando una o dos fotos. Las comunicadoras las editan, les dan un formato específico y las envían por correo electrónico a la lista de todos los empleados del INTA Rafaela y sus 7 AER's.

El formato gráfico de las noticias, las crónicas y las notas internas es similar: se identifican por una banda de color celeste/azul institucional en la cabecera y al pie. Bajo la cabecera se coloca el título con una bajada, luego se inserta una foto a todo color y, debajo, se ubica el texto. En la banda superior, a la izquierda dice Estación Experimental Agropecuaria Rafaela y, a la derecha, lleva el logo del INTA. El uso del color se debe a que son productos institucionales, y se busca que se los identifique de esa manera.

La promoción de actividades y eventos consiste en informar sobre actividades de capacitación, jornadas, charlas y demás eventos futuros en el INTA Rafaela y sus 7 AERs.

Para ello se publican los programas en el apartado “eventos” de la web institucional, con programa detallado y una imagen alusiva, que generalmente es la misma que se utiliza como volante/afiche de promoción de la actividad.

También se envía esa imagen a las listas de medios de comunicación, profesionales, instituciones, productores y/u otras listas.

Las promociones de actividades se diseñan a todo color.

Se suelen utilizar diversos colores y tipografías, aunque a veces se usa una misma plantilla para la promoción de distintos eventos, manteniendo sólo la ubicación de los elementos gráficos y textos.

Siempre incluyen el logo del INTA, con la bajada de texto institucional que corresponda, según quién o quiénes organicen la actividad.

Cuando son actividades interinstitucionales, se incluyen logos y denominaciones de esas instituciones.

La página web del INTA Rafaela funciona como un reservorio de noticias, eventos, servicios y material técnico producido en el INTA Rafaela y sus 7 AERs.

Su estructura y formato es fijo, y no permite interactividad en tiempo real con los usuarios.

Tiene secciones de noticias (una principal y dos secundarias), eventos, clima, servicios, videos, audios, publicaciones, información técnica, buscador y el twitter embebido en la esquina inferior derecha, que se va actualizando a medida que hay nuevas publicaciones.

Permite la carga de fotografías y gráficos, pero no permite el uso de animaciones.

Es un producto del INTA Rafaela que depende del INTA Central tanto en su formato, como en el alojamiento del material que allí se carga.

Tiene como ventaja que el uso de palabras clave temáticas, ubicación geográfica y denominaciones de proyectos (que contextualizan el material subido), amplifica la distribución y llega a más usuarios.

También la carga de eventos es común a todo el INTA, por lo cual, a partir de cada carga se organiza una agenda de eventos nacional.

La carga de la web la realizan profesionales del área de comunicación y del área de sistemas informáticos.

La página web institucional tiene una lógica de emisión de información fundamentalmente basada en el impacto noticioso, y la información técnica que produce la institución ocupa un lugar de menor importancia.

En los productos virtuales se observa linealidad en que se basan en la emisión de mensajes a diversos públicos.

No ocurre interacción en tiempo real, y se basan en la lógica de la producción periodística.

La comunicación en estos productos consiste en la redacción periodística y la producción técnica audiovisual, más el envío de la información producida por correo electrónico, o mediante la carga en la página web institucional.

En el compendio se utiliza en su interior sólo textos de resúmenes de investigaciones sobre temáticas generales del INTA Rafaela, utilizándose color y fotos sólo en las tapas, a modo ilustrativo.

La verticalidad se observa en el rol de la institución como emisora de un saber considerado válido a diversos públicos que no lo poseerían. También en la noción de que el saber es una propiedad, que es posible transmitir/transferir a otros.

Las Marcas de racionalidad comunicacional reconocidas son:

- Linealidad
- Verticalidad
- Comunicación operativa

El tipo de encuentro sociocultural que produce es transferencista.

La adecuación del producto a los actores a los que busca involucrar es total.

3.4. Análisis de Marcas de racionalidad comunicacional de los dispositivos espacios del INTA Rafaela

3.4.1. Espacios

3.4.1.1. Jornadas y encuentros

3.4.1.1.1. Para productores y profesionales

En el grupo de jornadas y encuentros para productores y profesionales se encuentran los siguientes dispositivos:

- Jornada de cultivos de invierno
- Jornada de cultivos de verano
- Jornada para productores
- Jornada Regional sobre manejo de pastizales naturales
- Jornada ganadera INTA-IPCVA
- Jornada de lechería “Entre algarrobos y quebrachos”
- Jornada de forrajeras tropicales “Mas pastos, más producción”
- Jornada de actualización ganadera bovina

El objetivo comunicacional de estos espacios es informar.

Los recursos que se utilizan en las jornadas son:

Un técnico/profesional ubicado en un lugar físico generalmente más elevado que el de los asistentes. O, en caso de que no se ubique en un sitio más elevado (como una tarima de varios centímetros de altura) generalmente está parado, frente a una audiencia que permanece sentada como auditorio.

El profesional se ubica en una posición de poseedor de un saber sobre tecnología agropecuaria, y utiliza micrófono para dirigirse al público, al cual se lo ubica en la posición de un no-saber (o con necesidad de “adquirir un saber”), lo cual denota verticalidad.

Además, hay linealidad en la creencia de que el público, a partir de escuchar al técnico, cambiará sus prácticas y/o adoptará las tecnologías propuestas durante la jornada.

El público lo componen productores, profesionales, técnicos, estudiantes, entre otros.

Para relacionarse con el público, el orador utiliza un lenguaje técnico y presentaciones con imágenes y textos que se proyectan en una pantalla blanca cuadrada de 2,5 metros de lado, aproximadamente. Las exposiciones suelen durar entre 20 y 30 minutos y, durante las mismas, los expositores suelen hacer preguntas retóricas. En casos excepcionales se permiten interrupciones a la exposición, lo que también muestra la linealidad y verticalidad con que se realizan.

Las presentaciones, suelen dar cuenta de resultados de investigaciones, recomendaciones técnicas, propuestas de tecnologías y/o ejemplos de “lo que se hace” versus “lo que se debería hacer” para cambiar, transformar, mejorar o potenciar alguna práctica agropecuaria.

Los programas de las jornadas se organizan en bloques, con 2 o 3 charlas técnicas, un corte para café y continúan con charlas técnicas. Algunas culminan con un almuerzo. La mayoría se realiza por la mañana, de 9 a 13 horas aproximadamente.

Raramente se proponen espacios para preguntas, y, en los casos en que se hacen, éstos no duran más de 30 minutos. Las preguntas del público se hacen al final de las presentaciones, al final de los bloques o, directamente al final de toda la jornada. En muchos casos no se contempla en los programas espacio para preguntas del público y/o se prescinde de las mismas.

En las jornadas no se hace trabajo en grupo, talleres de reflexión ni de debate.

En algunos casos, además de la serie de charlas se incorporan recorridas por establecimientos, muestras estáticas y/o dinámicas a campo de tecnologías y/o maquinarias.

Al finalizar las jornadas es costumbre entregar a los participantes una evaluación que suele consistir en encuestas cerradas, con el fin de obtener datos básicos sobre los temas expuestos.

Algunas jornadas son gratuitas y otras son aranceladas. En estas últimas se suele entregar al público material impreso sobre los temas expuestos.

El material que se entrega son resultados de investigaciones sobre los temas que se muestran. Pueden ser fotocopias o un libro impreso en escala de grises, con tapa a color. En la mayoría de los casos, no intervienen comunicadores en su edición, aunque en ocasiones su participación se reduce a compilar el material en un sólo documento.

La comunicación en las jornadas es considerada como un proceso de emisión de mensajes y la mayoría de las veces la participación de profesionales de la comunicación se limita a reenviar mails con las

invitaciones, tomar fotos, redactar crónicas, invitar a periodistas, enviar a medios o subir información a la web institucional.

En la mayoría de las jornadas no se convoca a los profesionales de la comunicación a participar ni en la planificación ni en la evaluación de las mismas.

Las Marcas de racionalidad comunicacional reconocidas son:

- Linealidad
- Verticalidad
- Comunicación operativa

El tipo de encuentro sociocultural que producen estos espacios es transferencista.

La adecuación del espacio a los actores a los que busca involucrar es parcial.

3.4.1.1.2. Para escolares

En el grupo de jornadas y encuentros se encuentra el siguiente dispositivo:

-Jornadas escolares “desde el suelo pensemos en el medio ambiente”

El objetivo comunicacional de las jornadas es informar.

Los recursos que se utilizan son:

Las Jornadas tienen como objetivo favorecer el aprendizaje de algunos conceptos como suelo, conservación, recursos no renovables, medio ambiente, relación suelo-planta-animal-hombre, maquinaria agrícola y residuos que contaminan el suelo; por parte de alumnos y docentes de 4° y 5° grado de escuelas primarias de Rafaela y localidades vecinas.

Están organizadas por técnicos del INTA junto a la Municipalidad de Rafaela.

Estas jornadas escolares están estructuradas en estaciones, las cuales son:

La primera, una obra de teatro unipersonal sobre una gota de agua que intenta llegar al suelo, donde se mencionan los problemas que afectan a los recursos naturales mediante las acciones del hombre.

La segunda, consiste en una calicata (pozo en el suelo de más de 1,5 metros de profundidad por unos 10 metros de largo) donde se pueden ver los horizontes del mismo y la composición de cada uno. La calicata está

cubierta por una gran carpa de lona plástica donde los técnicos del INTA les hablan a los niños sobre el clima, el suelo, la relación entre el suelo y la producción lechera, los insectos que lo habitan y la contaminación.

La tercera estación es la de las labranzas, donde personal del INTA muestra cómo funciona una máquina sembradora tradicional y una de siembra directa, recomendando ésta porque “no lastima el pan de tierra”.

La cuarta estación suele ser la huerta, donde se muestra un video sobre la historia de una lombriz que sufre el daño que los seres humanos realizan al suelo; y que continúa con una recorrida por el suelo “desde abajo”. Con hortalizas e insectos de goma espuma gigantes, raíces que cuelgan, agua y cascotes de tierra se intenta mostrar a los niños cómo se ve el suelo desde adentro y por qué es importante cuidar a los insectos que viven en él, y el rol que éstos cumplen.

La última estación reúne a todos los niños y docentes con algún juego que varía todos los años y, durante la misma, se sirve leche chocolatada con alfajores.

Mediante un lenguaje imperativo se busca persuadir a los niños y a los docentes sobre la necesidad de cuidar los recursos naturales.

Los técnicos de INTA se ubican en el lugar del saber y de la crítica a “lo mal que se hacen las cosas” con el objetivo de inculcar “buenas prácticas” de manejo de los recursos naturales.

El lenguaje es didáctico en la primera estación (obra de teatro) pero es esencialmente técnico en el resto de la jornada.

Los contenidos se repiten año a año, salvo mínimas modificaciones.

En la primera estación se utiliza una proyección animada con sonido, y un actor que interactúa con los presentes.

En la segunda (calicata) los técnicos/profesionales se ubican de frente a los participantes, quienes permanecen sentados oyendo al técnico que se ubica dentro de la calicata o en la parte superior de la misma, siempre parado, y de frente a los niños. Al finalizar esta estación, los niños bajan y entran a la calicata donde pueden tocar “el suelo por dentro”.

En todas las estaciones, los profesionales se ubican en el lugar del saber, frente al no-saber de los niños y sus docentes, denotando verticalidad.

Salvo el momento final, donde todos toman chocolatada con alfajores, no se produce interacción de los grupos con la institución, ni de los grupos entre sí.

Como esta actividad se realiza conjuntamente con la Municipalidad de Rafaela, en algunas ocasiones, personal municipal o contratado realiza dramatizaciones en la carpa de la calicata sobre residuos, reciclado y/o reutilización. El mensaje hace referencia a las actividades que en la ciudad se llevan a cabo para el cuidado del ambiente (separación de residuos, retiro de residuos en días pautados, entre otros). En general, no interactúan con los niños presentes.

En la estación de las labranzas los niños escuchan al técnico parado frente a ellos, luego personal del INTA mueve las máquinas haciendo como si sembraran y, al final, los niños pueden acercarse a la tierra “sembrada” y tocar el suelo y las semillas diseminadas.

En la estación de la huerta, los niños ven un video que se proyecta en una de las paredes, sobre “Sole, la lombriz” la cual, en un tono melodramático

invita a los niños a conocer y cuidar su hábitat para que tanto ella como otros insectos puedan seguir viviendo.

Luego los técnicos del INTA acompañan a los niños a recorrer la cueva de la lombriz, remarcando en su discurso oral la necesidad de cuidar el suelo y a los insectos benéficos que viven en él.

Como se cree que por el hecho de asistir a estas jornadas, tanto niños como docentes cambiarán sus prácticas cotidianas y futuras en relación al cuidado de suelo y el ambiente, este espacio está organizado desde una postura lineal de transmisión de saberes y prácticas.

En estas jornadas, los profesionales de la comunicación tienen una participación operativa: hacen la difusión del evento por listas de mails, invitan a medios de comunicación, toman fotos, redactan crónica periodística, envían nota a los medios y publican en web la actividad.

La Marcas de racionalidad comunicacional reconocidas son:

- Linealidad
- Verticalidad
- Comunicación operativa

El tipo de encuentro sociocultural que produce es transferencista.

La adecuación del espacio a los actores a los que busca involucrar es parcial.

3.4.1.1.3. Para escuelas agrotécnicas

En el grupo de jornadas y encuentros, se encuentra el siguiente dispositivo:

-Encuentro de escuelas agrotécnicas

El objetivo comunicacional de este espacio es participar e interactuar.

Los recursos que se utilizan son:

Técnicos y autoridades del INTA junto a funcionarios del Ministerio de Educación de la Provincia de Santa Fe reciben a alumnos y docentes de escuelas agrotécnicas de la provincia de Santa Fe, y otras provincias vecinas, en el salón de eventos de la Estación Experimental Agropecuaria del INTA Rafaela.

Se ubican al frente del grupo, dan la bienvenida, presentan las actividades del encuentro y luego los participantes se dividen en dos grupos.

Cada grupo participa de un circuito y, una vez que lo termina, realiza el circuito siguiente. Los estudiantes hacen la recorrida en carros tirados por tractores.

En circuito de lechería, cada grupo recorre el área del Tambo Experimental, sus instalaciones, el playón de alimentación, el sistema de manejo de efluentes y el sitio donde se realiza la crianza artificial de terneros.

En cada uno de estos sitios los reciben técnicos del INTA que les explican en qué consiste el trabajo que realizan, qué se investiga y qué resultados se obtienen con cada actividad.

Los técnicos se ubican en el lugar del saber, mientras que los estudiantes escuchan sentados en los carritos que los trasladan.

Finalizado el recorrido, vuelven al inicio para hacer el circuito agrícola.

En el mismo, técnicos del INTA les muestran los cultivos de invierno, ensayos de fertilización con efluentes y comentan sus experiencias de trabajo en los bordes urbano-rurales sobre sustentabilidad ambiental.

Finalizados ambos recorridos, todos los participantes se reúnen en el salón de eventos (el mismo donde se encontraron al principio) y allí escuchan dos exposiciones. La primera, sobre las implicancias de la investigación y, la segunda sobre la extensión en el INTA.

La primera charla, a cargo de un investigador se realiza con micrófono en mano y de pie, caminando entre los asistentes que permanecen sentados en sillas.

La segunda, a cargo del director del INTA Rafaela, y sobre la misión de la institución, la extensión, los actores con los que se trabaja, y la articulación con las escuelas agrotécnicas. Esta charla se realiza de pie, en el frente, con los asistentes sentados.

Luego, alumnos de dos escuelas exponen diferentes formas que en sus localidades asume la articulación INTA-escuela.

El fin del encuentro es con un pic-nic a la canasta en el parque y después de almorzar representantes de cada escuela comparten sus impresiones del día, cantan y bailan folklore.

En el enfoque de “técnicos que saben” y alumnos/docentes que “no saben” se muestra la verticalidad del espacio.

Si bien es un espacio participativo, cuya segmentación se aprecia en la especificidad de los participantes (estudiantes de escuelas agrotécnicas), hay una linealidad que se plantea en la posibilidad de promover una “nueva ruralidad” a partir de la interacción con los técnicos de la institución.

La horizontalidad se percibe en la interacción de los grupos entre sí, fundamentalmente en el final del encuentro, donde se comparte el almuerzo y los participantes cuentan sus impresiones sobre la jornada, cantan y también bailan.

Los comunicadores participan en la planificación de la jornada, en el desarrollo de piezas comunicacionales, en la identificación, la promoción y la difusión del encuentro. También toman fotos, redactan crónicas, envían a medios y a nivel institucional la noticia, suben a la web la información y contactan a los medios que cubren la actividad.

En este espacio se promueve la interacción de sujetos desde la planificación, durante la jornada y al final de la misma; ya que participan de él extensionistas, investigadores, comunicadores, personal de apoyo y técnico, estudiantes y docentes.

Las Marcas de racionalidad comunicacional reconocidas son:

-Linealidad

- Segmentación
- Horizontalidad
- Interacción de sujetos

El tipo de encuentro sociocultural que produce es participativo.

La adecuación del espacio a los actores a los que busca involucrar es parcial.

3.4.1.2. Cursos y seminarios

3.4.1.2.1. Cursos varios

Dentro del grupo de cursos varios se encuentran los siguientes dispositivos:

- Cursos para transportistas de leche
- Curso de iniciación apícola

El objetivo comunicacional es informar.

Los recursos de los cursos varios son:

La estructura de estos dispositivos consiste en que uno o varios técnicos/profesionales del INTA, mediante la exposición oral, con el apoyo (o no) de presentaciones, explica modos de utilizar alguna tecnología agropecuaria desarrollada por la institución.

En este caso: muestreo de leche y/o producción de miel.

Los cursos consisten en una parte denominada “teórica” donde los expertos exponen los fundamentos de las tecnologías; y una parte denominada “práctica” donde los asistentes hacen lo que se les comentó en la parte teórica, como por ejemplo: extraer miel de una colmena o tomar una muestra de leche del tanque de frío de un tambo.

El lenguaje que se utiliza es fundamentalmente técnico, el contenido se basa en resultados de investigaciones institucionales propias, y materiales de otras unidades de INTA, del INTI, de otras instituciones y/o de empresas o cooperativas.

Los cursos se realizan en conjunto con instituciones como sociedades rurales, municipalidades y/o comunas, el INTI Lácteos, empresas lácteas y/o cooperativas de apicultores.

Los participantes varían entre 15 y 30, y los cursos tienen diferente duración, aunque la estructura sea similar en todos los casos.

La participación de profesionales de la comunicación es operativa, y se reduce a publicar el evento en la web o hacer difusión en los medios; desarrollar algún material de trabajo (en casos excepcionales) y publicar en medios y/o web notas periodísticas pos realización de los cursos.

La escisión entre teoría y práctica, el enfoque del saber como una posesión a transmitir, el lugar del técnico como dueño de ese saber, y la posición de la institución como voz autorizada son elementos que demuestran la linealidad y verticalidad presentes en este espacio.

Las Marcas de racionalidad comunicacional reconocidas son:

- Linealidad
- Verticalidad
- Comunicación operativa

El tipo de encuentro sociocultural que producen es transferencista.

La adecuación del espacio a los actores a los que busca involucrar es parcial.

3.4.1.2.2. Curso internacional de lechería para profesionales

El dispositivo que se encuentra dentro de este grupo es el Curso internacional de lechería para profesionales de América Latina.

Su objetivo comunicacional es informar.

Los recursos que utiliza son:

Es un curso de dos semanas de duración cuyas jornadas se extienden de 8 a 12 y de 14 a 18 hs. Los sábados se dan clases sólo por la mañana y los domingos son días libres.

Este curso se destaca de otros porque la temática principal son los avances en producción de leche eficiente y de calidad, y está dirigido a profesionales vinculados a la cadena láctea bovina de todos los países de América Latina.

Está organizado por el INTA Rafaela en conjunto con FEPALE (Federación Panamericana de la Leche) quien aporta a sus profesionales en el desarrollo de algunas temáticas.

Participan en promedio 30 profesionales y es una actividad con cupos limitados arancelada y con inscripción previa.

Es un curso arancelado cuyo costo incluye: matrícula, material bibliográfico y el utilizado por los profesores, alojamiento, desayuno en el hotel, café durante el desarrollo del curso, almuerzo de lunes a sábado, traslados desde el hotel al INTA y viceversa, viajes planificados durante el curso y seguro por accidentes.

Las temáticas que abarca son: producción primaria de leche, temas de mercado, alimentación, sanidad y nutrición del rodeo lechero, instalaciones, reproducción, genética, manejo de los rodeos, biotecnología, sistema de efluentes, cría y recría, entre otros.

La estructura del mismo consiste en clases teóricas y prácticas, donde la teoría se expone en modo de clases: los alumnos sentados mirando al docente, parado al frente, mientras éste habla desde el frente apoyándose en una presentación proyectada en una pantalla.

Y clases prácticas donde los participantes van a conocer y/o recorren lo que se les comentó en la parte teórica. Por ejemplo: características del Tambo Experimental, modos de control de mastitis, manejo de rodeos y alimentación de vacas y terneros, sistema de efluentes, entre otros.

El lenguaje que se utiliza es fundamentalmente técnico, el contenido se basa en resultados de investigaciones institucionales propias, y materiales de otras unidades de INTA que trabajan en producción lechera.

La escisión entre teoría y práctica, el enfoque del saber como un objeto que se puede poseer y transmitir, el lugar del técnico como dueño de ese saber, y la posición de la institución como voz autorizada son elementos que demuestran la linealidad y verticalidad presentes en este espacio.

Si bien la participación de profesionales de la comunicación es mayor que en otros espacios, (porque forman parte de la planificación del mismo desde el principio), ese lugar se da desde las cuestiones operativas. Por ejemplo, se encargan de reunir, unificar y poner a disposición los materiales de trabajo, participan en algunos aspectos de la identidad del curso, publican el evento en la web, hacen difusión en los medios; desarrollan las evaluaciones, publican en los medios y en la web notas

periodísticas, fotos y videos de los participantes y convocan a los medios a cubrir la apertura, el cierre y actividades especiales del grupo durante la actividad.

Las Marcas de racionalidad comunicacional reconocidas son:

- Linealidad
- Verticalidad
- Comunicación operativa

El tipo de encuentro sociocultural que produce es transferencista.

Las adecuación del espacio a los actores a los que busca involucrar es parcial.

3.4.1.2.3. Seminarios internos

Dentro de este grupo se encuentran los Seminarios internos del INTA Rafaela.

El objetivo comunicacional de los seminarios internos es informar.

Los recursos que se utilizan en los seminarios internos son:

Un técnico/profesional ubicado en un lugar físico enfrentado a los asistentes, parado, frente a una audiencia que permanece sentada como auditorio.

El profesional se ubica en una posición de poseedor de un saber sobre tecnología agropecuaria, y se dirige al público, al cual ubica en la posición de un no-saber (o con necesidad de “adquirir un saber”)

El público lo componen profesionales, técnicos, pasantes o becarios del INTA Rafaela.

Para relacionarse con el público, el orador utiliza un lenguaje técnico y presentaciones con imágenes y textos que se proyectan en una pantalla blanca cuadrada.

Las exposiciones suelen durar entre 20 y 30 minutos y, al finalizar, se hace un espacio para preguntas.

Los seminarios internos se hacen una vez por mes, los lunes, a las 14 hs.

Las disertaciones suelen dar cuenta de nuevas investigaciones en marcha, resultados y/o avances de esas u otras investigaciones,

experiencias de trabajo con nuevas tecnologías agropecuarias, presentación de proyectos, entre otras.

Casi no hay interacción, el técnico expone de pie, mientras los asistentes escuchan. Cuando termina de exponer, se retiran.

Los seminarios internos son una instancia meramente expositiva, y mantienen la lógica de otros espacios: linealidad en la transmisión de saberes y verticalidad en la ubicación del técnico especialista (el que sabe), con respecto al público que no posee ese saber.

Las Marcas de racionalidad comunicacional reconocidas son:

- Linealidad
- Verticalidad
- Comunicación operativa

El tipo de encuentro sociocultural que produce es transferencista.

La adecuación del espacio a los actores a los que busca involucrar es parcial.

3.4.1.3. Exposiciones

Dentro del grupo de las exposiciones se encuentra el siguiente dispositivo:

-Stand institucional en la Exposición Rural de Rafaela

El objetivo comunicacional de este dispositivo es participar e interactuar.

Los recursos son los siguientes:

La Exposición Rural de Rafaela es una muestra urbana sobre temas agropecuarios, que se realiza en el mes de agosto de cada año.

A la misma asisten familias, alumnos y docentes de escuelas, jardines de infantes, universidades y escuelas agrotécnicas; productores lecheros, ganaderos de carne, de cerdos, de aves y público en general.

Se hace en las instalaciones de la Sociedad Rural de Rafaela, de jueves a lunes inclusive.

El INTA Rafaela participa con stand institucional y con charlas técnicas o seminarios sobre temáticas coyunturales.

La planificación de la muestra arranca en mayo, con reuniones que incluyen a representantes de las instituciones locales. En esas reuniones participan el Director de la EEA junto a profesionales de la comunicación, en forma alternada.

La decisión del eje comunicacional del stand la toman el área de comunicación en conjunto con el Director.

En la planificación de las actividades a desarrollar en el stand (basadas en el eje comunicacional definido) participan extensionistas, investigadores, pasantes, becarios y otros técnicos de la Experimental.

El diseño gráfico final se terceriza, ya que se envía la propuesta a diseñadores gráficos, quienes se encargan de plasmarla en diversos soportes.

Se utilizan materiales gráficos impresos y audiovisuales en concordancia con el eje comunicacional abordado.

El lenguaje y los contenidos parten de materiales técnicos comunicacionalmente adaptados al público de la misma (la mayoría son familias con niños). Por ejemplo, en el año 2013, el eje de comunicación fue la construcción colectiva, y fue la primera vez que el INTA compartió stand con otra institución (el INTI). Por lo tanto, las propuestas interactivas se basaron en construir con otros. Para ello se utilizaron bloques de juguete, herramientas, rompecabezas y masa para modelar.

Los materiales que se utilizaron en dicha exposición son cartelera en lona con tres infografías de procesos del INTA y del INTI que apuntan a la sustentabilidad ambiental, competitividad y equidad social, folletos impresos en papel ilustración, ploteado de paredes, televisor de 32 pulgadas con proyección de videos del INTA, bloques grandes de madera a modo de mesa, plastilina, materiales para ilustrar infografías, alfombra, entre otros.

Durante la Expo Rural, además del stand, profesionales del INTA, en conjunto con otras instituciones, dan una charla técnica sobre algún tema de coyuntura, generalmente el día viernes por la tarde.

El formato de las charlas técnicas consiste en uno o varios técnicos que exponen resultados de investigaciones de pie, a un público que permanece sentado, en auditorio. El recurso que más utilizan es la proyección de presentaciones en pantalla.

Si los temas que se presentan interpelan al público, éstos suelen hacer preguntas y consultas a los expositores.

Los profesionales de la comunicación participan en el proceso de planificación, instalación, armado, desarrollo de actividades, atención del stand, cobertura periodística y fotográfica de la exposición.

Durante la muestra, se promueve la participación del público mediante actividades y/o juegos interactivos.

Durante la muestra, la atención del stand y la coordinación de actividades con los niños y familias que se acercan a participar, queda a cargo de profesionales de la comunicación, extensionistas, investigadores, becarios, técnicos, entre otros.

En el año 2013, en la atención del stand participaron en conjunto personal del INTA y del INTI.

En este espacio se observa segmentación porque los participantes se dividen en alumnos de jardín de infantes; alumnos de escuelas primarias; familias, productores y público en general; y cada segmento del público participa de la misma en días y horarios diferentes.

También hay segmentación en la propuesta del INTA Rafaela, porque se desarrollan elementos de comunicación para los distintos públicos que participan en la muestra.

La linealidad se aprecia en las charlas técnicas que la institución ofrecen en otros espacios de la exposición, en las cuales también se observa segmentación, porque están dirigidas a públicos específicos que, muchas veces, sólo participan de las charlas y no del stand.

La horizontalidad ocurre desde el inicio en que se planifica el stand de la exposición, con la interacción de sujetos de diversas áreas (comunicación, extensión, dirección, investigación del INTA y del INTI); durante las reuniones con directivos de otras instituciones (Sociedad Rural, INTI, Universidades) y específicamente en la atención del stand, durante los días que dura la muestra.

Las Marcas de racionalidad comunicacional reconocidas son:

- Linealidad
- Segmentación
- Horizontalidad
- Interacción de sujetos

El tipo de encuentro sociocultural que produce es participativo.

La adecuación del espacio a los actores a los que busca involucrar es parcial.

3.4.1.4. Visitas

Dentro del grupo visitas, se encuentran los dispositivos:

- Visitas guiadas
- Visitas a la Unidad de Producción de leche “Campo Roca”

El objetivo comunicacional de las visitas es informar.

Los recursos que se utilizan son:

Las visitas guiadas se pautan por correo electrónico con al menos un mes de anticipación. Los interesados envían un correo electrónico al área de comunicación con copia al Director del INTA Rafaela, quien autoriza o no su recepción.

Cuando están autorizadas, las comunicadoras conversan con los técnicos que pueden recibir a los grupos y organizan un cronograma de visita, adaptado a las demandas recibidas. Se reciben contingentes de productores, profesionales y estudiantes de escuelas técnicas y/o carreras universitarias agropecuarias o afines. Se reciben contingentes locales, regionales, nacionales e internacionales.

En el caso de las escuelas primarias y/o secundarias, las visitas se reciben los primeros y/o segundos lunes de cada mes.

Una vez confirmados los técnicos y/o profesionales involucrados, se les envía a los contingentes los horarios de inicio, los de cada chara, y el de finalización. También se pauta con los visitantes si éstos desayunarán y/o almorzarán en las instalaciones del INTA. En ese caso, la secretaria de

Dirección se encarga de contratar el servicio y la Asociación Cooperadora realiza las gestiones administrativas pertinentes.

En el caso de las visitas internacionales la Secretaría de Dirección debe solicitar autorización a INTA Central mediante la vía del Centro Regional.

La estructura general de las visitas se conforma de: bienvenida institucional, presentación del INTA, su historia y su modo de trabajo, una o dos charlas a cargo de profesionales sobre las líneas de investigación y de extensión de la Unidad, traslado hacia el Tambo Experimental para conocer su tecnología (o a Campo Roca, según demanda), alguna otra charla o visita a sitio puntual (Sistema de efluentes, área de agronomía, crianza de terneros, etc.) y finalización de la visita.

Las visitas guiadas para alumnos de primarias o secundarias tiene una estructura similar a la descripta, sólo que en lugar de charlas técnicas a cargo de profesionales, una comunicadora se encarga de guiar a los grupos.

El eje comunicacional para las escuelas primarias es el suelo y, para las secundarias, es la sustentabilidad ambiental.

La comunicadora, con el apoyo de una presentación que incluye gráficos, mapas y fotos, y se proyecta en una pantalla, muestra las características principales de la institución y qué es un tambo, luego describe el mapa de suelos de la provincia de Santa Fe, como información previa a la visita a la calicata (pozo en el suelo donde se ven los horizontes que lo conforman).

A continuación, se traslada con el grupo hacia el Tambo Experimental, donde (con el apoyo de algún profesional del área) explican qué es, qué

se hace allí y cómo funciona. Luego recorren la guachera (sitio de cría de terneros) y, en el viaje de vuelta, les comenta sobre otras actividades que se realizan en el INTA Rafaela, además de la lechería.

A cada docente que acompañe grupos se les entrega una evaluación de la visita, se les toma una foto grupal, y luego se les envía por correo electrónico.

Las visitas a Campo Roca (tambo modelo que el INTA posee en la localidad de Presidente Roca, distante a 10 km de la ciudad de Rafaela) suelen formar parte de la recorrida de las visitas guiadas, cuando los grupos son de adultos.

Allí, un profesional encargado del campo, junto al tambero, hacen una presentación expositiva a salón sobre las características fundamentales del tambo, y luego, según demandas de los visitantes, recorren distintos sitios del establecimiento, como la sala de ordeño, los potreros de alfalfa, el sistema de efluentes, la crianza de terneros, u otros.

De cada visita se realiza una nota periodística que se envía internamente por correo electrónico.

En caso de visitas internacionales, se sube la noticia a la página web institucional.

Además, se tabulan las respuestas a las evaluaciones de los docentes.

Las visitas son, básicamente, una exposición resumida sobre “lo que se hace en el INTA Rafaela”.

No ocurre interacción de sujetos entre sí, ni con la institución, salvo con la persona que los guía y/o acompaña, y los técnicos que presentan algunos sitios durante la recorrida.

En las visitas se observa linealidad y verticalidad a partir de mostrar a los visitantes la institución usando un discurso pre-armado, presentando líneas de trabajo o resultados de prácticas, sin interacción ni discusión, de modo expositivo e idealizado.

Las Marcas de racionalidad comunicacional presentes son:

- Linealidad
- Verticalidad
- Comunicación operativa

El tipo de encuentro sociocultural que se produce es transferencista.

La adecuación del espacio a los actores a los que busca involucrar es total.

3.4.1.5. Prensa institucional

En este grupo se encuentra el dispositivo prensa institucional.

El objetivo comunicacional del mismo es informar.

Los recursos de este espacio son:

La prensa institucional consiste en convocar vía teléfono, correo electrónico o mensaje de texto a los periodistas de los medios locales, regionales y/o nacionales a cubrir actividades institucionales y/o de comunicación de tecnología agropecuaria.

El lenguaje suele ser técnico, dependiendo del evento.

También, comunicadores (y otros colaboradores) toman fotos durante las actividades y las envían a los medios gráficos para que sean publicadas.

En otros casos, los periodistas solicitan a las comunicadoras materiales gráficos, audiovisuales y/o notas periodísticas.

El modo de comunicación con los medios es a través del correo electrónico o el teléfono. Se centra en la emisión de mensajes (textos y fotos).

No hay interacción con los periodistas que asisten a cubrir eventos.

La linealidad se advierte en que la prensa institucional es un simple intercambio de mensajes informativos.

También hay verticalidad en el hecho de que el INTA es la voz autorizada sobre el saber técnico en tecnología agropecuaria.

El rol del profesional de la comunicación en este espacio es operativo, porque actúa como nexo entre los medios y los técnicos que detentan los saberes agropecuarios.

Las Marcas de racionalidad comunicacional presentes son:

- Linealidad
- Verticalidad
- Comunicación operativa

El tipo de encuentro sociocultural que produce es transferencista.

La adecuación del espacio a los actores a los que busca involucrar es total.

3.5. Conclusiones del capítulo 3

En este apartado se presentan los resultados del análisis comunicacional realizado.

A continuación se incluyen, por un lado, tablas con los datos cualitativos y, por el otro, gráficos con los resultados cuantitativos

3.5.1. Conclusiones sobre los dispositivos productos

Tabla 9. Resumen del análisis comunicacional de los productos

TIPO	Objetivos comunicacionales	Marcas de racionalidad	Tipo de encuentro sociocultural que produce	Adecuación del producto a los actores a los que busca involucrar
Impresos	Informar	-Linealidad -Verticalidad -Comunicación operativa	Transferencista	Total
Cartelería	Informar	-Linealidad -Verticalidad -Comunicación operativa	Transferencista	Parcial
Audiovisuales	Informar	-Linealidad -Verticalidad -Comunicación operativa	Transferencista	Parcial
Virtuales	Informar	-Linealidad -Verticalidad -Comunicación operativa	Transferencista	Total

Dimensiones de la comunicación

A partir del cuadro ut supra, se destaca que en los productos de comunicación analizados predomina la dimensión informativa.

Marcas de racionalidad

A partir del predominio total (100%) de la dimensión informativa en los **productos** analizados, las Marcas de racionalidad que le corresponden son: linealidad, verticalidad y comunicación operativa.

Se reconoce **linealidad** porque, salvo algunas excepciones, en los productos se considera que el público, a partir de leerlos/verlos/escucharlos, asistirá a algún evento, cambiará sus prácticas y/o adoptará las tecnologías que se proponen.

A partir de concebir a la teoría escindida de la práctica, y la superioridad del saber técnico por sobre el práctico, en los productos (en soporte papel y audiovisual) suele haber recomendaciones técnicas, propuestas de tecnologías y/o ejemplos de “lo que se hace” versus “lo que se debería hacer” para cambiar, transformar, mejorar o potenciar alguna práctica agropecuaria.

Todos los productos se basan en la emisión de mensajes.

Es de destacar que a la página web institucional se la ubicó entre los productos, debido a que la misma no produce ni promueve interacción en tiempo real con los usuarios, y se basa en la lógica de la producción periodística.

Se reconoce **verticalidad** porque la mayoría de los productos mantiene la figura del técnico en el lugar del saber que se dirige a un público ubicado en el lugar del no-saber.

Se reconoce **comunicación operativa** porque el rol de los profesionales de la comunicación en los productos consiste en la redacción periodística y la producción técnica audiovisual, el envío de la información producida por correo electrónico, o mediante la carga en la página web institucional y, en algunos casos (como los micros de radio) participan como entrevistadores o entrevistados de otros técnicos o profesionales.

Además, se reconoce comunicación operativa porque, salvo en algunas excepciones puntuales, los profesionales de la comunicación no participan en la gestión inicial de los productos (planificación, propuesta de formato, objetivo, público, etc.) sino que se los incluye cuando ya fueron escritos los textos o decididos los formatos, públicos, distribución, etc., para que resuelvan la parte operativa de la impresión.

Tipos de encuentros socioculturales

Continuando con el análisis, todos los productos analizados (100%) producen encuentros socioculturales del tipo transferencista.

El tipo de encuentro transferencista (o basado en la transferencia) es el que considera que el saber (y/o el conocimiento) es un objeto que puede ser transferido o transmitido de una persona a otra, mediante la escucha de un discurso o la lectura de un texto escrito.

Además, el encuentro transferencista se basa en el pensamiento lineal de que los saberes técnicos leídos, escuchados o vistos por los sujetos, tendrán como consecuencia directa la modificación de pensamientos, actitudes o prácticas.

Adecuación a los actores a los que busca involucrar

Con respecto a este punto, se afirma que la mitad de los productos analizados se adecúa de manera total y la otra mitad sólo parcialmente, a los actores que busca involucrar cada dispositivo.



Gráfico 11. Adecuación de los productos a los actores que busca involucrar

3.5.2. Conclusiones sobre los dispositivos espacios

Tabla 10. Resumen del análisis comunicacional de los espacios

TIPO	Subtipo	Objetivos comunicacionales	Marcas de racionalidad	Tipo de encuentro sociocultural que produce	Adecuación del espacio a los actores
Jornadas y encuentros	Para productores y profesionales	Informar	-Linealidad -Verticalidad -Comunicación operativa	Transferencista	Parcial
Jornadas y encuentros	Para escolares	Informar	-Linealidad -Verticalidad -Comunicación operativa	Transferencista	Parcial
Jornadas y encuentros	Para escuelas agrotécnicas	Participar/interactuar	-Linealidad -Segmentación -Horizontalidad -Interacción de sujetos	Participativo	Parcial
Cursos y seminarios	Cursos varios	Informar	-Linealidad -Verticalidad -Comunicación operativa	Transferencista	Parcial
Cursos y seminarios	Curso internacional de lechería para profesionales	Informar	-Linealidad -Verticalidad -Comunicación operativa	Transferencista	Parcial
Cursos y seminarios	Seminarios internos	Informar	-Linealidad -Verticalidad -Comunicación operativa	Transferencista	Parcial
Exposiciones	Stand institucional en la Exposición Rural de Rafaela	Participar/interactuar	-Linealidad -Segmentación -Horizontalidad -Interacción de sujetos	Participativo	Parcial
Visitas		Informar	-Linealidad -Verticalidad -Comunicación operativa	Transferencista	Total
Prensa institucional		Informar	-Linealidad -Verticalidad -Comunicación operativa	Transferencista	Total

Objetivos comunicacionales de los espacios

Los objetivos comunicacionales son los procesos que se buscan promover con los dispositivos.

Los objetivos comunicacionales de los espacios analizados son, en su mayoría, informar (78%),

El 22% restante tiene como objetivo comunicacional la participación e interacción de los sujetos.

Marcas de racionalidad

En la mayoría de los espacios predominan las Marcas de racionalidad comunicacional linealidad, verticalidad y comunicación operativa.

Estas Marcas de racionalidad se corresponden con la **dimensión informativa** de la comunicación.

Se reconoce **linealidad**, en el proceso de transmisión lineal de la información, a partir de un profesional que expone algún tema, con la finalidad predeterminada de que el público adopte las tecnologías expuestas, y/o cambie el modo de hacer sus prácticas.

También se reconoce **linealidad** en el formato de las evaluaciones (encuestas cerradas) y en las presentaciones (de carácter expositivo) que hacen los técnicos, particularmente en los cursos, las jornadas, los seminarios internos y las visitas guiadas.

Además se reconoce linealidad en la escisión entre teoría y práctica y en la creencia de que con la exposición a la teoría, es posible modificar la práctica.

En la mayoría de los espacios no se considera al saber práctico como un saber válido en la comunicación de tecnología agropecuaria.

La **verticalidad** se reconoce en el lugar físico (técnico parado en tarima, productores sentados, más abajo, en auditorio) e ideológico del saber (ingeniero que sabe-productor que no sabe) y el poder que daría ser dueño de ese saber. El saber del “técnico del INTA” por sobre el no-saber (o necesidad de “adquirir” un saber) de los públicos, ya sean éstos productores, profesionales y/o estudiantes.

También se reconoce **comunicación operativa** porque, en la mayoría de los casos, se considera a la comunicación únicamente como un proceso de emisión de mensajes.

Si bien los profesionales de la comunicación participan en la organización⁵¹ de la mayoría de los espacios, su aporte se limita, por ejemplo, a hacer la difusión del evento por listas de correo electrónico, invitar a medios de comunicación, tomar fotos, redactar crónica periodística, enviar nota a los medios y publicar en web la actividad.

Generalmente, no se convoca a los comunicadores a participar ni en la planificación ni en la evaluación de los diferentes espacios.

Los materiales impresos que se entregan, por ejemplo, a los asistentes a las jornadas, son resultados de investigaciones sobre los temas que se muestran. Ya sean libros completos o fotocopias, en la mayoría de los

⁵¹ Al respecto, ver el apartado 2.4.3.

casos, no intervienen comunicadores en su edición, y en algunas ocasiones su participación se reduce a compilar el material en un sólo documento.

En el resto de los espacios analizados (encuentro para escuelas agrotécnicas y exposiciones) las marcas de racionalidad que se reconocen son: linealidad, segmentación, horizontalidad e interacción de sujetos.

Estas marcas se corresponden con la **dimensión interaccional**.

Por ejemplo, en los encuentros se reconoce **linealidad** en el modo de comunicación de los mensajes (un técnico que expone un tema dirigiéndose al auditorio, utilizando una presentación, con el objetivo de que el público modifique sus prácticas o pensamiento a partir de oírlo)

También durante los encuentros se reconoce **segmentación**, ya que los circuitos (y los técnicos a cargo) se dividen en lecheros y agrónomos, los expositores en investigadores o extensionistas; y los participantes en docentes y alumnos.

La **segmentación** también se observa en las exposiciones, donde los participantes se dividen en alumnos de jardín de infantes; alumnos de escuelas primarias; familias, productores y público en general.

También se reconoce **horizontalidad** en los encuentros, ya que finalizan con un pic-nic a la canasta en el parque y después de almorzar representantes de cada escuela agrotécnica comparten sus impresiones del día, cantan y bailan folklore.

La participación e interacción de los sujetos se observa tanto en los encuentros como en las exposiciones.

Especialmente en las exposiciones, la interacción ocurre entre sujetos de distintas áreas y puestos de trabajo, lo que no ocurre en el quehacer cotidiano institucional.

A continuación, se presenta un gráfico donde se representan las dimensiones comunicacionales predominantes en los espacios:

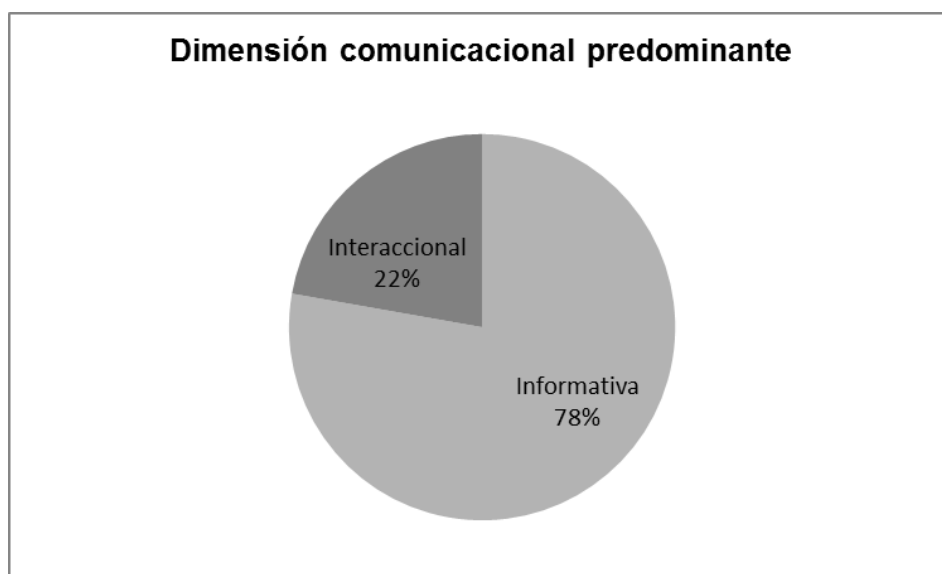


Gráfico 12. Dimensión comunicacional predominante en los espacios

Como “cada una de las **dimensiones de la comunicación** se corresponde con ciertas Marcas de racionalidad comunicacional” (MASSONI, 2013: 66), el mismo gráfico se puede leer del siguiente modo:

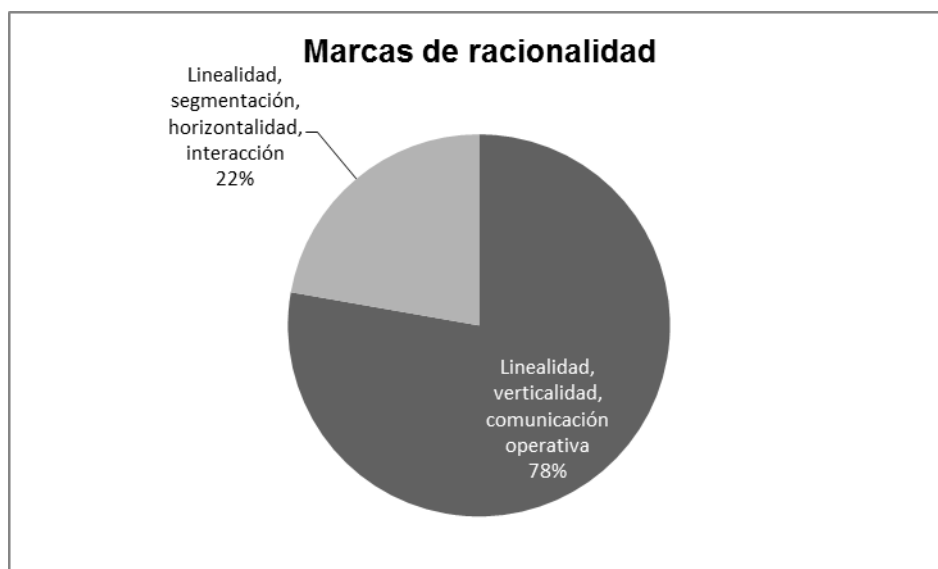


Gráfico 13. Marcas de racionalidad de los espacios

Tipos de encuentro sociocultural

Continuando con el análisis de los espacios del INTA Rafaela como dispositivos comunicacionales, se distinguen 2 tipos de encuentros que éstos producen: transferencistas y participativos.

En la mayoría de los espacios se producen encuentros transferencistas (78%), y en el resto (22%) se producen encuentros participativos.

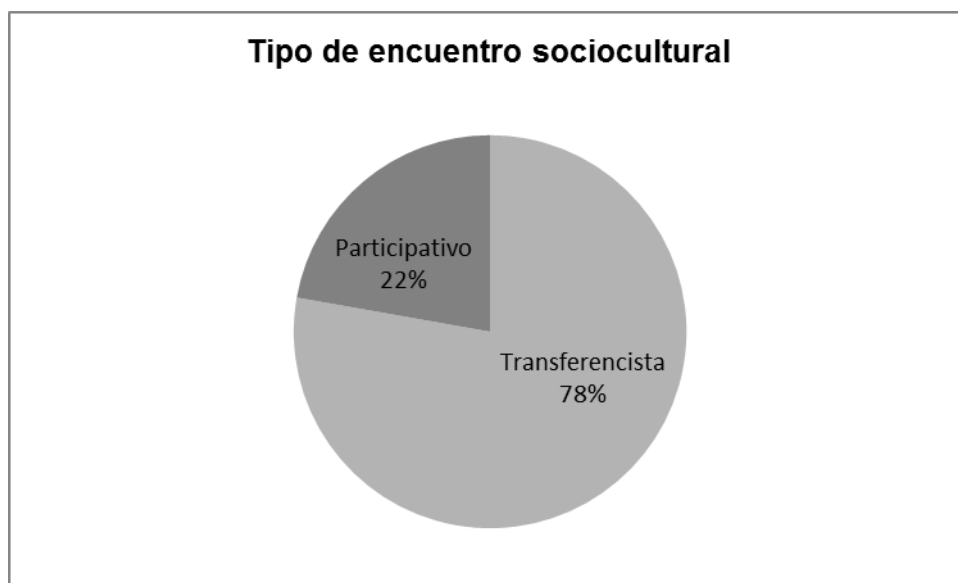


Gráfico 14. Tipos de encuentros socioculturales que promueven los espacios

Según se aprecia en el gráfico, la mayoría de los dispositivos (78%) producen encuentros del tipo transferencista, es decir, que promueven la “transmisión de información”.

El 22% restante son espacios que producen encuentros socioculturales participativos.

Adecuación a los actores a los que busca involucrar

Se analizó la adecuación de los dispositivos a los actores a los que busca involucrar.

Las opciones que se propusieron al inicio del capítulo fueron: total, parcial o nula.

De los dispositivos analizados, 7 se adecúan sólo parcialmente a los actores, lo que representa un 78%, y 2 se adecúan en forma total, representando un 22%.

No hay ningún dispositivo que no se adecúe a los actores que busca involucrar.

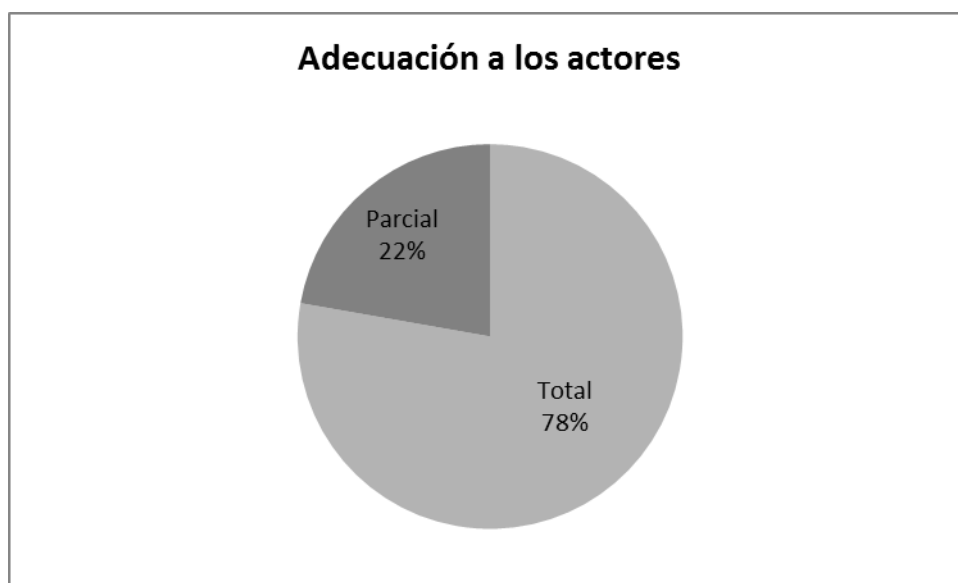


Gráfico 15. Adecuación de los espacios a los actores que busca involucrar

3.6. Conclusiones sobre el total de dispositivos del INTA Rafaela

A partir del análisis comunicacional, se realizó la siguiente tabla, donde se resume la información de todos los dispositivos del INTA Rafaela.

Tabla 11. Resumen del análisis comunicacional de todos los dispositivos

Dispositivos	Objetivos comunicacionales	Marcas de racionalidad	Tipo de encuentro sociocultural	Adecuación a los actores
Impresos	Informar	-Linealidad -Verticalidad -Comunicación operativa	Transferencista	Total
Cartelería	Informar	-Linealidad -Verticalidad -Comunicación operativa	Transferencista	Parcial
Audiovisuales	Informar	-Linealidad -Verticalidad -Comunicación operativa	Transferencista	Parcial
Virtuales	Informar	-Linealidad -Verticalidad -Comunicación operativa	Transferencista	Total
Jornadas y encuentros	Informar	-Linealidad -Verticalidad -Comunicación operativa	Transferencista	Parcial
Jornadas y encuentros	Informar	-Linealidad -Verticalidad -Comunicación operativa	Transferencista	Parcial
Jornadas y encuentros	Participar/interactuar	-Linealidad -Segmentación -Horizontalidad -Interacción de sujetos	Participativo	Parcial

Cursos y seminarios	Informar	-Linealidad -Verticalidad -Comunicación operativa	Transferencista	Parcial
Cursos y seminarios	Informar	-Linealidad -Verticalidad -Comunicación operativa	Transferencista	Parcial
Cursos y seminarios	Informar	-Linealidad -Verticalidad -Comunicación operativa	Transferencista	Parcial
Exposiciones	Participar/interactuar	-Linealidad -Segmentación -Horizontalidad -Interacción de sujetos	Participativo	Parcial
Visitas	Informar	-Linealidad -Verticalidad -Comunicación operativa	Transferencista	Total
Prensa institucional	informar	-Linealidad -Verticalidad -Comunicación operativa	Transferencista	Total

De la tabla surge que el objetivo comunicacional del 85% de los dispositivos es informar, mientras que el 15% tiene como objetivo la participación e interacción de los sujetos.

También se destaca que en la mayoría predominan las Marcas de racionalidad comunicacional linealidad, verticalidad y comunicación operativa.

Con respecto al tipo de encuentro sociocultural que producen, el mismo porcentaje mayoritario (85%) promueve encuentros del tipo transferencistas.

En el único ítem que difieren los resultados es en el de adecuación de los dispositivos a los actores a los que busca involucrar.

Los resultados de este último elemento analizado son que el 69,2% se adecúa parcialmente a los actores, mientras que el resto (30,8%) se adecúan en forma total.

A partir de los resultados expuestos, se puede afirmar que, debido a la correlación que plantea Massoni entre las dimensiones de la comunicación y las Marcas de racionalidad comunicacional presentes en los dispositivos, en las acciones de comunicación de tecnología agropecuaria del INTA Rafaela durante el período 2012-2013, predomina la **dimensión informativa**.

Para finalizar este capítulo, se retoman las palabras de Sandra Massoni, quien afirma que:

*Las **distintas dimensiones** de la comunicación adquieren más o menos relevancia dependiendo de la situación. No existe una dimensión “peor o mejor” sino que su uso y análisis dependen del **objetivo de conocimiento que aborde la estrategia de comunicación** (Massoni, 2003, 2007)*

Por lo tanto, en el próximo capítulo, se propone una estrategia de comunicación para el INTA Rafaela, como dispositivo para interpelar la situación hasta aquí analizada.

Su objetivo es transformar el predominio de la dimensión informativa, incorporando otros recursos de otras dimensiones de la comunicación.

Capítulo 4: la estrategia

4.1. Introducción

El único cambio posible es el que surge desde adentro, el que enactúa (MASSONI, 2007: 122, citando a VARELA, 1996), la participación [de los ciudadanos] se da sólo en torno a cuestiones reconocidas por ellos como problemáticas. Allí está la clave de su participación.

Con esta cita, se pone el énfasis en que para poder transformar una situación, como el predominio de la dimensión informativa en los dispositivos comunicacionales del INTA Rafaela, el modo más adecuado para hacerlo es “desde adentro”.

Por ese motivo, en este capítulo se desarrolla una estrategia de comunicación que busca transformar el problema comunicacional del INTA Rafaela.

A continuación, se detalla el modo en que se realizó dicha estrategia, y los conceptos en que se basan cada uno de los pasos que constituyen la misma.

4.2. Hacia la estrategia de comunicación del INTA Rafaela

El martes 8 de abril de 2014, se realizó en las instalaciones del Centro de Capacitación del INTA Rafaela, el primer encuentro para diseñar la **estrategia comunicacional de la institución.**

Del encuentro participaron 20 profesionales, entre ellos: El Director del INTA Rafaela; el Coordinador del PRET 1⁵²; la Coordinadora del PRET 2; el Coordinador del PRET 3; los Jefes de Áreas de la EEA, Referentes temáticos de PRETs, Referente de Pro Huerta, Jefes de Agencias de Extensión Rural, investigadores y extensionistas de la EEA y sus AER's.

La coordinación de la actividad estuvo a cargo de las profesionales de la comunicación Mgter. Mariana Mascotti y Lic. Lucrecia Pacilio⁵³; y participaron como invitados especiales el Director y la comunicadora del INTA Reconquista.

Durante el encuentro se diseñó la estrategia de comunicación del INTA Rafaela, iniciando con la definición de la Versión Técnica Comunicacional⁵⁴ (VTC).

La misma se construyó con el grupo de trabajo interdisciplinario mencionado más arriba, compuesto por Ingenieros Agrónomos, Veterinarios, Licenciados en Trabajo Social, Licenciados en Comunicación Social, Ingenieros Zootecnistas y Licenciados en Ciencias Biológicas.

⁵² En el Capítulo 1 se explica qué son los PRETs (Proyectos Regionales con Enfoque Territorial) y cuáles funcionan en el INTA Rafaela.

⁵³ Las profesionales de la comunicación que coordinan la estrategia de comunicación son las responsables de comunicación del INTA Rafaela.

⁵⁴ El concepto de VTC se desarrolla en el próximo apartado (4.3.)

4.3. Versión técnica comunicacional (VTC) del INTA Rafaela

La Versión técnica comunicacional es:

El documento construido por el equipo interdisciplinario participante del proyecto o área⁵⁵ en el cual se implementa la estrategia de comunicación; corresponde a la versión técnico-científica de la problemática [...]

La VTC pretende establecer la dirección de la transformación buscada a partir del análisis y planificación concertada, que permita reconocer cuáles son los obstáculos que están dificultando las transformaciones que el proyecto se propone lograr [...] (MASSONI, 2013:29)

En la definición de la Versión técnica comunicacional del INTA Rafaela, se siguieron los siguientes pasos:

- 4.3.1. Construcción de una definición concertada del **problema** del INTA Rafaela.
- 4.3.2. Despliegue de **aspectos** del problema para cada **componente**
- 4.3.3. Reconocimiento de **actores** vinculados con cada componente.
- 4.3.4. Propuesta de **acciones de comunicación** para trabajar con los actores reconocidos.

⁵⁵ En este caso, el área es el INTA Rafaela compuesta por la Estación Experimental Agropecuaria y sus 7 Agencias de Extensión Rural (información desarrollada en el Capítulo 1)

4.3.1. Construcción de una definición concertada del problema del INTA Rafaela.

El problema comunicacional del INTA Rafaela, se construyó grupalmente del siguiente modo:

Se conformaron de 3 grupos de trabajo, quienes propusieron cuál era el problema comunicacional del INTA Rafaela.

Para ello, utilizaron como insumo los objetivos generales de los 3 PRETs⁵⁶.

Una de las profesionales de la comunicación, en el rol de facilitadora del encuentro, coordinó los aportes de los grupos, hasta llegar a una frase-problema común.

Con los aportes incorporados, la **frase núcleo del problema concertada** de la problemática del INTA Rafaela, fue la siguiente:

Problema consensuado
Falta de priorización consensuada y no apropiación del nuevo enfoque (de desarrollo territorial)

⁵⁶ Los objetivos de los PRETs están detallados en el cuadro 2 del primer capítulo de esta tesis.

4.3.2. Despliegue de aspectos del problema para cada componente

A partir del problema consensuado, se definieron cinco componentes:

- a) Técnico-productivo
- b) Sociocultural
- c) Institucional
- d) Económico
- e) Organizacional

Los grupos se volvieron a reunir, y desplegaron **5 aspectos** clave de cada componente.

Además, de cada **componente** identificaron sus niveles: causas básicas, causas próximas, síntomas y consecuencias.

A continuación, se presentan los componentes, los aspectos clave y los niveles.

a) Componente técnico-productivo

Aspectos:

1. Falta de preservación del ambiente.
2. Brecha productiva (en casi todos los rubros)
3. Falta de crecimiento de los rodeos lecheros.
4. Monocultivo (falta de diversificación)
5. Falta de tecnología adaptada a ambientes con limitantes.

Causas básicas:

- Falta de políticas e incentivos que promuevan buenas prácticas productivas de bajo impacto ambiental.
- Falta de aplicación de la tecnología disponible.
- Beneficio económico y simplicidad del monocultivo.
- Baja priorización institucional del desarrollo de tecnologías para ambientes con limitantes.

Causas próximas:

- Uso intensivo e irracional de insumos agropecuarios.
- Tecnología no siempre adaptada a las demandas del productor.
- Complejidad de la actividad tambera y falta de conocimiento de algunas tecnologías.
- Falta de alternativas viables para salir del monocultivo.
- Falta de asignación de recursos humanos y materiales.

Síntomas:

- Bidones de agroquímicos acumulados.
- Falta de biodiversidad
- Mayor impacto de las condiciones meteorológicas extremas.
- Baja productividad.
- Estabilización del número de vacas en ordeño.
- Escasa diversificación de rubros productivos.

Consecuencias:

- Contaminación ambiental, pérdida de fertilidad de los suelos, pérdida de productividad.
- Menor sustentabilidad del sistema.
- Estancamiento de la producción.
- Mayor riesgo económico, ambiental y social.
- Desaliento para encarar nuevas actividades.

b) Componente sociocultural

Aspectos:

1. Dificultad de interpelar el paradigma hegemónico. Mirada antropocéntrica. Resistencia a respetar miradas diferentes.
2. Inequidad en el acceso a los recursos.
3. Fragmentación del lazo social. Dificultad en la construcción colectiva.
4. Despoblamiento de las zonas rurales. Crecimiento poblacional. Colapso de los centros urbanos.
5. Paulatina pérdida de las economías regionales y la soberanía alimentaria.

Causas básicas:

- Modelos sociales, culturales, políticos y económicos fuertemente arraigados en las instituciones y políticas sociales.
- Modelo de sociedad que construye y legitima sujetos sociales con categorías diferenciadas.
- (dis)valores del modelo hegemónico: individualismo-competencia-ser ligado al tener.

Causas próximas:

- Sobrevalorización del saber académico y de las propuestas técnico-productivas por sobre las otras.
- Naturalización del recurso tierra como bien de capital.
- Grupos disgregados.

Síntomas:

- Tendencia a monocultivos.
- Concentración del recurso tierra.
- Dificultad en la construcción colectiva.

Consecuencias:

- Pérdida de la biodiversidad y la soberanía alimentaria.
- Especulación. Pauperización paulatina de sectores sociales.
- Énfasis en la alternativa individual.

c) Componente institucional**Aspectos:**

1. Falta trabajar en espacios de construcción de consensos.
2. Faltan reglas claras de cómo trabajar (priorización – distribución de recursos humanos en pos de objetivos territoriales)
3. Escasa comunicación interna de las acciones/actividades.
4. Falta aprender a complementar lo nacional con lo territorial.
5. Falta claridad en cómo el rol de cada uno aporta al territorio.

Causas básicas:

- Falta una estrategia de circulación de información.
- Escasa claridad de normas escritas de cómo trabajar, que lleva a numerosas interpretaciones personales.

Causas próximas:

- Exceso de mails
- Desaprovechamiento de los espacios de encuentro existentes.
- Si el PRET no me manda plata...“no te doy la información”.
- Pérdida de tiempo y reuniones improductivas.
- Desencuentros entre las personas.
- Se reducen las potenciales en el territorio.

Síntomas:

- Superposición de actividades.

- Pérdida de tiempo.
- Desorden.
- Falta de una agenda de trabajo.
- Cada uno hace como lo interpretó.

Consecuencias:

- No estamos informados de lo que hace el otro.
- Escasa presencia institucional en el territorio.
- No hay articulación PNacionales-PTerritoriales.
- La gente se puso en los proyectos como le pareció.
- No se logran consensos.

d) Componente económico

Aspectos:

1. El presupuesto no se prioriza por objetivos.
2. Falta información económica a nivel territorial – relacionada a lo social/institucional, etc.
3. Nula información económica sobre la magnitud del impacto del cambio esperado por nuestras actividades institucionales.

Causas básicas:

- Falta de infraestructura y organización (Red-clúster) que releven y mantengan una actualización de la información económica territorial.
- Presupuesto dependiente de las importaciones.
- No hay especialistas en economía en la EEA.

Causas próximas:

- Falta de convencimiento de la información económica necesaria para hacerla y una vez hecha, saber utilizarla.
- Distribución presupuestaria.
- No hay metodología para medir impacto económico de las acciones.

Síntomas:

- No se sabe a dónde dirigir el accionar.
- Cantidad de actividades inconsistentes con los objetivos priorizados.
- No hay información económica.

Consecuencias:

- No se cumplen los objetivos.
- No se llega o se demora en la obtención del objetivo (desmotivación de la gente, ineficiencia, etc., etc.)

e) Componente organizacional

Aspectos:

1. Insuficiencia en la capacidad de gestión de la organización.
2. Dificultad para abordar la complejidad del entramado organizacional.
3. Falta de visión de desarrollo territorial.
4. Falta de visión estratégica de la planificación

Causas básicas:

- Imaginario social-historia de la organización.
- Organizaciones con intereses divergentes entre sí.
- Origen fundacional (intereses remunerativos).
- Tipologías y objetivos de la institución.
- Situación económica financiera.

- Cultura individualista de los integrantes de las organizaciones.
- El desarrollo territorial es un concepto nuevo.
- Cultura cortoplacista.
- Preparados para apagar el fuego y menos para evitar los incendios.

Causas próximas:

- Falta de motivación. Poca participación. Poca discusión. Falta formación dirigencial.
- Falta de coordinación entre las organizaciones.
- Diferentes visiones, posiciones frente a un mismo problema.
- Problemática en conceptos (Ej. Desarrollo).
- Falta de instancias en las que se promueva el enfoque de desarrollo territorial.
- Ausencia de formación y desarrollo de competencias estratégicas y sistémicas en los integrantes de las organizaciones.

Síntomas:

- Incoherencia entre acciones y visiones/misiones.
- Envejecimiento de la organización.
- Conflictividad.
- Individualismo institucional.
- Falta de articulación/acción.
- Suspensión de acciones.
- Planes de las organizaciones centradas solamente en ellas mismas.
- Acciones exclusivamente sobre problemas urgentes.

Consecuencias:

- Escaso impacto y logros de la organización.
- Insuficiente desarrollo.
- Falta de una visión estratégica y conjunta del desarrollo territorial.
- No hay acciones que incluyan a otros o articulen con otros.

4.3.3. Reconocimiento de actores vinculados con cada componente.

Luego del despliegue, los grupos reconocieron y jerarquizaron a los actores que se vinculan con los aspectos y los niveles de cada componente del problema.

El producto de ese trabajo es el siguiente:

a) Actores vinculados al componente técnico-productivo



Foto 44. Actores vinculados al componente técnico-productivo

ASPECTOS	<ul style="list-style-type: none">-Gobierno provincial.-Gobierno nacional.-Productores.-Técnicos.-Investigadores-Asesores técnicos de instituciones oficiales-Gerentes de organismos de investigación y desarrollo
----------	--

	<ul style="list-style-type: none"> -Instituciones públicas -Organismos oficiales de investigación y desarrollo -Sociedad -Agroindustria
CAUSAS BÁSICAS	<ul style="list-style-type: none"> -Gobierno provincial. -Gobierno nacional. -Productores. -Técnicos. -Asesores técnicos de instituciones oficiales -Gerentes de organismos de investigación y desarrollo
CAUSAS PRÓXIMAS	<ul style="list-style-type: none"> -Productores -Asesores técnicos. -Investigadores. -Técnicos. -Instituciones públicas. -Organismos oficiales de investigación y desarrollo -Gerentes de organismos de investigación y desarrollo
SÍNTOMAS	<ul style="list-style-type: none"> -Productores -Técnicos asesores
CONSECUENCIAS	<ul style="list-style-type: none"> -Productores -Sociedad -Agroindustria

b) Actores vinculados al componente sociocultural

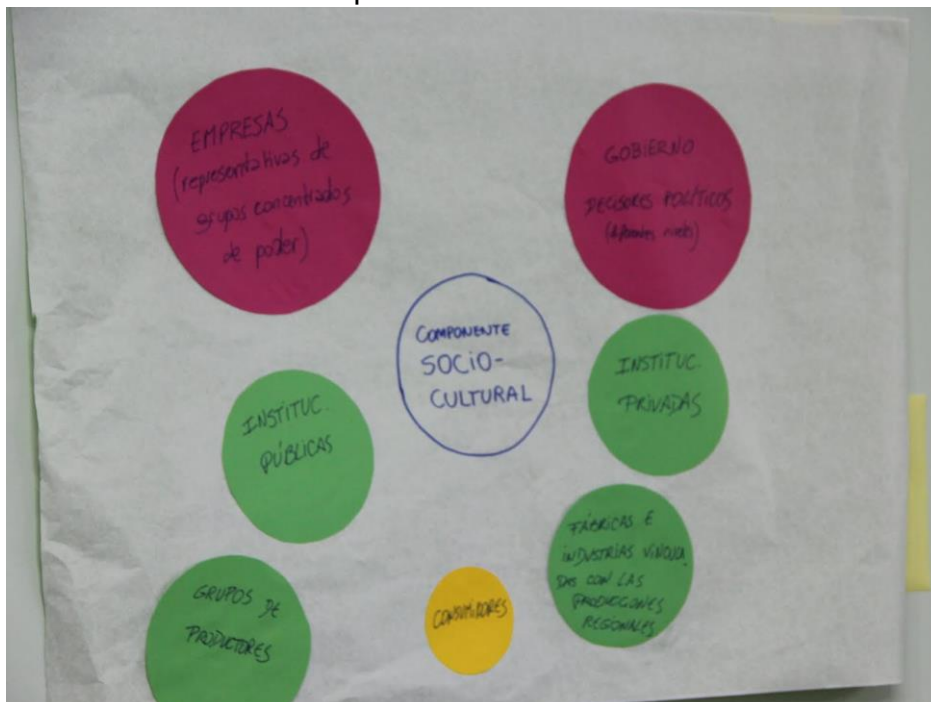


Foto 45. Actores vinculados al componente sociocultural

ASPECTOS	-Instituciones públicas y privadas -Profesionales -Productores y productoras -Sociedad
CAUSAS BÁSICAS	-Instituciones públicas -Instituciones privadas
CAUSAS PRÓXIMAS	-Productores -Productoras -Profesionales -Instituciones académicas
SÍNTOMAS	-Empresas -Instituciones públicas -Instituciones privadas
CONSECUENCIAS	-Sociedad

c) Actores vinculados al componente institucional



Foto 46. Actores vinculados al componente institucional

ASPECTOS	<ul style="list-style-type: none"> -CODEA⁵⁷ -Dirección Regional -Dirección Nacional -Dirección EEA -Coordinadores de -Proyectos Nacionales -Coordinadores de PRETs -Coordinadores de áreas
CAUSAS BÁSICAS	<ul style="list-style-type: none"> -Gestión de dirección -Director EEA -Comunicadoras -Miembros CODEA -Director Nacional -Director Regional -Coordinadores de PE

⁵⁷ CODEA o CGL: Es el Comité de Gestión Local, autodenominación del grupo conformado por los profesionales decisores del INTA Rafaela.

	<ul style="list-style-type: none"> -Coordinadores de PI -Coordinadores de módulo de los PN
CAUSAS PRÓXIMAS	<ul style="list-style-type: none"> -Todos los técnicos INTA -Coordinadores de PRETs -Coordinadores de estructura
SÍNTOMAS	<ul style="list-style-type: none"> -Todos los técnicos INTA -Actores del territorio -Consejos locales -Productores -Profesionales
CONSECUENCIAS	<ul style="list-style-type: none"> -Comunicadoras -Todos los técnicos INTA -Técnicos PROFEDER -Actores del territorio

d) Actores vinculados al componente económico



Foto 47. Actores vinculados al componente económico

ASPECTOS	-Dirección Nacional -Dirección Regional -Dirección EEA -Economistas
CAUSAS BÁSICAS	-Presidente INTA -Director Nacional -Director Regional
CAUSAS PRÓXIMAS	-Director Regional -Director EEA -Coordinadores de Proyectos -Economistas -Instituto de economía y sociología
SÍNTOMAS	-Productores -Dirección EEA -Integrantes del INTA Rafaela
CONSECUENCIAS	-Productores -Técnicos -Instituciones locales -Integrantes del INTA Rafaela

e) Actores vinculados al componente organizacional



Foto 48. Actores vinculados al componente organizacional

ASPECTOS	-INTA Rafaela -Organizaciones territoriales
CAUSAS BÁSICAS	-Organizaciones territoriales -INTA y otras instituciones que trabajamos con el enfoque de desarrollo territorial
CAUSAS PRÓXIMAS	-Organizaciones -INTA -Sectores de gobierno nacional -Sectores de gobierno provincial -ONG vinculadas a la educación no formal -Organizaciones de 2º y 3º grado (las que tengan) -Instituciones con las que trabajamos (por ej. INTA, INAES, Desarrollo Social, etc.)

	<ul style="list-style-type: none"> -Instituciones que trabajan con el enfoque de desarrollo territorial -Integraciones verticales de las instituciones -Instituciones vinculadas al desarrollo
SÍNTOMAS	<ul style="list-style-type: none"> -Organizaciones del territorio -Organismos o sectores específicos del Estado y otras organizaciones
CONSECUENCIAS	<ul style="list-style-type: none"> -Organizaciones territoriales -Beneficiarios y destinatarios de esas organizaciones -Todos los actores del territorio

4.3.4. Propuesta de acciones de comunicación para trabajar con los actores reconocidos

El último tramo en la definición de la estrategia de comunicación del INTA Rafaela, fue planificar las primeras acciones comunicacionales para trabajar con los actores reconocidos en cada componente.

La propuesta consistió en un **árbol de soluciones**⁵⁸ donde se proponen acciones comunicacionales para la transformación de algunos de los aspectos identificados en los componentes, desde cada uno de los PRETs que funcionan en la institución.

Cabe aclarar que, al momento de finalización de esta tesis doctoral, algunas de las acciones comunicacionales planificadas ya fueron realizadas y fueron incorporándose nuevas.

Por lo tanto, en las acciones que ya se realizaron, se aclara la fecha en que las mismas se llevaron a cabo.

⁵⁸ Un **Árbol de soluciones** es una herramienta de trabajo que facilita el diseño de acciones comunicacionales sobre cada uno de los componentes identificados en la Versión Técnica Comunicacional. La construcción del árbol de soluciones requiere identificar diferentes procesos comunicacionales que deseamos promover para cada uno de los *actores* identificados y planificar las acciones necesarias para desplegarlos. El mismo consiste en enlistar y sistematizar acciones y productos comunicacionales que aportan en la dirección buscada en el despliegue de la estrategia. (MASSONI, 2013:95)

4.5. Árbol de soluciones

a) Componente Técnico-productivo

ASPECTO: Falta de crecimiento de los rodeos lecheros

PRETs	ACTOR/ES	INTERESES Y NECESIDADES	PROCESO COMUNICACIONAL A PROPICIAR	ACCIÓN COMUNICACIONAL
1 y 2	-Productores	-Mejorar la producción -Reducir la mortandad de los terneros	Sensibilización	-Micros radiales -Micros de TV -Nivel Grupal → grupos de Cambio Rural
			Información	-Campaña por medios masivos -Jornadas
			Participación	-Cursos sobre crecimiento del rodeo. -Visitas a Campo Roca. -Trabajo con planillas de seguimiento del rodeo.
2	-Guacheros ⁵⁹ -Productores -Asesores de tambos - Profesionales	-Reducir la mortandad de los terneros	Encuentro Sociocultural	-Jornada ¡Qué vivan los terneros! para equipos de trabajo de los tambos en manejo de terneros Se realizó el 24 de abril de 2014
2	-Operarios de tambo -Productores -Asesores de tambos -Profesionales	-Conocer más sobre manejo de la recría en el tambo.	Información Participación	-Jornada sobre manejo de la recría en el tambo
2	-Operarios de tambos	-Revalorizar su trabajo	Información Participación	-El profesional tambero recargado: - Actualización del manual - Relevamiento de sugerencias desde otras regiones - Encuentro de docentes y organizadores - Rediseño del curso y todos los dispositivos pedagógicos involucrados.

⁵⁹ Guacheros/guacheras: son las personas encargadas (en los tambos) de criar a los terneros que van naciendo. Se los denomina así porque el sitio donde se ubican los terneros se llama guachera.

1 y 2	-Operarios de tambos -Peones de tambo	-Conocer más sobre manejo reproductivo -Aumentar tasas de preñez -Evitar pérdidas económicas por escasa preñez -Incorporar mayor técnica a su labor en el tambo	Información Participación	-Curso de inseminación artificial
1 y 2	-Técnicos asesores	-Conocer más sobre manejo reproductivo -Aumentar tasas de preñez -Evitarle pérdidas económicas por escasa preñez a sus asesorados -Mantener su trabajo	Sensibilización Información	-Taller sobre responsabilidad del veterinario asesor en el manejo reproductivo de los tambos

ASPECTO: Brecha productiva

PRETs	ACTOR/ES	INTERESES Y NECESIDADES	PROCESO COMUNICACIONAL A PROPICIAR	ACCIÓN COMUNICACIONAL
1	-Técnicos de INTA (AER Ceres, San Cristóbal y San Justo) -Comité de gestión del PRET	-Conocer el Programa Carnes Santafesinas	Participación Información	-Reunión del comité de Gestión donde los especialistas en tema carne presenten las características del Programa Carnes Santafesinas, objetivos y avances logrados.
1	-Comité de Gestión del PRET -Gobierno provincial	-Conocer qué créditos ofrece el Programa Carnes Santafesinas	Participación Información	-Reunión con personal del Ministerio de la Producción de Santa Fe que trabajen en el Programa Carnes Santafesinas -Solicitar documentación sobre el Programa Carnes Santafesinas -Capacitación sobre el llenado de solicitudes para obtención de créditos

1	-Productores	-Acceder a créditos para producción de carne	Información	-Visitas a establecimientos ganaderos factibles de obtención de créditos del Programa Carnes Santafesinas -Relevamiento de la situación de los establecimientos ganaderos -Documentación para productores ganaderos -Capacitación sobre el llenado de solicitudes para obtención de créditos
1	-Comité de gestión del Pret -Técnicos de INTA	-Conocer el calendario de producción ganadera	Información	-Calendario de producción de carne
1	-Técnicos de INTA especialistas en garrapatas -Comité de gestión del PRET 1 -SENASA	-Instalar el tema de garrapatas	Sensibilización	-Esquemas sanitarios nuevos sobre control de garrapatas. -Protocolo de manejo/control de garrapatas en bovinos
1	-Productores ganaderos	-Qué hacer con las garrapatas que tienen sus animales	Sensibilización Información	-Charla en "La Palmira" -Campaña sobre control de garrapatas -Folleto sobre alternativas de tratamiento/control de garrapatas
1	-Comité de Gestión del PRET -Técnicos de INTA que trabajan en ganadería -Coordinadores de PE's del PN Producción animal -Encargado de la unidad de invernada Ceres	-Conocer el manejo del rodeo de la Unidad demostrativa de invernada Ceres -Evaluar la unidad	Participación Información	-Reunión en Ceres con técnicos ganaderos del INTA. -Autoevaluación de la unidad de invernada Ceres. -Visita a la Unidad Demostrativa. 15 de mayo de 2014
1	-Comité de Gestión del PRET	-Conocer el manejo del rodeo de la Unidad demostrativa de	Participación Información	-Reunión en San Cristóbal con "Los Palmiros". -Visita al Campo "La

		cría bovina "La Palmira"		Palmira" 17 de junio de 2014
1	-Productores ganaderos -Técnicos asesores de empresas ganaderas -Estudiantes de ciencias agropecuarias	-Aumentar la producción de forraje por hectárea -Utilizar los pastizales naturales -Controlar arbustivas	Encuentro Sociocultural	-9ª Jornada Regional sobre Manejo de Pastizales Naturales 4 de junio de 2014
1	-Productores ganaderos	-Conocer cómo produce carne el INTA -Conocer cómo resolvió el INTA problemas del rodeo (garrapatas, trichomonas)	Encuentro sociocultural	-Jornada a campo de cría bovina: alimentación pasturas, sanidad, reproducción, garrapatas, etc. 5 de agosto de 2014
1	-Productores ganaderos -Medios de comunicación -Técnicos de INTA -Profesionales asesores	-Recibir información sobre producción ganadera	Información	-Promoción para envío por mail. -Pasacalles para campo y alambrado de la EEA. -Afiche. -Volantes. -Carga de evento en la web. -Video promocional. -Cartelería para el sistema de agua de "La Palmira".
3	-Productores hortícolas -Productores frutales	-Conocer alternativas de comercialización de productos	-Información	-Documento sobre Modelos de comercialización identificados por el INTA -Jornada sobre alternativas de comercialización de productos hortícolas y frutales -Publicación en la web del INTA sobre mercados y producción local.
3	-Productores hortícolas -Productores frutales -Técnicos de INTA -Profesionales asesores	-Cómo agregar valor a la producción primaria frutihortícola	-Información -Participación	-Video sobre caso exitoso de agregado de valor en la producción frutihortícola. -Encuentro con productores de la zona, con proyección del video y debate.

				-Taller sobre problemáticas comunes y propuestas de trabajo conjunto para agregado de valor.
3	-Técnicos de INTA -Empresas	-Conocer nuevas tecnologías de producción de frutas y hortalizas -Investigar sobre producciones intensivas -Promover el uso de nuevas tecnologías de producción	-Información -Participación	-Capacitaciones sobre uso de nuevas tecnologías de producción -Ensayos en campos de productores -Convenios con instituciones y/o empresas que financien investigaciones sobre producciones intensivas
3	-Productores hortícolas -Productores frutales	-Producir con nuevas tecnologías -Adaptarse a los tiempos actuales en producción frutihortícola	-Información -Participación	-Documento y artículos técnicos sobre nuevas tecnologías de producción frutihortícola -Micros de TV -Micros de radio -Talleres sobre uso sustentable de nuevas tecnologías de riego y pulverización, y elementos de protección personal

ASPECTO: Falta de preservación del ambiente

PRETs	ACTOR/ES	INTERESES Y NECESIDADES	PROCESO COMUNICACIONAL A PROPICIAR	ACCIÓN COMUNICACIONAL
1	-Productores	-Usar los pastizales para alimentar a sus rodeos	Sensibilización	-Jornada Regional sobre Manejo de Pastizales Naturales. -Artículos técnicos sobre estrategias de pastoreo rotativo, división del rodeo, infraestructura, agua, suelo
1	-Productores	-Usar los pastizales para alimentar a sus rodeos -Alimentar animales a bajo costo -Conocer costos de insumos	-Información	-Artículos periodísticos sobre estrategias de pastoreo rotativo, división del rodeo, infraestructura, agua, suelo. -Micros de radio. -Micros de TV. -Videos para la web sobre: estrategias de

				pastoreo rotativo, división del rodeo, infraestructura, agua, suelo
3	-Productores hortícolas -Productores frutales -Operarios rurales -Empresarios -Peones rurales -Técnicos de la actividad privada	-Poder vender su producción -Producir con menor uso de sustancias nocivas	-Información -Sensibilización -Participación	-Charlas sobre uso racional y sustentable de agroquímicos, fertilizantes, agua, quimioterápicos, antibióticos y plásticos.
1	-Técnicos de INTA	-Generar información sobre estrategias de manejo de los rodeos de cría e invernada bovina para carne	Información Participación	-Ensayos. -Artículos técnicos. -Manual del operario ganadero -Libro sobre manejo de "La Palmira"
1 y 2	-Productores	-Manejar los pastizales y las pasturas para alimentar a sus rodeos	Información	-Publicación sobre Buenas prácticas de cría. -Publicación sobre Buenas prácticas de lechería. -Publicación sobre Buenas Prácticas de manejo de pastizales naturales. -Publicación sobre Buenas Prácticas de manejo de pasturas implantadas.
1	-Productores	-Conocer más sobre el manejo de los rodeos de cría en temas como: -Manejo del pastizal -Manejo reproductivo del rodeo -Manejo sanitario del rodeo -Cómo acoplar producción al ciclo de la pastura -Suplementación/ complementación	Encuentro sociocultural	-Curso para operarios ganaderos
1	-Técnicos de	-Contar con	Información	-Capacitación sobre

	INTA	información actualizada sobre manejo de pastizales naturales	Sensibilización	manejo del pastizal a partir del material que se utiliza en el Curso de manejo de pastizales (del INTA Reconquista/Ministerio de la Producción de Santa Fe)
1	-Técnicos de INTA	-Tener un especialista en el tema manejo de pastizales	Información Participación	-Contratación de Becario para trabajar en manejo de pastizales
1	-Técnicos de INTA (Ing. Agr. Juan Ibarlucea / Ing. Forestal Francisco Cardoso INTA Oliveros y Secretaría de Medio Ambiente del Ministerio de la Producción de Santa Fe)	-Conocer sobre investigación adaptativa. -Aplicar nuevas tecnologías. -Obtener resultados aplicables en otros lugares. -Solucionar problema del ajuste de carga.	Información	-Ensayo en “La Palmira” sobre arbustización, invasión de chañar, manejo silvopastoril, raleo, tala selectiva, carbón, chipeado ⁶⁰ .
1	-Técnicos de INTA -Asociación de aves migratorias de la Fundación vida silvestre Internacional (WWF) -Asociación por el pastizal	-Manejar las poblaciones de aves de los campos. -Mantener campos en buenas condiciones de conservación. -Realizar un manejo de conservación del pastizal (humedales) -Conseguir certificación gratuita con impacto en la Comunidad Europea sobre índices de conservación de aves y estado de degradación de los campos.	Sensibilización Información	-Capacitación sobre conservación del humedal -Capacitación sobre manejo de aves -Documento informativo para la obtención de la certificación de la Comunidad Europea.
2	-Técnicos del INTA -IPAF	-Trabajar en producción sustentable y	Sensibilización Información	-Ensayo sobre producción agroecológica en Villa

⁶⁰ Se refiere a las distintas prácticas de manejo de especies arbustivas.

	Pampeano -Productores	agroecológica		San José
1, 2 y 3	-Técnicos del INTA -IPAF Pampeano	-Incorporar el enfoque y los valores de la Agricultura Familiar en los productos de comunicación del INTA Rafaela	Sensibilización Información	-Micros de radio de agricultura familiar. -Micros de TV sobre temáticas de agricultura familiar.
3	-Productores frutihortícolas	-Manejar la sanidad de sus unidades productivas de modo sustentable	-Sensibilización	-Reunión con productores en unidad que produzca de modo sustentable y además que obtenga réditos altos debido a ese modo de producir

ASPECTO: Monocultivo (falta de diversificación)

PRETs	ACTOR/ES	INTERESES Y NECESIDADES	PROCESO COMUNICACIONAL A PROPICIAR	ACCIÓN COMUNICACIONAL
3	-Productores -Operarios -Empresarios -Empleados rurales -Técnicos	-Conocer las especies y variedades con manejo agroecológico que ya estén probadas y evaluadas	-Información	-Publicación sobre las variedades con manejo agroecológico aprobadas -Unidades demostrativas de nuevas tecnologías para la producción frutihortícola
3	-Técnicos del INTA	-Conocer las demandas tecnológicas productivas, cultivos y técnicas alternativas probadas y adoptadas	-Información	-Investigación sobre las demandas de los productores frutihortícolas -Investigación sobre las tecnologías, los cultivos y las técnicas alternativas probadas y adoptadas por los productores

ASPECTO: Falta de tecnología adaptada a ambientes con limitantes.

PRETs	ACTOR/ES	INTERESES Y NECESIDADES	PROCESO COMUNICACIONAL A PROPICIAR	ACCIÓN COMUNICACIONAL
1	-Productores -Técnicos asesores de empresas ganaderas -Estudiantes de ciencias agropecuarias	-Conocer estrategias de manejo del rodeo: alimentación, división del rodeo, infraestructura, agua, suelo	Encuentro sociocultural	-Primera Jornada a Campo de Cría Bovina: "La Palmira, de punta a punta". Realizada el martes 5 de agosto de 2014
2	-Productores	-Qué hacer con sus campos inundados por el exceso de lluvias	-Información -Participación	-Charla-taller sobre estrategias de manejo de los cultivos de invierno en condiciones de exceso de agua: "La producción y el agua" Se realizaron en Bauer y Sigel , el 29 de mayo y en Pilar, el 18 de junio de 2014
3	-Técnicos de INTA -Productores	-Producir en zonas urbanas que compiten con el avance inmobiliario -Mantenerse en la actividad -Gestionar de forma eficiente sus explotaciones	-Información -Sensibilización	-Talleres sobre herramientas de gestión, y de planificación de la producción frutihortícola
1	-Técnicos de INTA -Técnicos asesores	-Conocer opciones de manejo de agua (extracción y almacenamiento) en campos con limitantes	-Información -Sensibilización	-Capacitaciones sobre manejo sustentable de acuíferos -Capacitaciones sobre aprovechamiento de agua de lluvia
1	-Técnicos de INTA -Productores	-Contar con agua de calidad y en cantidad para los rodeos -Contar con agua de calidad y en cantidad para uso humano -Manejar eficientemente este recurso natural escaso en el territorio	-Encuentro sociocultural	-Campaña sobre uso responsable del agua -Cursos para productores ganaderos sobre cosecha y almacenamiento de agua, con taller de diseño de sistemas para manejo de agua en campos y hogares rurales

b) Componente sociocultural

ASPECTO: Fragmentación del lazo social

PRETs	ACTOR/ES	INTERESES Y NECESIDADES	PROCESO COMUNICACIONAL A PROPICIAR	ACCIÓN COMUNICACIONAL
1,2 y 3	-Productores -Productoras -Instituciones públicas (Programas)	-Gestión de recursos -Incremento de ganancias/producción -Mejora de la calidad de vida grupal	-Sensibilización	-Talleres reflexivos acerca de la posibilidad de maximizar beneficios en el trabajo conjunto -Capacitación en gestión y tipos de organización
1,2 y 3	-Productores -Productoras -Instituciones públicas (Programas)	-Gestión de recursos -Incremento de ganancias/producción -Mejora de la calidad de vida grupal	-Información	-Materiales sobre estos temas (videos, folletos)
1,2 y 3	-Productores -Productoras -Instituciones públicas (Programas)	-Gestión de recursos -Incremento de ganancias/producción -Mejora de la calidad de vida	-Participación	-Generar espacios para la toma de decisiones conjuntas: ejemplo compra de insumos
1,2 y 3	-Productores -Productoras -Instituciones públicas (Programas)	-Gestión de recursos -Incremento de ganancias/producción -Mejora de la calidad de vida grupal	-Encuentro sociocultural	-Intercambio de experiencias con otros grupos de productores.

ASPECTO: Paulatina pérdida de las economías regionales y la soberanía alimentaria.

PRETs	ACTOR/ES	INTERESES Y NECESIDADES	PROCESO COMUNICACIONAL A PROPICIAR	ACCIÓN COMUNICACIONAL
3	-Pequeños productores - Productores familiares	-Producir para alimentarse y para comercializar los excedentes -Recuperar especies que se dejaron de producir para ofrecer variedad a su familia y al consumidor	-Información -Sensibilización -Participación	-Creación de un Banco de semillas de pequeños productores -Video sobre los beneficios de producir y consumir especies recuperadas -Registro de productores que recuperan y comercializan

				especies
3	-Técnicos del INTA	-Conocer/capacitarse en manejo de producciones intensivas -Asesorar a productores que se dedican a producciones intensivas -Generar información sobre manejo de producciones intensivas	-Información	-Hacer investigaciones sobre producciones intensivas (frutihortícolas, piscicultura, cría de aves) -Contratar becarios para investigación en producciones intensivas -Publicación de resultados de investigaciones sobre producciones intensivas (frutihortícolas, piscicultura, cría de aves) -Convenio con CONICET y/o Universidades para investigar temáticas de producciones intensivas
3	-Técnicos del INTA -Productores frutihortícolas, de peces y de aves	-Conocer el manejo de producciones intensivas de parte de quienes se dedican a ellas	-Participación	-Visitas y entrevistas a productores intensivos -Artículos sobre manejo de producciones intensivas
3	-Técnicos del INTA del Pret 3 -Técnicos del INTA del Centro Regional Entre Ríos	-Conocer/capacitarse en manejo de Producción avícola	-Información	-Reuniones con especialistas en producciones intensivas de otras unidades de INTA -Convenio de capacitación con empresas avícolas de la Provincia de Entre Ríos (Empresa San Andrés, por ejemplo), que es la mayor productora de aves del país -Visitas a técnicos de INTA de Entre Ríos que se dediquen a producción avícola

3	-Técnicos del PRET 3 -Autoridades institucionales	-Que el INTA apoye y promueva la investigación y generación de conocimiento sobre producciones intensivas en la zona Litoral que abarca el Pret 3	-Información -Sensibilización -Participación	-Recorrida por la zona del Pret 3 para mostrar a autoridades de la institución el crecimiento de las producciones intensivas no atendidas aún por el INTA de Monte Vera
3	-Productores de zanahorias de Santa Rosa de Calchines	-Mantener la rentabilidad de su producción -Continuar creciendo en sus empresas -Crecimiento local	-Información -Participación	-Video sobre casos exitosos de producción, transporte y comercialización de zanahorias, basado en la unión de los eslabones de la cadena
3	-Productores de frutillas de Coronda	-Aumentar la rentabilidad de su producción -Cooperación- asociativismo -Mantenerse en el negocio de la frutilla -Crecimiento de la localidad	-Información -Sensibilización	-Reunión donde se proyecte video de caso exitoso de productores de zanahoria -Charla debate a partir del video -Convenio o acuerdo con productores de frutillas

ASPECTO: Escasa organización e institucionalización de los actores de la producción

PRETs	ACTOR/ES	INTERESES Y NECESIDADES	PROCESO COMUNICACIONAL A PROPICIAR	ACCIÓN COMUNICACIONAL
1	-Instituciones -Cooperativas -Grupos de Cambio Rural -Asociaciones para el desarrollo (APDRs) -Comunas -Municipalidades -Sociedades Rurales -Organizaciones de productores informales (como grupos de feriantes, entre otros)	-Articular acciones de Programas del Estado con los beneficiarios	-Encuentro sociocultural	-Reuniones de presentación de programas -Convenios de articulación público-privada

ASPECTO: Escasa vinculación socio-técnica

PRETs	ACTOR/ES	INTERESES Y NECESIDADES	PROCESO COMUNICACIONAL A PROPICIAR	ACCIÓN COMUNICACIONAL
1	-Técnicos de INTA	-Abandonar el enfoque de innovación actual (lineal y difusionista) -Articular el saber técnico con los saberes locales	-Encuentro sociocultural	-Capacitación sobre enfoques de construcción colectiva de la innovación, con especialistas en la materia -Capacitación sobre recuperación de saberes locales
1	-Técnicos de INTA -Productores locales	-Articular saberes teóricos y prácticos -Poner en valor los saberes prácticos	-Participación	-Reuniones entre el INTA y productores locales para planificar capacitaciones que recuperen los saberes de los productores

c) Componente Institucional

ASPECTO: Escasa comunicación interna

PRETs	ACTOR/ES	INTERESES Y NECESIDADES	PROCESO COMUNICACIONAL A PROPICIAR	ACCIÓN COMUNICACIONAL
1, 2 y 3	-CODEA/CGL incluidos PE y PI	-Tener un reconocimiento del otro. -Posicionamiento de la EEA en la institución hacia adentro y hacia afuera	-Sensibilización	-Capacitación en cómo se trabaja en forma matricial.
1, 2 y 3	-CODEA/CGL incluidos PE y PI	-Organizar actividades de los PRETs	-Información	-Documento sobre función y acciones del CODEA. -Agenda de trabajo anual.
1, 2 y 3	-CODEA/CGL incluidos PE y PI	-Definir estrategias de mediano y largo plazo de la EEA	-Participación	-Incluir a los integrantes de PE y PI de la EEA al CODEA -Dividir las reuniones en:

				operativas y estratégicas
1, 2 y 3	-CODEA/CGL incluidos PE y PI	-Trabajar percepciones, valores, sobre PE, PN, PRET y enfoque territorial	-Encuentro sociocultural	-Taller sobre enfoque de desarrollo territorial
1, 2 y 3	-Técnicos del INTA	-Conocer el enfoque de desarrollo territorial -Trabajar en desarrollo territorial	-Información -Participación	-Compartir documentos (resúmenes) de teorías sobre desarrollo territorial -Ciclo de seminarios sobre desarrollo territorial (uno teórico: qué es, para qué sirve; y un taller de discusión sobre nuestros roles en el desarrollo territorial)
1	-Técnicos de INTA -Comité de gestión ampliado	-Conocer el trabajo de todos los miembros del Pret -Conocer cómo conectan las actividades que los técnicos realizan en el territorio, con los objetivos del Pret	-Información -Participación	-Presentación de los miembros del Pret al comité de gestión sobre sus actividades territoriales

ASPECTO: Falta trabajar en espacios de construcción de consensos

PRETs	ACTOR/ES	INTERESES Y NECESIDADES	PROCESO COMUNICACIONAL A PROPICIAR	ACCIÓN COMUNICACIONAL
1, 2 y 3	-Técnicos del INTA Rafaela	-Conocer los criterios de priorización de actividades en los Prets	-Participación	-Reunión para discutir/consensuar la priorización de actividades -Generar una herramienta de decisión para priorización de actividades (como por ejemplo el sistema de CONICET que evalúa: plan de trabajo, factibilidad, capacidades, problemática. Se podrían usar las preguntas del monitoreo a los Prets que hace el Centro Regional) -Creación de los Comités de gestión de los Prets
1 y 3	-Técnicos del INTA Rafaela	-Conocer las actividades de las AER's incluidas	-Información -Encuentro sociocultural	-Agenda de reuniones del Comité de Gestión del PRET.

	-Comité de gestión del PRET	en el PRET 1		-Reuniones con los jefes de las Agencias y los responsables de actividades.
1, 2 y 3	-Técnicos del INTA Rafaela y agencias	-Conocer qué se hace en comunicación, y qué se investiga	Información Encuentro sociocultural	-Seminario interno sobre los nuevos paradigmas de la comunicación.
1, 2, 3	-Técnicos del INTA Rafaela y agencias	-Contar con criterios compartidos para el manejo en los proyectos	Información participación	-Taller de discusión sobre componentes estratégicos organizado por el comité de gestión de la EEA (CODEA) Almuerzo compartido en Rafaela, el 1 de julio de 2014 .

ASPECTO: Faltan reglas claras de cómo trabajar (priorización – distribución de recursos humanos en pos de objetivos territoriales)

PRETs	ACTOR/ES	INTERESES Y NECESIDADES	PROCESO COMUNICACIONAL A PROPICIAR	ACCIÓN COMUNICACIONAL
1,2 y 3	-Coordinadores de Prets. -Director -Coordinadores de áreas (CODEA-CGL)	-Definir roles de los participantes de los Prets	Información	-Inventario de actividades/temas en que está trabajando el personal de la Estación Experimental (Cada coordinador de área presenta temas y gente que trabaja en cada área)
1, 2 y 3	-Director, coordinadores de áreas, coordinadores de Prets, extensionistas e investigadores	-Contar con información actualizada y compartida	Información	-Inventario de actividades de las Agencias más las planificadas -Planilla de actividades común, compartida entre los Prets (usar ejemplo de Ceres) -Inventario de actores por territorio (por ejemplo, saber cuántos productores hay dedicados a cada actividad)
1, 2 y 3	-Visitantes de la EEA	-Conocer qué se hace en el INTA	Información	-Documento o carpeta con resumen de las

		Rafaela		actividades de la Experimental. -Presentación de la Experimental y de cada PRET.
1, 2 y 3	-Investigadores	-Conocer uso de nuevas tecnologías	Información	-Investigación sobre uso de medios como el celular, Facebook, etc.

ASPECTO: Falta aprender a complementar lo nacional con lo territorial.

PRETs	ACTOR/ES	INTERESES Y NECESIDADES	PROCESO COMUNICACIONAL A PROPICIAR	ACCIÓN COMUNICACIONAL
1, 2 y 3	Miembros del Codea-CGL Coordinadores PN, PI, PE	-Trabajar en forma articulada con los Programas Nacionales	Participación	-Incorporar al CODEA/CGL a los coordinadores de PN, PI, PE con asiento en el INTA Rafaela

ASPECTO: Falta claridad en cómo el rol de cada uno aporta al territorio.

PRETs	ACTOR/ES	INTERESES Y NECESIDADES	PROCESO COMUNICACIONAL A PROPICIAR	ACCIÓN COMUNICACIONAL
1, 2 y 3	-Comunicadores -Coordinadores de PRETs -Director EEA	-Definir roles de los comunicadores y aportes disciplinarios de cada uno.	Participación Información	-Reunión para compartir estrategia de comunicación y priorización de acciones de comunicación de cada PRET
1, 2 y 3	-Coordinadores de PRETs -Invitados	-Conocer y compartir las actividades de los PRETs. -Conocer el rol de los coordinadores de PRETs con respecto a la toma de decisiones sobre la priorización de las actividades de cada PRET.	Participación Información	-Reunión semanal de Coordinadores de PRETs -Discusión en el CODEA/CGL sobre el rol de los coordinadores en la toma de decisiones sobre las actividades de los PRETs

d) Componente económico

ASPECTO: Falta de información económica a nivel territorial

PRETs	ACTOR/ES	INTERESES Y NECESIDADES	PROCESO COMUNICACIONAL A PROPICIAR	ACCIÓN COMUNICACIONAL
1, 2 y 3	-Instituciones -Organizaciones intermedias -Cooperativas -Sociedades Rurales -APDR -Municipios -Comunas -Escuelas -Cooperativas -Grupos de productores	-Poder diagnosticar rápidamente ante determinadas circunstancias -Conocer el potencial económico-productivo de la zona	Información	-Realizar entrevistas a productores (información conceptual-casos)
1, 2 y 3	-Instituciones -Organizaciones intermedias -Cooperativas -Sociedades Rurales -APDR -Municipios -Comunas -Escuelas -Cooperativas -Grupos de productores	-Priorizar acciones de cada organización y para el conjunto	Sensibilización	-Talleres sobre métodos de diagnóstico económico
1, 2 y 3	-Instituciones -Organizaciones intermedias -Cooperativas -Sociedades Rurales -APDR -Municipios -Comunas -Escuelas -Cooperativas -Grupos de productores	-Priorizar acciones de cada organización y para el conjunto	Participación	-Talleres de acuerdos con instituciones del sector

1, 2 y 3	<ul style="list-style-type: none"> -Instituciones -Organizaciones intermedias -Cooperativas -Sociedades Rurales -APDR -Municipios -Comunas -Escuelas -Cooperativas -Grupos de productores 	<ul style="list-style-type: none"> -Poder diagnosticar rápidamente ante determinadas circunstancias -Priorizar acciones de cada organización y para el conjunto -Conocer el potencial económico-productivo de la zona 	Encuentro sociocultural	-Reafirmación del trabajo a partir de la información generada.
1 y 2	-Productores del Cluster lechero regional	<ul style="list-style-type: none"> -Evitar la alta rotación de personal. -Continuar en la actividad lechera 	<ul style="list-style-type: none"> -Información -Sensibilización -Participación 	<ul style="list-style-type: none"> -Consulta sobre necesidades de capacitación -Cursos y charlas para productores, operarios y asesores del Cluster (a partir de los resultados de la consulta)

ASPECTO: Falta de financiación acorde a las necesidades productivas

PRETs	ACTOR/ES	INTERESES Y NECESIDADES	PROCESO COMUNICACIONAL A PROPICIAR	ACCIÓN COMUNICACIONAL
1, 2 y 3	<ul style="list-style-type: none"> -Productores -Técnicos de INTA 	<ul style="list-style-type: none"> -Continuar en la actividad agropecuaria -Adecuarse a los tiempos actuales de las producciones -Invertir para continuar produciendo 	<ul style="list-style-type: none"> -Información -Participación 	<ul style="list-style-type: none"> -Relevamiento sobre necesidades de financiamiento de los productores -Relevamiento sobre fuentes de financiamiento para productores
1, 2 y 3	<ul style="list-style-type: none"> -Productores -Técnicos de INTA -Representantes de instituciones y/o empresas crediticias 	<ul style="list-style-type: none"> -Solicitar créditos para la actividad productiva -Conocer modos de obtención de los créditos 	<ul style="list-style-type: none"> -Información -Participación 	<ul style="list-style-type: none"> -Reuniones con organismos que otorgan créditos para el agro -Charlas con productores sobre requisitos para la obtención de créditos -Capacitaciones sobre modos de completar y presentar formularios para la obtención de financiamiento

e) Componente Organizacional

ASPECTO: Falta de visión de desarrollo territorial

PRETs	ACTOR/ES	INTERESES Y NECESIDADES	PROCESO COMUNICACIONAL A PROPICIAR	ACCIÓN COMUNICACIONAL
1, 2 y 3	<ul style="list-style-type: none"> -Sociedad rural -Cooperativas -Gobiernos locales -Colegios profesionales -FAA -Entidades 	<ul style="list-style-type: none"> -Continuidad de las empresas -Fortalecer su poder político -Crecimiento económico -Generar y/o mantener las fuentes de trabajo -Contar con información de impacto económico -Conocer conceptos de desarrollo 	Sensibilización	<ul style="list-style-type: none"> -Charlas -Viajes de capacitación -Audiencias personalizadas -Publicaciones -Documentales -Dramatizaciones

4.6. Conclusiones del capítulo 4

El primer taller de construcción de la estrategia de comunicación del INTA Rafaela generó expectativas positivas entre los participantes.

A pesar de que en el árbol de soluciones no se propusieron acciones comunicacionales para todos los aspectos de cada componente, muchas de las acciones se pusieron en marcha y otras están planificadas para el corto y el mediano plazo.

Además, posteriormente al taller, se realizaron reuniones con coordinadores y profesionales de los comités de gestión de los PRETs, durante las cuales se ampliaron aspectos y se incorporaron nuevas acciones de comunicación en el árbol de soluciones.

Como se mencionó anteriormente, la estrategia de comunicación es como un mapa, que no solamente funciona como guía de trabajo para la gestión de la comunicación en la institución, sino que al ser de carácter fluido, se irá modificando durante el *viaje*.

E. Conclusión

El objetivo general de esta tesis doctoral fue “Determinar el predominio de la dimensión informativa en las acciones de comunicación de tecnología en la Estación Experimental Agropecuaria Rafaela del Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA)”.

Para cumplir dicho objetivo, se plantearon los siguientes objetivos específicos: reconocer los dispositivos comunicacionales que operan en las acciones de comunicación de tecnología agropecuaria; identificar Marcas de racionalidad comunicacional en esos dispositivos; y producir aportes al diseño de estrategias de comunicación a partir de la detección-sistematización-análisis de los dispositivos comunicacionales estudiados.

Respecto al objetivo general, se puede afirmar que a partir del trabajo realizado, se determinó el predominio de la dimensión informativa en la comunicación de tecnología del INTA Rafaela.

Para llegar a esta conclusión se realizó, en primer lugar, una revisión bibliográfica sobre comunicación en América Latina, luego se decidió enmarcar esta tesis en la propuesta teórico-metodológica de la comunicación estratégica.

A partir de allí, los pasos siguientes fueron: la sistematización de dispositivos comunicacionales (que responde al primer objetivo específico); el análisis y prescripción de Marcas de racionalidad comunicacional (segundo objetivo) y el diseño de una estrategia comunicacional, para cumplir el tercer objetivo específico.

En el desarrollo de esta tesis, se arribó a las siguientes conclusiones a partir de la **sistematización de dispositivos**:

En el INTA Rafaela hay 41 dispositivos de comunicación. De los cuales, 23 son productos (56,1%), y 18 son espacios (43,9%).

De los 23 **productos** relevados, 4 se realizan en modalidad únicamente física (17,39%); 12 en modalidad únicamente virtual (52,17%) y 7 en ambas modalidades (30,43%).

La mayoría de los productos tiene más de 5 años de permanencia (47,83%), el 21,74% tiene más de 20 años, el 13,04% tiene más de 30, el 8,69% tiene más de 3 y -con el mismo porcentaje del 4,35%- se encuentran los productos con más de 2 y más de 10 años de realización en el INTA Rafaela.

Con más del 78%, la periodicidad de los productos es variable.

Casi la mitad de los productos tienen como eje temático lechería, agronomía, apicultura, recursos naturales, ganadería de carne, producciones hortícolas y frutales (47,8%); siguiéndole en número (con 21,7%) los productos que, además de los temas mencionados incluyen el de huerta orgánica.

Con respecto a los **espacios**, que son 18, la mitad (50%) corresponde al tipo jornadas y el 16,7% corresponde a cursos.

Le siguen en importancia las visitas con el 11,1% y, con el menor porcentaje, (5,56%) se hallan los stands en exposiciones, los encuentros, los seminarios, y la prensa institucional.

El 44,4% de los espacios tiene una periodicidad variable, el 27,8% se realiza de forma anual, el 22,2% se realiza cada dos años, y sólo el 5,56% se realiza en forma mensual.

La mayoría de los espacios analizados durante el período 2012-2013 tiene entre más de 5 y más de 10 años de antigüedad (representando 27,8% cada uno), el 22,2% tiene menos de un año, el 16,7% tiene más de 30 años, y con más de 20 años de antigüedad hay 1 sólo espacio, que significa el 5,56%.

El eje temático principal de los espacios es el de lechería exclusivamente con un 22,2%, le siguen las temáticas de ganadería de carne exclusivamente, con un 16,7%, las de agronomía exclusivamente con un 11,1 % y -con el mismo porcentaje de 11,1%- los espacios cuyo eje temático agrupa lechería, agronomía, apicultura, recursos naturales, ganadería de carne, producciones hortícolas y frutales.

Con respecto al total de dispositivos sistematizados en el INTA Rafaela durante el período 2012-2013, el 80,49% son organizados por extensionistas.

Le siguen en importancia los organizados por comunicadores, con el 73,17%, destacándose los productos (23 en total) por sobre los espacios (7).

Los investigadores son quienes organizan la mayoría de los espacios (14 sobre un total de 18) y en el número global figuran en tercer lugar en organización de dispositivos, con el 43,9%.

La mayoría de los dispositivos tienen alcance local (el 92,68%), mientras que el 82,93% tiene un alcance regional y el 56,1% alcance nacional.

Dispositivos con alcance internacional son 8, y representan el 19,51%.

Los dispositivos con alcance interno a la institución son 4, y representan un 9,76%.

Con respecto a las **Marcas de racionalidad comunicacional** presentes en los dispositivos, se reconoció que:

En todos los **productos** de comunicación analizados predomina la dimensión informativa.

A partir del predominio total (100%) de la dimensión informativa en los productos analizados, las Marcas de racionalidad que le corresponden son: linealidad, verticalidad y comunicación operativa.

Se reconoce **linealidad** porque, salvo algunas excepciones, en los productos se considera que el público, a partir de leerlos/verlos/escucharlos, asistirá a algún evento, cambiará sus prácticas y/o adoptará las tecnologías que se proponen.

A partir de concebir a la teoría escindida de la práctica, y la superioridad del saber técnico por sobre el práctico, en los productos (en soporte papel y audiovisual) suele haber recomendaciones técnicas, propuestas de tecnologías y/o ejemplos de “lo que se hace” versus “lo que se debería hacer” para cambiar, transformar, mejorar o potenciar alguna práctica agropecuaria.

Todos los **productos** se basan en la emisión de mensajes.

Es de destacar que a la página web institucional se la ubicó entre los productos, debido a que la misma no produce ni promueve interacción en tiempo real con los usuarios, y se basa en la lógica de la producción periodística.

Se reconoce **verticalidad** porque la mayoría de los productos mantiene la figura del técnico en el lugar del saber que se dirige a un público ubicado en el lugar del no-saber.

Se reconoce **comunicación operativa** porque el rol de los profesionales de la comunicación en los productos consiste en la redacción periodística y la producción técnica audiovisual, el envío de la información producida por correo electrónico, o mediante la carga en la página web institucional y, en algunos casos (como los micros de radio) participan como entrevistadores o entrevistados de otros técnicos o profesionales.

Con respecto a los **espacios**, en la mayoría predominan las Marcas de racionalidad comunicacional linealidad, verticalidad y comunicación operativa.

Estas Marcas de racionalidad se corresponden con la **dimensión informativa** de la comunicación.

Se reconoce **linealidad**, en el proceso de transmisión lineal de la información, a partir de un profesional que expone algún tema, con la finalidad predeterminada de que el público adopte las tecnologías expuestas, y/o cambie el modo de hacer sus prácticas.

También se reconoce **linealidad** en el formato de las evaluaciones (encuestas cerradas) y en las presentaciones (de carácter expositivo) que hacen los técnicos, particularmente en los cursos, las jornadas, los seminarios internos y las visitas guiadas.

Además se reconoce linealidad en la escisión entre teoría y práctica y en la creencia de que con la exposición a la teoría, es posible modificar la práctica.

No se considera al saber práctico como un saber válido en la comunicación de tecnología agropecuaria.

La **verticalidad** se reconoce en el lugar físico (técnico parado en tarima, productores sentados, más abajo, en auditorio) e ideológico del saber (ingeniero que sabe-productor que no sabe) y el poder que daría ser dueño de ese saber. El saber del “técnico del INTA” por sobre el no-saber (o necesidad de “adquirir” un saber) de los presentes, ya sean éstos productores, profesionales y/o estudiantes.

También se reconoce **comunicación operativa** porque, en la mayoría de los casos, se considera a la comunicación como un proceso de emisión de mensajes.

Si bien los profesionales de la comunicación participan en la organización⁶¹ de la mayoría de los espacios, su aporte se limita, por ejemplo, a hacer la difusión del evento por listas de correo electrónico, invitar a medios de comunicación, tomar fotos, redactar crónica periodística, enviar nota a los medios y publicar en web la actividad.

Generalmente, no se convoca a los comunicadores a participar ni en la planificación ni en la evaluación de los diferentes espacios.

Los materiales impresos que se entregan, por ejemplo, a los asistentes a las jornadas, son resultados de investigaciones sobre los temas que se muestran. Ya sean libros completos o fotocopias, en la mayoría de los

⁶¹ Al respecto, ver apartado 2.4.3.

casos, no intervienen comunicadores en su edición, y en algunas ocasiones su participación se reduce a compilar el material en un sólo documento.

Los resultados obtenidos en el análisis comunicacional de todos los dispositivos dieron como resultado que **el objetivo comunicacional del 85% de los dispositivos es informar**, mientras que el 15% tiene como objetivo la participación e interacción de los sujetos.

También se destaca que en la mayoría predominan las Marcas de racionalidad comunicacional linealidad, verticalidad y comunicación operativa.

Con respecto al tipo de encuentro sociocultural que producen, el mismo porcentaje mayoritario (85%) promueve encuentros del tipo transferencistas.

En el único ítem que difieren los resultados es en el de adecuación de los dispositivos a los actores a los que busca involucrar.

Los resultados de este último elemento analizado son que el 69,2% se adecúa parcialmente a los actores, mientras que el resto (30,8%) se adecúan en forma total.

A partir de lo expuesto, se afirma que se determinó el predominio de la dimensión informativa en las acciones de comunicación de tecnología en la Estación Experimental Agropecuaria Rafaela del INTA, durante el período 2012-2013.

Por ese motivo, con la estrategia de comunicación propuesta en el año 2014, se buscará superar la transferencia, operando en otras dimensiones de la comunicación.

F. Referencias bibliográficas

ALEMANY, Carlos Enrique, 2008, "Volvió la Extensión... ¡y se armó la discusión!" en THORNTON, Ricardo y CIMADEVILLA, Gustavo (Editores), *Grisas de la extensión, la comunicación y el desarrollo*, Buenos Aires: INTA-UNRC.

ALEMANY, C., 2007, "Desafíos y encrucijadas de la Extensión rural Latinoamericana: del paradigma modernizante a la agroecología política". Trabajo de investigación presentado para acceder al DEA de la Universidad de Córdoba, España.

ALFARO, Rosa María (1993) *Una comunicación para otro desarrollo*, Lima: Calandria.

BARBERO, Jesús Martín, 1997, "Heredando el futuro. Pensando la educación desde la comunicación", en *Revista Nómadas* N° 5, Universidad Central: Colombia, [En línea] Disponible en: <http://www.ucentral.edu.co/images/editorial/nomadas/docs/nomadas_5_1_heredando.pdf> [Acceso 15/10/2014]

BELTRAN, Luis Ramiro; ISAZA, G.; RAMIREZ, F., 1976, *Bibliografía sobre investigaciones en comunicación para el desarrollo rural en América Latina*, Bogotá: Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo (CIID), Oficina regional para América Latina, División de ciencias de la información, 87 p.

BELTRÁN SALMÓN, Luis Ramiro, 2005, "La comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: un recuento de medio siglo", Presentado en el III Congreso Panamericano de la Comunicación, de la Carrera de Comunicación de la Universidad de Buenos Aires, del 12 al 16 de julio, [En línea] Disponible en:

<<http://www.portalcomunicacion.com/both/temas/lramiro.pdf>> [Acceso: 06/10/2014]

CIMADEVILLA, Gustavo y CARNIGLIA, Edgardo (Editores), 2004, *Comunicación, ruralidad y desarrollo*, Buenos Aires: INTA-Universidad Nacional de Río Cuarto.

DELEUZE, Gilles, 1990 “¿Qué es un dispositivo?”, en: *Michel Foucault, filósofo*, Barcelona: Gedisa.

DIAZ BORDENAVE, Juan, 1985, Resumen de la consultoría en Comunicación Rural y Capacitación a Distancia. Documentado Reservado, Santiago: RLAC, Pág. 2.

DIAZ BORDENAVE, Juan, 2012, “Comunicación y transferencia de tecnología”, en *Revista e-Cuaderno de comunicación*, Volumen 3, Open Journal System, Universidad Católica Boliviana San Pablo, Unidad Académica Regional Cochabamba, [En línea] Disponible en:

<<http://ucbconocimiento.ucbcba.edu.bo/index.php/ecc/article/view/633/599>> [Acceso: 06/10/2014]

FLORES-KASTANIS, Eduardo; MONTOYA-VARGAS, Juny; SUAREZ, Daniel H., 2009, “Investigación-acción participativa en la educación latinoamericana: un mapa de otra parte del mundo”, en *Revista mexicana de investigación educativa*, 14(40), 289-308. [En línea] <http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-66662009000100013&lng=es&tlng=en> [Acceso: 08/10/2014]

FREIRE, Paulo, 2002, 2005, 2008, 2009 (1970), *Pedagogía del oprimido*, Buenos Aires: Siglo XXI.

FREIRE, Paulo, 2007 (1973), *¿Extensión o comunicación? La concientización en el medio rural*, México: Siglo XXI.

FRIED SCHNITMAN, Dora (Comp.), 1994, *Nuevos paradigmas, cultura y subjetividad*, Buenos Aires: Paidós.

FUENTES NAVARRO, Raúl, 2005, "Everett Rogers (1931-2004) y la investigación Latinoamericana en comunicación", en *Comunicación y Sociedad Nueva Época*, México, Número 4, julio-diciembre, pp. 93-125. ISSN (Versión impresa): 0188-252X [En línea] <<http://www.redalyc.org/pdf/346/34600404.pdf>> [Acceso: 06/10/2014]

GALINDO CÁCERES, Luis Jesús, 2012, Entrevista [En línea] disponible en: <http://www.tendencias21.net/fluido/La-tercera-fundacion-de-la-comunicacion-en-Latinoamerica_a58.html> [Acceso: 15/10/2014]

GUMUCIO DAGRON, Alfonso, 2001, *Haciendo olas: historias de comunicación participativa para el cambio social*, New York: The Rockefeller Foundation.

INTA, 2006, *INTA, Medio siglo al servicio del campo argentino*, Buenos Aires: Ediciones INTA

KAPLUN, Mario, 1998, *Una pedagogía de la comunicación*, Madrid: Ediciones De la Torre, P. 65, ISBN: 84-7960-185-X

MASSONI, Sandra, 1990, 1992, *La comunicación como herramienta estratégica*, Pergamino: Secretaría de Estado de Agricultura, Ganadería y Pesca (SAGyP) – INTA, 72 páginas.

MASSONI, Sandra, 2000, "Estrategias de comunicación rural: hacia una ciencia social más comprometida con lo social y sus transformaciones", en *Anuario del Departamento de Ciencias de la Comunicación - Año 1999/2000*, Volumen 5, Rosario: UNR.

MASSONI, Sandra, 2000, "Estrategias de comunicación tiempo de investigarnos vivos", en *Revista Comunicación y Sociedad*, N° 37. Publicación del Departamento de Estudios de la Comunicación Social de la Universidad de Guadalajara, México.

MASSONI, Sandra; MASCOTTI, Mariana, 2000, "Apuntes para la comunicación en un mundo fluido: mediación es no mediar", GT Comunicación, Tecnología y Desarrollo del V Congreso Latinoamericano de Ciencias de la Comunicación, Edición Especial *Temas y Problemas/ALAIC*, Río Cuarto: Publicaciones de la Universidad Nacional de Río Cuarto, ISSN 1514-2159

MASSONI, Sandra; MASCOTTI, Mariana, 1992, "Diagnóstico comunicacional. Entre la desazón de la intemperie y la euforia de la construcción", en *Generación de conocimientos y formación de comunicadores*, México: Opción.

MASSONI, Sandra, 2002, "Estrategias de comunicación: una mirada comunicacional para la investigación sociocultural" en *Recepción y mediaciones. Casos de investigación en América latina. Enciclopedia Latinoamericana de sociocultura y comunicación*, OROZCO GÓMEZ, Guillermo, Buenos Aires-Caracas: Grupo Editorial Norma.

MASSONI, Sandra, 2003, *Estrategias de comunicación rural: un modelo de abordaje de la dimensión comunicacional para el desarrollo sostenible*

entendido como cambio social conversacional, Tesis doctoral, Facultad de Filosofía: Universidad de Buenos Aires.

MASSONI, Sandra, 2003, "Preguntar con imágenes. Una investigación no esencialista de las identidades, la emergencia de las diferencias y la pluralidad cultural", en *Revista Interscience* N°1, Brasil, ISSN 1679-9844

MASSONI, Sandra, 2004, "Estrategias de comunicación: un modelo de abordaje de la dimensión comunicacional para el desarrollo sostenible entendido como cambio social conversacional", en *Revista Temas y Debates*, N°8, pp.26 – 47, Rosario: UNR Editora.

MASSONI, Sandra, 2004, "La multidimensionalidad de lo real y el abordaje comunicacional para el desarrollo sostenible", en CIMADEVILLA, Gustavo y CARNIGLIA, Edgardo (Editores), *Comunicación, ruralidad y desarrollo. Mitos, paradigmas y dispositivos del cambio*, Buenos Aires: INTA-UNRC.

MASSONI, Sandra, 2005, *Saberes de la tierra mía. Historicidad de la comunicación rural en la región pampeana argentina*, Rosario: UNR Editora, 179 páginas, ISBN 950-673-510-7

MASSONI, Sandra, 2006, "La comunicación en los planes estratégicos urbanos: el imperialismo de lo simbólico y la mirada euclidiana sobre el mundo", en *Fisec Estrategias*, Año II, Revista N° 3, págs.19-32, [En línea] Revista completa disponible en <<http://www.fisec-estrategias.com.ar/>> [Acceso: 08/11/2013]

MASSONI, S., 2006, "Multi-dimensionality of reality and the communication approach for sustainable development" en: GUMUCIO-DAGRON, Alfonso y TUFTE Thomas (Eds.), *Communication for social*

change anthology: historical and contemporary readings, New Jersey, EE.UU: Communication for Social Change Consortium

MASSONI, Sandra, 2007, "Moebius, estrategia y comunicación" en *Revista Académica Estrategias* Año III N°7, 3 de agosto, FISEC, Ar, [En línea] Disponible en: <http://www.cienciared.com.ar/ra/usr/9/254/fisec07_m6pp29_41.pdf> [Acceso 15/10/2014]

MASSONI, Sandra, 2007, *Estrategias. Los desafíos de la comunicación en un mundo fluido*, Rosario: Homo Sapiens. ISBN 978-950-808-536-8

MASSONI, Sandra, 2008, "Comunicación y desarrollo. Encuentros en la diversidad" en THORNTON, Ricardo y CIMADEVILLA, Gustavo (Editores), *Grises de la extensión*, Buenos Aires: INTA-UNRC. [En línea] Disponible en: <http://www.tendencias21.net/fluido/Comunicacion-y-desarrollo-Encuentros-en-la-diversidad_a3.html> [Fecha de consulta: 8/11/2013]

MASSONI, Sandra (Comp.), 2009, *Tesis y trabajos de posgrado en comunicación rural*, Buenos Aires: Ediciones INTA, Volumen I, 340 páginas, 1° Ed., ISBN 978-987-1623-10-5

MASSONI, Sandra (Comp.), 2010, *Tesis y trabajos de posgrado en comunicación rural*, Buenos Aires: Ediciones INTA, Volumen II, 1° Ed., 328 páginas, ISBN 978-987-05-9544-1

MASSONI, Sandra, 2011, *Comunicación estratégica: comunicación para la innovación*, Rosario: Homo Sapiens, 200 páginas, ISBN 978-950-808-651.8

MASSONI, Sandra, 2012, "Elogio de la comunicación estratégica como algoritmo fluido de la diversidad. Comunicadores a las orillas de otra ciencia y de otra profesión" en *Revista Académica Estrategias*, Año VI N° 17, FISEC, Ar, (Con referato), ISSN 1669- 4015 [En línea] Disponible en: <http://www.cienciared.com.ar/ra/usr/9/254/fisec_estrategiasn17pp37_65.pdf> [Acceso: 15/10/2014]

MASSONI, Sandra, 2013, *Metodologías de la Comunicación estratégica: del inventario al encuentro sociocultural*, Rosario: Homo Sapiens, 194 páginas, ISBN 978-950-808-816-1

MASSONI, Sandra, 2013, "Comunicación estratégica: matrices de datos en la investigación enactiva" en *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación* Año X N° 18, ALAIC, Enero-Junio, con referato, ISSN 1807-3026, [En línea] Disponible en: <<http://www.alaic.net/revistaalaic/index.php/alaic/article/view/391/220>> [Acceso: 15/10/2014]

MATURANA, Humberto, y VARELA, Francisco, 2002, *El árbol del conocimiento*, Santiago de Chile: Editorial Universitaria.

MORIN, Edgar, 1983, (1977), *El Método. El conocimiento del conocimiento*, Madrid: Cátedra.

MORIN, Edgar, 2008, (1990), *Introducción al pensamiento complejo*, Buenos Aires: Gedisa.

NAJMANOVICH, Denise, 2008, *Mirar con nuevos ojos. Nuevos paradigmas en la ciencia y pensamiento complejo*, Buenos Aires: Biblos.

PEREZ, Rafael y MASSONI, Sandra, 2009, *Hacia una teoría general de la estrategia. El cambio de paradigma en el comportamiento humano, la*

sociedad y las instituciones, Madrid: Ariel Ediciones, 512 páginas, ISBN 978-84-344-1310-8

PRIETO CASTILLO, Daniel, 2007, *Comunicación para el desarrollo: entre los irrenunciables ideales y los juegos de poder*, en Seminario Internacional de Comunicación y Desarrollo. Encuentros en la diversidad, 2007, Buenos Aires: INTA.

PRIETO CASTILLO, Daniel, 1993, "Comunicación rural por impresos: entre la ilusión y el despilfarro", [En línea] Disponible en: <prietocastillo.com/comunicación> [Acceso: 8/10/2014]

PRIGOGINE, Ilya y STENGERS, Isabelle, 1983, (1979), *La Nueva Alianza: Metamorfosis de la ciencia*, Madrid: Alianza.

PRIGOGINE, I. *¿Tan sólo una ilusión? Una exploración del caos al orden*. Barcelona: Tusquets, 1983.

ROGERS, Everett M, 1962, *Diffusion of Innovations*, New York: The Free Press of Glencoe.

SCHEJTMAN, Alexander, 2009, Curso Desarrollo Rural, nuevos problemas y enfoques, Maestría en Estudios Sociales Agrarios, Buenos Aires: FLACSO, Clase 3: Desarrollo territorial rural, material de trabajo para clases.

SCHEJTMAN, Alexander, 2009, Curso Desarrollo Rural, nuevos problemas y enfoques, Maestría en Estudios Sociales Agrarios, Buenos Aires: FLACSO, Clase 4: Estrategia de desarrollo rural con enfoque territorial: una ilustración para la Argentina, material de trabajo para clases.

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*, Ediciones INTA, Buenos Aires.

PIOLA, Mariana, 2010, *Gestión de conocimiento y comunicación estratégica: su imbricación en el sistema científico tecnológico agropecuario argentino. Un modelo a partir de la deconstrucción/construcción en una Estación Experimental Agropecuaria del INTA*, Rosario, Argentina: Universidad Nacional de Rosario.

PRIGOGINE, Ilya, 1995, *¿Qué es lo que no sabemos?*, Conferencia pronunciada en el Forum Filosófico de la UNESCO, [En línea] Disponible en: <<http://serbal.pntic.mec.es/~cmunoz11/prigogine.pdf>> [Acceso: 15/10/2014]

THORNTON, Ricardo y CIMADEVILLA, Gustavo, 2003, *La extensión rural en debate. Concepciones, retrospectivas, cambios y estrategias para el MERCOSUR*, Buenos Aires: Ediciones INTA-Universidad Nacional de Río Cuarto.

THORNTON, Ricardo y CIMADEVILLA, Gustavo (Editores), 2008, *Grisés de la extensión, la comunicación y el desarrollo*, Buenos Aires: INTA-Universidad Nacional de Río Cuarto, 316 p., ISBN 978-987-22893-4-8, [En línea] Disponible en: <http://inta.gob.ar/documentos/grises-de-la-extension-la-comunicacion-y-el-desarrollo/at_multi_download/file/INTA_Grisés%20de%20la%20extensi%C3%B3n.pdf> [Acceso: 14/10/2014]

VARELA, Francisco, 2002, (1996) *Conocer: Las Ciencias Cognitivas: tendencias y perspectivas. Cartografía de las ideas actuales*, Barcelona, GEDISA.

**F.1. Otras publicaciones sobre investigaciones realizadas
con el modelo de comunicación estratégica**

MASSONI, S, MASCOTTI, M. y SPAGNOLO, J., 2013, *La comunicación del INTA Lechero. Investigación para el encuentro sociocultural*, Rafaela: Ediciones INTA, ISBN: 978-987-679-210-3

MASSONI, S., MARGHERIT, L., 2013, "Diseño de la Estrategia Comunicacional para el Plan Estratégico Apícola Nacional" en: MASSONI, Sandra, 2013, *Metodologías de la Comunicación estratégica: del inventario al encuentro sociocultural*, Rosario: Homo Sapiens, páginas 42-61

MASSONI, Sandra, MASCOTTI, Mariana, SPAGNOLO, Javier, 2012, "*Comunicación estratégica en lechería. Comunicación para la innovación*". Publicación de las XVI Jornadas nacionales de extensión rural y VIII del Mercosur, Con referato, Disponible on line en: http://www.aader.org.ar/XVI_jornada/trabajos/archivos/2012/054_trabajo_atm_massoni.pdf

BARRETO, Jorge, MARGHERIT, Luciana y MASSONI, Sandra, 2012, "Comunicación estratégica para la transformación del sector apícola argentino", Publicación de las XVI Jornadas nacionales de extensión rural y VIII del Mercosur, (Con referato)

MASSONI, S., MARGHERIT, L., 2011, Informe de investigación Diagnóstico Comunicacional Estratégico Apícola, Proyecto Específico Red de Comunicación estratégica para la Apicultura Argentina, UNR-INTA

MASSONI, Sandra, BUSSI, Alejandro y RUGGERI, Susana, 2003, "Proyecto de educación ambiental sobre residuos urbanos. Comunicación para el desarrollo sostenible" en el libro del *VII Congreso internacional SiGraDi2003*, Sociedad Iberoamericana de Gráfica Digital, Universidad Nacional de Rosario, Argentina, 412 páginas, Rosario: Laborde Editor, ISBN 987-9459-51-2

MASSONI, Sandra, MARONI, J. y GARGICEVICH, Adrián, 2002, “Diagnóstico comunicacional sobre las percepciones diferenciales del problema de la sostenibilidad del sistema agrícola en Casilda”, en *Revista de Investigaciones de la Facultad de Ciencias Agrarias Universidad Nacional de Rosario*, Año 2 Número 2, (Con referato), 108 páginas, Rosario: UNR Editora, ISSN 1515-9116

MASSONI, Sandra, 2002, “Historicidad de la comunicación rural en la pampa argentina” en *Revista de investigaciones agropecuarias*, Volumen 31 N° 1, (Con referato), pp. 139-158, Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria, Buenos Aires: INTA, ISBN 0325-8718

F.2. Fuentes documentales

BOLETÍN OFICIAL, Decreto-Ley N° 21680 del 10 de diciembre de 1956, Creación del Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria de Argentina (INTA), [en línea] disponible en: <<http://inta.gob.ar/documentos/boletin-oficial-creacion-del-inta>> [Fecha de consulta: 06/10/2014]

INSTITUTO NACIONAL DE INVESTIGACIONES FORESTALES Y PECUARIAS DE MÉXICO (INIFAP), Objetivos, [En línea] disponibles en: <<http://www.inifap.gob.mx/SitePages/default.aspx>> [Acceso: 06/10/2014]

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES AGROPECUARIAS DE CHILE (INIA), Misión, [En línea] Disponible en: <<http://www.inia.cl/acerca-de-inia/>> [Acceso: 06/10/2014]

INSTITUTO NACIONAL DE INVESTIGACIÓN AGROPECUARIA DE URUGUAY (INIA), Ley de creación [En línea], Disponible en: <<http://www.inia.uy/marco-institucional/Ley-de-Creación>> [Acceso: 06/10/2014]

INTA, 2004, *El INTA que queremos. Plan Estratégico Institucional 2005-2015*, [En línea] Disponible en: <http://inta.gob.ar/documentos/plan-estrategico-institucional-2005-2015/at_multi_download/file/Plan%20Estrategico%20INTA%20%282005-2015%29.pdf> [Acceso: 15/10/2014]

INSTITUTO NACIONAL DE TECNOLOGÍA AGROPECUARIA, 2007, *Enfoque de desarrollo territorial*, Documento de trabajo N° 1, 1° Ed.: Programa Nacional de Apoyo al Desarrollo de los Territorios, 16 p.; 28x20 cm, Buenos Aires: INTA. Disponible en: http://inta.gob.ar/documentos/enfoque-de-desarrollo-territorial/at_multi_download/file/enfoque.pdf

INSTITUTO NACIONAL DE TECNOLOGÍA AGROPECUARIA, 2008, “La comunicación en los procesos de desarrollo territorial”, Documento de trabajo N° 3, Programa Nacional de Apoyo al Desarrollo de los Territorios, Buenos Aires: INTA.

INSTITUTO NACIONAL DE TECNOLOGÍA AGROPECUARIA, 2012, Proyecto Regional con Enfoque Territorial “Contribución al Desarrollo Territorial Sustentable de la Zona Ganadera del Centro-Norte de Santa Fe”.

INSTITUTO NACIONAL DE TECNOLOGÍA AGROPECUARIA, 2012, Proyecto Regional con Enfoque Territorial “Desarrollo Territorial Sustentable de la Zona Mixta de Santa Fe”.

INSTITUTO NACIONAL DE TECNOLOGÍA AGROPECUARIA, 2012, Proyecto Regional con Enfoque Territorial “Fortalecimiento del Desarrollo Territorial Sustentable de la Zona Litoral Centro”.

INSTITUTO NACIONAL DE TECNOLOGÍA AGROPECUARIA, 2010, Proyecto Específico de Comunicación Estratégica en Lechería, [En línea] Resumen ejecutivo disponible en: <<http://inta.gob.ar/proyectos/pnlec-071102>> [Acceso: 06/10/2014]

INSTITUTO NACIONAL DE TECNOLOGÍA AGROPECUARIA, 2010, Proyecto Específico Red de Comunicación Estratégica para la Apicultura argentina, Resumen ejecutivo disponible en: <<http://inta.gob.ar/proyectos/pnapi-122032>>

UNIVERSIDAD NACIONAL DE ROSARIO, Declaración de Autonomía disciplinar en Comunicación Social, [En línea] Disponible en:

<<http://www.fcpolit.unr.edu.ar/conquista-de-la-autonomia-disciplinar-en-comunicacion-social/>> [En línea] [Acceso: 06/10/2014]

G. Anexos

Anexo 1

Tablas de sistematización de dispositivos

Número	1
Imagen	
Nombre	Micro de TV “5 minutos con el INTA”
Tipo	Producto
Objetivo	Informar sobre nuevas tecnologías de producción y ofrecer recomendaciones técnicas sobre lechería bovina.
Soporte	Video (DVD / virtual)
Eje temático	Lechería
Año de inicio	Agosto de 2007
Fecha de fin	Marzo 2013
Periodicidad	4 micros de TV por mes/1 micro por semana
Permanencia	Más de 5 años
Organizadores	Áreas de extensión y comunicación del INTA Rafaela.
Participantes	Investigadores, extensionistas y técnicos del INTA Rafaela, profesionales asesores, técnicos y operarios de las 7 Agencias de Extensión Rural que dependen del INTA Rafaela; técnicos, profesionales y otros actores de instituciones vinculados a la producción de leche y a la gestión de empresas agropecuarias.
Alcance	Alcance local, regional y nacional.

Número	2
Imagen	
Nombre	Micro de radio “3 minutos con el INTA”
Tipo	Producto
Objetivo	Informar sobre tecnologías de producción, ofrecer recomendaciones técnicas, y promover actividades de capacitación y/o espacios de comunicación de tecnología agropecuaria.
Soporte	Audio (Virtual en página web institucional)
Ejes temáticos	Lechería, agronomía, apicultura, huerta orgánica, recursos naturales, ganadería de carne, producciones hortícolas y frutales, otros
Año de inicio	Década de 1980
Fecha de fin	Continúa
Periodicidad	2 micros de radio por semana
Permanencia	Más de 30 años
Organizadores	Áreas de extensión y comunicación del INTA Rafaela.
Participantes	Investigadores y extensionistas del INTA Rafaela, profesionales asesores y técnicos de las 7 AER's; técnicos, profesionales y otros actores de instituciones vinculadas a la producción agropecuaria.
Alcance	Alcance local y regional


Número	3
Imagen	
Nombre	Artículos técnicos para revistas del sector agropecuario
Tipo	Producto
Objetivo	Informar sobre tecnologías de producción agropecuaria y/o recomendaciones técnicas.
Soporte	Virtual
Eje temático	lechería, agronomía, apicultura, recursos naturales, ganadería de carne, producciones hortícolas y frutales, otros
Año de inicio	Sin datos
Fecha de fin	Continúa
Periodicidad	Variable según la producción técnica disponible
Permanencia	Más de 30 años
Organizadores	Áreas de extensión, investigación y comunicación del INTA Rafaela.
Participantes	Profesionales y técnicos del INTA Rafaela y sus 7 AER's
Alcance	Local, regional, nacional, según la tirada de cada revista

Número	4
Imagen	
Nombre	Artículos institucionales para medios
Tipo	Producto
Objetivo	Informar sobre cambios en la institución que inciden en el medio agropecuario, propuestas y enfoques de trabajo institucionales
Soporte	Virtual (correo electrónico y página web institucional)
Eje temático	Novedades institucionales
Año de inicio	2005 aproximadamente
Fecha de fin	Continúa
Periodicidad	Variable, según información disponible
Permanencia	Más de 5 años
Organizadores	Áreas de extensión y comunicación del INTA Rafaela.
Participantes	Técnicos, investigadores y extensionistas del INTA Rafaela y sus 7 AER's
Alcance	Local, regional y/o nacional.


Número	5
Imagen	
Nombre	Notas internas
Tipo	Producto
Objetivo	Informar al personal del INTA Rafaela y sus 7 Agencias de Extensión sobre las actividades internas de la institución, reuniones, visitas, premios y reconocimientos.
Soporte	Virtual (correo electrónico institucional)
Eje temático	Actividades institucionales internas
Año de inicio	2005 aproximadamente
Fecha de fin	Continúa
Periodicidad	Variable, según información disponible
Permanencia	Más de 5 años
Organizadores	Áreas de extensión y comunicación del INTA Rafaela.
Participantes	Técnicos, investigadores y extensionistas del INTA Rafaela y sus 7 AERs
Alcance	Interno


Número	6
Imagen	
Nombre	Promoción de actividades y eventos
Tipo	Producto
Objetivo	Informar sobre actividades de capacitación, jornadas, charlas y demás eventos futuros en el INTA Rafaela y sus 7 AERs
Soporte	Virtual, correo electrónico y página web del INTA Rafaela y/o de las AERs
Eje temático	Lechería, agronomía, apicultura, recursos naturales, ganadería de carne, producciones hortícolas y frutales, otros
Año de inicio	2005 aproximadamente
Fecha de fin	Continúa
Periodicidad	Variable, según información disponible
Permanencia	Más de 5 años
Organizadores	Áreas de extensión y comunicación del INTA Rafaela.
Participantes	Técnicos, investigadores y extensionistas del INTA Rafaela y sus 7 AERs
Alcance	Local, regional, nacional e internacional.

Número	7
Imagen	
Nombre	Crónicas de eventos
Tipo	Producto
Objetivo	Informar cronológica y detalladamente sobre actividades ocurridas en el INTA Rafaela o sus AERs
Soporte	Virtual, correo electrónico y pagina web institucional
Eje temático	Lechería, agronomía, apicultura, huerta orgánica, recursos naturales, ganadería de carne, producciones intensivas hortícolas y frutales, otros
Año de inicio	2005 aproximadamente
Fecha de fin	Continúa
Periodicidad	Variable, según información disponible
Permanencia	Más de 5 años
Organizadores	Áreas de extensión y comunicación del INTA Rafaela.
Participantes	Técnicos, investigadores y extensionistas del INTA Rafaela y sus 7 AERs
Alcance	Local, regional.

Número	8
Imagen	 <p>Jornada sobre regulación de cosechadoras de maíz. Co-laborando para el campo.</p> <p>Jornada para docentes en Carlos Pellegrini. El suelo en sus manos</p>
Nombre	Noticias
Tipo	Producto
Objetivo	Dar a conocer novedades apenas ocurren, o nuevas actividades del INTA Rafaela y sus AERs con la mayor anticipación posible
Soporte	Virtual, correo electrónico y pagina web institucional
Eje temático	Lechería, agronomía, apicultura, huerta orgánica, recursos naturales, ganadería de carne, producciones intensivas hortícolas y frutales, otros
Año de inicio	2005 aproximadamente
Fecha de fin	Continúa
Periodicidad	Variable, según información disponible
Permanencia	Más de 5 años
Organizadores	Áreas de extensión y comunicación del INTA Rafaela.
Participantes	Técnicos, investigadores y extensionistas del INTA Rafaela y sus 7 AERs
Alcance	Local, regional, nacional e internacional.

Número	9
Imagen	
Nombre	Material didáctico
Tipo	Producto
Objetivo	Mostrar información técnica en forma lúdica a niños que asisten a eventos organizados por el INTA Rafaela.
Soporte	Papel, cartulina, syntra
Eje temático	Lechería, agronomía, apicultura, huerta orgánica, recursos naturales, ganadería de carne, producciones hortícolas y frutales, entre otros.
Año de inicio	2005 aproximadamente
Fecha de fin	Continúa
Periodicidad	Variable
Permanencia	Más de 5 años
Organizadores	Áreas de extensión y de comunicación del INTA Rafaela
Participantes	Técnicos, investigadores y extensionistas del INTA Rafaela y sus 7 AERs
Alcance	Local y/o regional

Número	10
Imagen	
Nombre	Videos para eventos internos (presentaciones, evaluaciones, reuniones)
Tipo	Producto
Objetivo	Evaluar eventos o actividades; funcionar como disparador de conversaciones en reuniones; motivar grupos; reflexionar a partir de las imágenes; entre otros.
Soporte	Video (DVD) virtual (formato MP4)
Eje temático	Lechería, agronomía, apicultura, recursos naturales, ganadería de carne, producciones hortícolas y frutales, otros
Año de inicio	2005 aproximadamente
Fecha de fin	Continúa
Periodicidad	Variable
Permanencia	Más de 5 años
Organizadores	Áreas de extensión y comunicación del INTA Rafaela.
Participantes	Técnicos, investigadores y extensionistas del INTA Rafaela y sus 7 AERs.
Alcance	Interno

Número	11
Imagen	
Nombre	Videos técnicos
Tipo	Producto
Objetivo	Complementar y potenciar información generada en los proyectos de desarrollo del INTA Rafaela y sus 7 AERs, (prácticas, campañas, alertas, situaciones de emergencia). Mostrar resultados de investigaciones sobre tecnología agropecuaria a distintos públicos que se relacionan con la misma.
Soporte	Video (DVD) virtual (MP4)
Eje temático	Lechería, agronomía, apicultura, recursos naturales, ganadería de carne, producciones hortícolas y frutales, otros
Año de inicio	2005 aproximadamente
Fecha de fin	Continúa
Periodicidad	Variable
Permanencia	Más de 5 años

Organizadores	Áreas de extensión y comunicación del INTA Rafaela.
Participantes	Técnicos, investigadores y extensionistas del INTA Rafaela y sus 7 AERs.
Alcance	Local, regional, nacional e internacional.

Número	12
Imagen	
Nombre	Videos de promoción y/o invitación a jornadas, eventos, cursos
Tipo	Producto
Objetivo	Reforzar la difusión de actividades y eventos organizados por el INTA Rafaela y sus 7 AERs
Soporte	Video virtual
Eje temático	Lechería, agronomía, apicultura, recursos naturales, ganadería de carne, producciones hortícolas y frutales, otros
Año de inicio	2010
Fecha de fin	Continúa
Periodicidad	Variable
Permanencia	Más de 3 años
Organizadores	Áreas de extensión y comunicación del INTA Rafaela.
Participantes	Técnicos, investigadores y extensionistas del INTA Rafaela y sus 7 AERs
Alcance	Local, regional, nacional e internacional.

Número	13
Imagen	
Nombre	Folleto técnicos
Tipo	Producto
Objetivo	Informar qué hacer ante alguna problemática de tecnología agropecuaria, de manera concisa, concreta y directa.
Soporte	Papel, virtual (pdf, Word)
Eje temático	Lechería, agronomía, apicultura, recursos naturales, ganadería de carne, producciones hortícolas y frutales, otros
Año de inicio	Sin datos
Fecha de fin	Continúa
Periodicidad	Variable
Permanencia	Más de 20 años
Organizadores	Áreas de extensión y comunicación del INTA Rafaela.
Participantes	Investigadores, comunicadores, técnicos, diseñadores gráficos y extensionistas del INTA Rafaela y sus 7 AERs
Alcance	Local, regional, nacional.

Número	14
Imagen	
Nombre	Afiches de eventos
Tipo	Producto
Objetivo	Reforzar la difusión de eventos del INTA Rafaela y sus AERs
Soporte	Papel, virtual (jpg, pdf)
Eje temático	Lechería, agronomía, apicultura, recursos naturales, ganadería de carne, producciones hortícolas y frutales, otros
Año de inicio	Sin datos
Fecha de fin	Continúa
Periodicidad	Variable
Permanencia	Más de 20 años
Organizadores	Áreas de extensión y comunicación del INTA Rafaela y de las 7 AER's
Participantes	Extensionistas, investigadores, diseñador gráfico, otros.
Alcance	Local, regional, nacional.

Número	15
Imagen	
Nombre	Volantes de promoción
Tipo	Producto
Objetivo	Reforzar la difusión de eventos del INTA Rafaela y sus AERs
Soporte	Papel, virtual (jpg, pdf)
Eje temático	Lechería, agronomía, apicultura, recursos naturales, ganadería de carne, producciones hortícolas y frutales, otros
Año de inicio	Sin datos
Fecha de fin	Continúa
Periodicidad	Variable
Permanencia	Más de 20 años
Organizadores	Comunicadores y extensionistas del INTA Rafaela y sus 7 AER's
Participantes	Extensionistas, investigadores, diseñador gráfico, otros.
Alcance	Local, regional, nacional.

Número	16
Imagen	<p>The image contains three posters. The first, 'Cosecha de agua para uso familiar', illustrates a rainwater harvesting system with a roof, gutter, and storage tank. The second, 'Sistema de tratamiento para los efluentes generados en el tambo', shows a wastewater treatment process involving a settling tank, two facultative lagoons, and an anaerobic lagoon, with associated equipment like a camera and floor drain. The third, 'Primera Jornada Lechera', is a promotional poster for a dairy event on June 15th, titled '¿Cómo lograr la mejor alfalfa?' and listing five steps for alfalfa production.</p>
Nombre	Banners / posters
Tipo	Producto
Objetivo	Mostrar resumidamente actividades de extensión y/o investigación del INTA Rafaela y sus AERs
Soporte	Lona plástica, papel ilustración, cartulina, otros
Eje temático	Lechería, agronomía, apicultura, recursos naturales, ganadería de carne, producciones hortícolas y frutales, otros
Año de inicio	2005 aproximadamente
Fecha de fin	Continúa
Periodicidad	Variable
Permanencia	Más de 5 años
Organizadores	Comunicadores y extensionistas del INTA Rafaela y sus 7 AER's
Participantes	Extensionistas, investigadores, diseñador gráfico, otros.
Alcance	Local, interno o en eventos específicos en otras instituciones y/o espacios de reunión

Número	17
Imagen	
Nombre	Carteles varios
Tipo	Producto
Objetivo	Identificar eventos institucionales, mostrar información sobre tecnologías que se muestran en diferentes sitios de la Estación Experimental, ornamentar espacios, entre otros.
Soporte	Lona plástica, madera, metal, syntra, corrugado plástico, alto impacto, caño estructural
Eje temático	Lechería, agronomía, apicultura, recursos naturales, ganadería de carne, producciones hortícolas y frutales, otros.
Año de inicio	Sin datos
Fecha de fin	Continúa
Periodicidad	Variable
Permanencia	Más de 20 años
Organizado	Áreas de comunicación, de extensión y de mantenimiento


res	del INTA Rafaela.
Participantes	Profesionales y técnicos de las mencionadas áreas, además de personal especializado en diseño, impresión y colocación de cartelería.
Alcance	Local, regional, nacional, internacional

Número	18
Imagen	<p>The image contains three photographs of institutional signage. The top-left photo shows a blue vertical banner with the INTA logo and text: 'Estación Experimental Agropecuaria Rafaela', 'Centro Regional Santa Fe', 'Ministerio de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos', and 'INIA Rafaela'. The top-right photo shows a white horizontal banner with the INTA logo and text: 'Estación Experimental Agropecuaria Rafaela', 'Centro Regional Santa Fe'. The bottom photo shows a blue sign with the INTA logo and text: 'Ministerio Nacional de Tecnología Agropecuaria', 'Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos', 'Tambo Experimental', 'Campo Roca', 'Sistema de Producción de Leche', and 'Asociación Cooperadora INTA Rafaela'.</p>
Nombre	Cartelería institucional
Tipo	Producto
Objetivo	Identificar gráficamente edificios, salas, unidades de producción, sitios de reunión y/o de realización de eventos de la institución.
Soporte	Lona plástica, madera, metal, syntra, corrugado plástico, alto impacto, otros
Eje temático	Información institucional
Año de inicio	Sin datos
Fecha de fin	Continúa
Periodicidad	Variable
Permanencia	Más de 30 años
Organizadores	Comunicadores, extensionistas, personal de mantenimiento

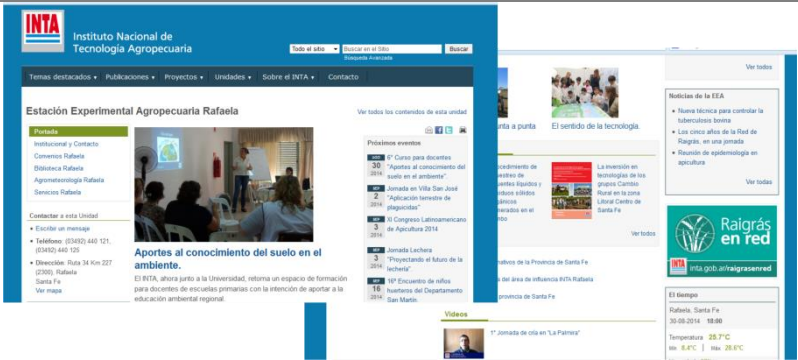
Participantes	Profesionales y técnicos de comunicación y extensión, personal especializado en diseño, impresión y colocación de cartelería.
Alcance	Local.

Número	19
Imagen	
Nombre	Hojas informativas de lechería para productores
Tipo	Producto
Objetivo	Acercar al productor lechero información resumida y recomendaciones sobre la gestión de los establecimientos.
Soporte	Papel, virtual (pdf para correo electrónico)
Eje temático	Lechería
Año de inicio	2006
Fecha de fin	2013
Periodicidad	Bimestral
Permanencia	Más de 5 años
Organizadores	Extensionistas y comunicadores
Participantes	Técnicos, investigadores y extensionistas del INTA Rafaela y sus 7 AERs
Alcance	Local, regional, nacional.

Número	20
Imagen	
Nombre	Publicaciones (libros, manuales, revistas)
Tipo	Producto
Objetivo	Reunir información técnica para poner a disposición de diversos públicos y/o para ser utilizada en jornadas, cursos y capacitaciones
Soporte	Papel, virtual (pdf)
Eje temático	Lechería, agronomía, apicultura, recursos naturales, ganadería de carne, producciones intensivas hortícolas y frutales, otros
Año de inicio	Sin datos
Fecha de fin	Continúa
Periodicidad	Variable
Permanencia	Más de 20 años
Organizadores	Extensionistas, investigadores y comunicadores del INTA Rafaela y sus 7 AER's
Participantes	Técnicos, extensionistas e investigadores del INTA Rafaela y sus 7 AERs, técnicos y profesionales de otras unidades del INTA, diseñador gráfico, otros.
Alcance	Local, regional, nacional.

Número	21
Imagen	
Nombre	Compendio de trabajos e investigaciones
Tipo	Producto
Objetivo	Reunir y publicar resúmenes de investigaciones realizadas en el INTA Rafaela y sus AER's durante el último año previo a su publicación
Soporte	Virtual (pdf)
Eje temático	Lechería, agronomía, apicultura, recursos naturales, ganadería de carne, desarrollo rural, producciones hortícolas y frutales, otros
Año de inicio	Sin datos
Fecha de fin	2013
Periodicidad	Anual
Permanencia	Más de 10 años
Organizadores	Comisión de publicaciones del INTA Rafaela, investigadores y comunicadores
Participantes	Técnicos, extensionistas e investigadores del INTA Rafaela y sus 7 AERs, de otras unidades del INTA e instituciones vinculadas.
Alcance	Local, regional.


Número	22
Imagen	
Nombre	Diario del veterinario
Tipo	Producto
Objetivo	Compartir resultados de investigación del INTA Rafaela sobre lechería bovina.
Soporte	Papel, virtual (pdf)
Eje temático	Lechería
Año de inicio	2008
Fecha de fin	2011
Periodicidad	Anual
Permanencia	Más de 3 años
Organizadores	Médicos veterinarios investigadores, extensionistas y comunicadores del INTA Rafaela y sus 7 AER's
Participantes	investigadores, extensionistas, comunicadores, diseñador gráfico
Alcance	Local, regional.


Número	23
Imagen	
Nombre	Página web INTA Rafaela
Tipo	Producto
Objetivo	Publicar noticias, eventos, servicios y material técnico producido en el INTA Rafaela y sus 7 AERs.
Soporte	Virtual, en http://inta.gob.ar/idades/611000
Eje temático	Lechería, agronomía, apicultura, huerta orgánica, recursos naturales, ganadería de carne, producciones hortícolas y frutales, información institucional, servicios, eventos y actividades, entre otros.
Año de inicio	2011 (formato actual)
Fecha de fin	Continúa
Periodicidad	Variable, según información disponible
Permanencia	Más de 2 años
Organizadores	Comunicadores y profesionales del área de sistemas informáticos.
Participantes	Investigadores, extensionistas, ingenieros en sistemas, comunicadores, becarios, pasantes y otros del INTA Rafaela y sus 7 AERs.
Alcance	Local, regional, nacional e internacional.

2.3.1. Espacios

Número	24
Imagen	
Nombre	Visitas guiadas
Tipo	Espacio
Objetivo	Mostrar el trabajo de la institución y sus líneas de investigación y extensión a escuelas y contingentes de estudiantes, profesionales, productores y/o técnicos nacionales e internacionales.
Eje temático	Información institucional, lechería, agronomía, apicultura, recursos naturales, otros
Año de inicio	2008
Fecha de fin	Continúa
Periodicidad	Variable
Permanencia	Más de 5 años
Organizadores	Comunicadores, extensionistas y Dirección del INTA Rafaela
Participantes	Comunicadores, extensionistas e investigadores del INTA Rafaela, grupos de visitantes de escuelas, empresas lácteas, productores, instituciones, otros.
Alcance	Local, regional, nacional e internacional.


Número	25
Imagen	
Nombre	Prensa institucional
Tipo	Espacio
Objetivo	Relacionarse con medios e instituciones del sector agropecuario, proveer información técnica, notas periodísticas, convocatoria a medios para cobertura de eventos, organización de agendas con técnicos y/o autoridades y envío de textos e imágenes a medios que los demanden.
Eje temático	Lechería, agronomía, apicultura, recursos naturales, ganadería de carne, producciones hortícolas y frutales, otros
Año de inicio	Sin datos
Fecha de fin	Continúa
Periodicidad	Variable
Permanencia	Más de 20 años
Organizadores	Comunicadores y extensionistas del INTA Rafaela y sus 7 AERs
Participantes	Extensionistas, investigadores, personal de apoyo del INTA Rafaela y sus 7 AERs; comunicadores y periodistas de medios agropecuarios
Alcance	Variable según alcance propio de cada medio: local, regional y/o nacional

Número	26
Imagen	
Nombre	Jornada de cultivos de verano
Tipo	Espacio
Objetivo	Mostrar los resultados de las campañas de cultivos y presentar datos obtenidos en ensayos, nuevas variedades de cultivos y de manejo agronómico.
Eje temático	Agronomía
Año de inicio	2000
Fecha de fin	Continúa
Periodicidad	Anual, en octubre
Permanencia	Más de 10 años
Organizadores	Investigadores, técnicos y personal de apoyo del área de agronomía.
Participantes	Estudiantes y profesionales agrónomos, personal del INTA Rafaela y sus 7 AERs.
Alcance	Local y regional.

Número	27
Imagen	
Nombre	Jornada de cultivos de invierno
Tipo	Espacio
Objetivo	Mostrar los resultados de las campañas de cultivos y presentar datos obtenidos en ensayos, nuevas variedades de cultivos y de manejo agronómico. Influencia del clima, del suelo y del agua en los cultivos.
Eje temático	Agronomía
Año de inicio	2000
Fecha de fin	Continúa
Periodicidad	Anual, a fines de abril-principios de mayo
Permanencia	Más de 10 años
Organizadores	Investigadores, técnicos y personal de apoyo del área de agronomía.
Participantes	Estudiantes y profesionales agrónomos, personal del INTA Rafaela y sus 7 AERs.
Alcance	Local y regional.

Número	28
Imagen	
Nombre	Jornada para productores
Tipo	Espacio
Objetivo	Mostrar a los productores agropecuarios todos los trabajos sobre tecnología agropecuaria que se hacen en la Estación Experimental Agropecuaria INTA Rafaela.
Eje temático	Lechería, agronomía, apicultura, recursos naturales, ganadería de carne, producciones hortícolas y frutales, otros
Año de inicio	Década de 1980
Fecha de fin	2012
Periodicidad	Bienal al inicio, luego variable
Permanencia	Más de 30 años
Organizadores	Dirección del INTA Rafaela, investigadores y

	extensionistas.
Participantes	Investigadores, extensionistas, comunicadores, personal de apoyo, personal técnico y profesional de las 7 AER's, otros.
Alcance	Local, regional.

Número	29
Imagen	
Nombre	Curso Internacional de Lechería para profesionales de América Latina
Tipo	Espacio
Objetivo	Brindar una actualización integral sobre temas claves que hacen a la producción de leche eficiente y de calidad, a profesionales vinculados a la cadena láctea bovina de todos los países de América Latina.
Eje temático	Lechería
Año de inicio	1981
Fecha de fin	Continua
Periodicidad	Bienal
Permanencia	Más de 30 años.
Organizadores	Dirección, extensionistas, investigadores y comunicadoras del INTA Rafaela
Participantes	Dirección, extensionistas, investigadores, comunicadores, personal de apoyo y técnico del INTA Rafaela, profesionales latinoamericanos que trabajan lechería bovina (veterinarios, ingenieros agrónomos, ingenieros zootecnistas, otros)
Alcance	Local, regional, nacional, internacional

Número	30
Imagen	
Nombre	Jornadas escolares “Desde el suelo pensemos en el medio ambiente”
Tipo	Espacio
Objetivo	Favorecer el aprendizaje de algunos conceptos: suelo, conservación, recursos no renovables, medio ambiente, relación suelo-planta-animal-hombre, maquinaria agrícola, residuos que contaminan el suelo, por parte de niños de 4° y 5° grado de escuelas primarias de Rafaela y su zona de influencia.
Eje temático	Recursos naturales (suelo, ambiente, agua), huerta, agronomía y lechería
Año de inicio	1998
Fecha de fin	Continúa
Periodicidad	Anual, en los meses de agosto o septiembre
Permanencia	Más de 10 años
Organizadores	Profesionales del INTA Rafaela (de las áreas recursos naturales, lechería, Pro Huerta y agronomía), en conjunto con la Municipalidad de la ciudad de Rafaela.
Participantes	Alumnos y docentes de 4° y 5° grado de escuelas primarias, provenientes de escuelas de Rafaela y


	<p>localidades de la zona de influencia de la Estación Experimental. Profesionales y personal de apoyo de las áreas recursos naturales, lechería, Pro Huerta y agronomía del INTA Rafaela y sus 7 AERs.</p> <p>Comunicadoras en toma de fotos y redacción de crónica periodística.</p>
Alcance	Local, regional.

Número	31
Imagen	
Nombre	Stand institucional en la Exposición Rural de Rafaela
Tipo	Espacio
Objetivo	Presencia institucional en la exposición más grande del agro en la ciudad.
Eje temático	Lechería, agronomía, apicultura, huerta orgánica, recursos naturales, ganadería de carne, producciones intensivas hortícolas y frutales, otros
Año de inicio	Década de 1980
Fecha de fin	Continúa
Periodicidad	Anual, en el mes de agosto
Permanencia	Más de 30 años
Organizadores	Dirección del INTA Rafaela, junto a las áreas de comunicación y extensión.
Participantes	Comunicadores, extensionistas, investigadores, becarios, pasantes y personal de apoyo de la institución

	y –desde el año 2013- el stand institucional se organiza en conjunto con el INTI ⁶² (Instituto Nacional de Tecnología Industrial).
Alcance	Local, regional


⁶² INTI: Instituto Nacional de Tecnología Industrial / INTI Lácteos: Dependencia del INTI dedicada a la investigación y desarrollo en Lechería. Ambas son instituciones del Estado Nacional que comparten con el INTA el terreno donde se ubican físicamente las sedes de ambos institutos, además de trabajar en forma conjunta en proyectos de investigación y desarrollo sobre diversas temáticas comunes. Web: www.inti.gob.ar

Número	32
Imagen	
Nombre	Encuentro de Escuelas Agrotécnicas
Tipo	Espacio
Objetivo	Generar un intercambio entre el INTA, sus productos y espacios, y las necesidades de los jóvenes estudiantes de escuelas agrotécnicas, sobre la producción agropecuaria y su continuidad, en el marco de una nueva ruralidad.
Eje temático	Lechería, agronomía
Año de inicio	2013
Fecha de fin	Continúa
Periodicidad	Variable
Permanencia	Menos de un año
Organizadores	Extensionistas, comunicadores, investigadores y técnicos del INTA Rafaela.
Participantes	Estudiantes de los últimos años de escuelas agrotécnicas de la zona de influencia del INTA Rafaela y de provincias vecinas, con sus respectivos docentes.
Alcance	Local, regional y nacional.

Número	33
Imagen	
Nombre	Jornada de forrajeras tropicales “Más pastos, más producción”
Tipo	Espacio
Objetivo	Dar a conocer datos productivos, resultados de investigaciones en mejoramiento genético y nuevos cultivares de forrajeras tropicales (conocidas comúnmente como pasturas megatérmicas)
Eje temático	Pasturas tropicales
Año de inicio	2013
Fecha de fin	Continúa
Periodicidad	Variable
Permanencia	Menos de un año
Organizadores	Dirección, investigadores y comunicadores del INTA Rafaela.
Participantes	Investigadores, profesionales, estudiantes de ciencias agrarias y extensionistas del INTA Rafaela, de otras unidades del INTA y de la actividad privada.
Alcance	Local, regional y nacional.

Número	34
Imagen	
Nombre	Visitas a la Unidad de Producción de leche Campo Roca
Tipo	Espacio
Objetivo	Mostrar a los productores lecheros que -mediante la implementación de tecnologías de procesos y capacitación del personal y trabajo en equipo- es posible producir leche en un sistema pastoril.
Eje temático	Lechería
Año de inicio	Década de 1990
Fecha de fin	Continúa
Periodicidad	Variable
Permanencia	Más de 10 años
Organizadores	Dirección y extensionistas del INTA Rafaela
Participantes	Investigadores, extensionistas, tambero, productores de leche, profesionales, técnicos, estudiantes de ciencias agrarias y veterinarias, entre otros.
Alcance	Local, regional, nacional e internacional.

Número	35
Imagen	
Nombre	Seminarios internos
Tipo	Espacio
Objetivo	Generar un lugar de conocimiento y discusión interno para que todos los compañeros del INTA puedan mostrar lo que hacen y conocer lo que hacen los demás.
Eje temático	Lechería, agronomía, apicultura, desarrollo rural, recursos naturales, ganadería de carne, producciones intensivas hortícolas y frutales, otros
Año de inicio	2007
Fecha de fin	Continúa
Periodicidad	Mensual
Permanencia	Más de 5 años
Organizadores	Director e investigadores integrantes de la Comisión de Seminarios Internos del INTA Rafaela.
Participantes	Profesionales, técnicos y becarios del INTA Rafaela y sus 7 AER's
Alcance	Interno

Número	36
Imagen	
Nombre	Curso para transportistas de leche
Tipo	Espacio
Objetivo	Enseñar al personal que ejecuta los procedimientos de muestreo de leche, las mediciones de volumen y de temperatura, incluyendo además al personal que debe controlar y supervisar estos procedimientos y al involucrado en los sistemas de calidad.
Eje temático	Lechería
Año de inicio	2006
Fecha de fin	Continua
Periodicidad	Variable
Permanencia	Más de 5 años
Organizadores	Investigadores y técnicos del INTA Rafaela y del INTI Lácteos
Participantes	Transportistas de leche de diferentes empresas lácteas, Profesionales y técnicos del INTA y del INTI Lácteos, Gobierno Nacional, Gobiernos Provinciales y personal de las industrias lácteas.
Alcance	Local y regional.


Número	37
Imagen	
Nombre	Curso de iniciación apícola
Tipo	Espacio
Objetivo	Capacitar sobre producción de miel a personas que deseen iniciarse en la actividad o con conocimientos básicos sobre la misma.
Eje temático	Apicultura
Año de inicio	2007
Fecha de fin	Continúa
Periodicidad	Variable
Permanencia	Más de 5 años
Organizadores	Investigadores y técnicos del área de apicultura del INTA Rafaela y de las AERs donde hay actividad apícola.
Participantes	Público en general
Alcance	Local, regional.

Número	38
Imagen	
Nombre	Jornada Regional sobre manejo de pastizales naturales
Tipo	Espacio
Objetivo	Destacar la importancia de los pastizales naturales para la alimentación de ganado de carne, capacitar sobre temáticas que aportan a la ganadería sustentable, mostrar opciones de manejo de los pastizales naturales y resultados de experiencias en la zona ganadera norte de la Provincia de Santa Fe.
Eje temático	Ganadería de carne
Año de inicio	Década de 1990
Fecha de fin	Continúa
Periodicidad	Bienal
Permanencia	Más de 10 años
Organizadores	Extensionistas, investigadores y personal de apoyo de la AER San Cristóbal, Consejo Local Asesor de la AER San Cristóbal, Sociedad Rural de San Cristóbal e instituciones locales; y profesionales del INTA Rafaela
Participantes	Productores ganaderos, profesionales, técnicos, estudiantes de ciencias agropecuarias, estudiantes de escuelas agrotécnicas, extensionistas, investigadores y personal de la AER San Cristóbal, del INTA Rafaela y

	de otras unidades del INTA, miembros del Consejo Local Asesor de la AER San Cristóbal.
Alcance	Local, regional y nacional.

Número	39
Imagen	
Nombre	Jornada de actualización en ganadería bovina
Tipo	Espacio
Objetivo	Presentar a los productores ganaderos de la zona de la AER Gálvez, alternativas de manejo de establecimientos mixtos ganaderos-agrícolas.
Eje temático	Ganadería de carne
Año de inicio	2013
Fecha de fin	Continúa
Periodicidad	Variable
Permanencia	Menos de un año
Organizadores	Extensionistas e investigadores de la AER Gálvez (Provincia de Santa Fe), profesionales del INTA Rafaela, propietarios de establecimientos ganaderos de cría y engorde bovino, Sociedad Rural de Gálvez e IPCVA.
Participantes	Productores ganaderos, profesionales veterinarios y agrónomos, estudiantes de escuelas agrotécnicas y/o carreras universitarias relacionadas a la producción animal y/o agrícola, técnicos del INTA y de instituciones y empresas relacionadas al sector ganadero.
Alcance	Local y regional

Número	40
Imagen	
Nombre	Jornada de lechería “Entre algarrobos y quebrachos”
Tipo	Espacio
Objetivo	Informar a los productores locales sobre la situación productiva de los tambos, posibilidades de crecimiento e incorporación de tecnologías simples y apropiables.
Eje temático	Lechería
Año de inicio	2013
Fecha de fin	Continúa
Periodicidad	Variable
Permanencia	Menos de un año
Organizadores	Extensionistas e investigadores de la AER San Justo (Provincia de Santa Fe) comunicadores y extensionistas del INTA Rafaela
Participantes	Productores, profesionales, funcionarios, técnicos del INTA, docentes de la Universidad Nacional del Litoral y empresarios.
Alcance	Local.

Número	41
Imagen	
Nombre	Jornada ganadera INTA-IPCVA
Tipo	Espacio
Objetivo	Mostrar casos exitosos de cría de ganado para carne en campos de baja productividad y resultados obtenidos con la aplicación de tecnología de destete precoz e híper precoz en comparación con la no aplicación de la misma.
Eje temático	Ganadería de carne
Año de inicio	Sin datos
Fecha de fin	Continúa
Periodicidad	Bienal
Permanencia	Más de 5 años
Organizadores	Extensionistas e investigadores de la AER San Cristóbal (Provincia de Santa Fe) y del INTA Rafaela. Propietarios de establecimientos ganaderos de cría bovina, Sociedad Rural de San Cristóbal y el IPCVA.
Participantes	Productores, profesionales y estudiantes universitarios.
Alcance	Local, regional y nacional.

Anexo 2

Tablas del análisis de Marcas de racionalidad comunicacional de los dispositivos del INTA Rafaela

PRODUCTOS

DISPOSITIVOS (Productos, según soporte) Impresos	
Nombre del dispositivo / Títulos	-Folletos técnicos -Afiches de eventos -Volantes de promoción -Hojas informativas de lechería para productores -Publicaciones (libros, manuales, revistas) -Diario del veterinario -Banners/posters -Material didáctico
Objetivo comunicacional	-Informar
Recursos:	<ul style="list-style-type: none"> - Los productos impresos tienen como objetivo informar contenidos de tecnología agropecuaria. - La estructura de los mismos es variada, en tamaños, formatos y colores. - Los formatos varían según la propuesta de diseño, el presupuesto disponible, el uso de cada pieza, o el manual de identidad institucional, que define colores y diseños para algunos tipos de publicaciones del INTA. - El lenguaje varía desde el específicamente técnico (folletos técnicos, publicaciones, diario del veterinario, posters) hacia un lenguaje más simple y coloquial en afiches y volantes de promoción de eventos.

	<ul style="list-style-type: none">- Las hojas informativas sobre lechería para productores tienen un lenguaje técnico adaptado comunicacionalmente a los actores que hacen uso de las mismas; se imprimen en tamaño A4, doble faz y a 4 colores, en papel ilustración brillante.- En su diseño se utilizan textos escritos acompañados por fotos, esquemas y/o ilustraciones relacionadas a la temática del producto. Las fotos se proponen como ejemplo visual de lo que el texto promueve como recomendaciones o prácticas. Cumplen la función de ilustrar lo que “se dice” por escrito. También se usan recursos como el color y la composición de los elementos, para identificar al producto como parte de una serie.- En el diario del veterinario se utilizan fundamentalmente gráficos en escala de grises que dan cuenta de los resultados de las investigaciones veterinarias que allí se publican. Se imprime en color negro sobre papel blanco, tamaño tabloide.- La cantidad de colores en que se realiza la impresión depende, en la mayoría de los casos, del presupuesto disponible para ese producto y - en otros- por el formato de la pieza. En el caso del diario del veterinario, se imprime a un solo color (negro), simulando un periódico, aunque el tipo de papel no sea el específico, sino que se utiliza papel obra blanco.
--	--

	<ul style="list-style-type: none">- Tanto los folletos técnicos, los afiches de eventos, los volantes de promoción, las hojas informativas y algunas publicaciones como libros, manuales y/o revistas se imprimen a todo color. En algunos casos, se imprimen a todo color las tapas, mientras que el cuerpo se hace en escala de grises.- Las temáticas que abordan los productos en papel abarcan: lechería, agronomía, apicultura, recursos naturales, comunicación, ganadería de carne, huerta orgánica, producciones hortícolas y frutales, entre otras.- El proceso de producción da cuenta de la comunicación operativa, ya que suele seguir el siguiente circuito: los investigadores y extensionistas redactan materiales, los comunicadores los editan según los actores a quienes se busca convocar, se hacen todas las correcciones pertinentes, se buscan o producen imágenes, gráficos o ilustraciones, se contrata un diseñador para darles formato, se imprimen y luego se distribuyen.- En algunos casos, el diseño de las piezas queda en mano de los comunicadores, fundamentalmente porque los presupuestos asignados al producto no contemplan la contratación de profesionales de diseño y/o porque los tiempos con que se producen las piezas son muy acotados.- Los banners o posters se imprimen en lona plástica o papel ilustración grueso y tienen como
--	---

	<p>función mostrar el desarrollo de alguna tecnología agropecuaria, presentar resultados o avances de investigaciones o ensayos y/o dar a conocer líneas de trabajo o investigación en congresos o eventos masivos a los que asisten profesionales del INTA Rafaela.</p> <ul style="list-style-type: none">- Los banners o posters –en muchos casos- los diseñan los mismos profesionales con programas como Microsoft Power Point (no específico para diseño gráfico) y/o se diseñan en el área de comunicación o en las mismas empresas que realizan las impresiones.- Suelen contener gráficos, fotografías y/o esquemas y se imprimen a todo color.- El uso de las imágenes tiene como fin mostrar con la mayor exactitud posible de qué se trata la información escrita que contiene la pieza, y el formato es estructurado y estanco, manteniendo así la composición de los elementos.- El lenguaje de los posters es técnico y muestra los pasos del método científico (introducción, problema, materiales y métodos, resultados y conclusiones) para la presentación de resultados de investigación.- El material didáctico es un tipo de material impreso que depende de la propuesta comunicacional que se haga en los espacios de interacción con diversos públicos, y varía en su diseño, formato, soporte y usos. En el año 2013 se diseñaron rompecabezas a todo color,
--	---

	<p>impresos sobre syntra, que es un material con cierta rigidez, permitiendo armarlos y desarmarlos manteniendo su forma, por los niños que asistieron al stand institucional en la Exposición Rural de Rafaela. Los materiales didácticos tienen la función de informar sobre tecnologías agropecuaria de forma lúdica, especialmente a niños que asisten a los espacios del INTA Rafaela.</p> <ul style="list-style-type: none">- En los productos impresos se destaca la linealidad con que se desarrollan. Ello se vislumbra en que se considera que los públicos -a partir de leerlos y/o utilizarlos- asistirán a algún evento, cambiarán sus prácticas y/o adoptarán las tecnologías que se proponen.- Además, manteniendo la lógica lineal y vertical de concebir a la teoría escindida de la práctica, y la superioridad del saber técnico por sobre el saber práctico, suelen mostrar recomendaciones técnicas, propuestas de tecnologías y/o ejemplos prescriptivos (“lo que se hace” versus “lo que se debería hacer” para cambiar, transformar, mejorar o potenciar alguna práctica agropecuaria).- Las fotografías se utilizan de modo descriptivo, reforzando los textos escritos, para que quede claro de qué se está hablando o el modo “correcto” de realizar determinada práctica agropecuaria.- En los materiales escritos hay verticalidad también en el lugar de la institución como
--	---

	<p>enunciador autorizado para dar recetas que intenten modificar las prácticas agropecuarias existentes.</p> <ul style="list-style-type: none"> - También hay verticalidad en el lugar que se otorga al público de los impresos, que es el del “necesitado” en recibir información técnica.
Marcas de racionalidad	<ul style="list-style-type: none"> -Linealidad -Verticalidad -Comunicación operativa
Tipo de encuentro sociocultural que produce	<ul style="list-style-type: none"> -Transferencista
Adecuación del producto a los actores a los que busca involucrar	<ul style="list-style-type: none"> -Total

DISPOSITIVOS (Productos, según soporte) Cartelería	
Nombre del dispositivo/ Títulos	-Carteles varios -Cartelería institucional
Objetivo comunicacional	-Informar
Recursos:	<ul style="list-style-type: none"> - Los carteles varios se realizan a demanda y tienen como función principal identificar eventos (encuentros de escuelas agrotécnicas, jornadas, cursos, etc.) - El lenguaje es corto y conciso porque la mayoría de los carteles tienen como fin identificar alguna actividad. - Cada cartel se diseña, se imprime, se elabora y se coloca, utilizando materiales acordes al uso que se le va a dar. - Se imprimen a todo color. - El rol del comunicador en la cartelería institucional es de proponer, diseñar y/o corregir, trabajo que se hace en conjunto con el área de mantenimiento de la Experimental, contando con el aval -o por solicitud- de la Dirección. - La cartelería institucional tiene como fin identificar áreas o sitios de trabajo, señalar edificios o caminos de la Estación Experimental, ensayos a campo, unidades productivas (tambo, sistema de

	<p>efluentes, planta quesera, entre otros). El lenguaje es netamente informativo y su formato es institucional.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Por ser un producto institucional, se utiliza para su diseño el Manual de identidad del INTA, el cual define: tipografía, colores, jerarquía de los textos, entre otros elementos. - El enunciador es la institución y el uso del color está predefinido por el Manual de identidad visual del INTA. - Además de texto, en los carteles se incluyen logos de la institución, que respetan los lineamientos del manual de identidad en cuanto a colores, jerarquías, composición, tamaños y orden de lectura. - No se utilizan recursos de lenguaje en la cartelería. - Las formas y los tamaños dependen del espacio físico en que serán instalados. - En la cartelería se destaca la linealidad absoluta, debido a que se considera que el público comprenderá totalmente lo que dice el cartel. - La verticalidad se demuestra, principalmente, en que toda la cartelería institucional debe respetar en el Manual de identidad institucional, definido por las autoridades máximas de la institución. - La comunicación es operativa porque en la cartelería no se puede innovar, cambiar colores, logos y/o tipografías, por lo cual el rol del comunicador es el de ejecutar el producto.
<p>Marcas de racionalidad</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Linealidad -Verticalidad -Comunicación operativa

Tipo de encuentro sociocultural que produce	-Transferencista
Adecuación del producto a los actores a los que busca involucrar	-Parcial

DISPOSITIVOS (Productos, según soporte) Audiovisuales	
Nombre del dispositivo / Títulos	<ul style="list-style-type: none"> -Micros de radio “3 minutos con el INTA” -Micro de TV “5 minutos con el INTA” -Videos técnicos -Videos de promoción y/o invitación a jornadas, eventos, cursos -Videos para eventos internos
Objetivo comunicacional	<ul style="list-style-type: none"> -Informar
Recursos:	<ul style="list-style-type: none"> - En los productos audiovisuales se distinguen 2 tipos: los videos y los micros de radio. - La radio está estructurada en 3 minutos de duración durante los cuales un extensionista/comunicador del INTA Rafaela entrevista a un profesional, investigador, técnico, u otro actor, sobre un tema específico previamente acordado. - El contenido que abordan los micros de radio son: lechería, agronomía, apicultura, recursos naturales, eventos institucionales, ganadería de carne, huerta orgánica, producciones hortícolas y frutales, entre otros. - Los micros de radio se graban y se publican en la web del INTA Rafaela dos veces por semana (martes y jueves) - Antes de subirlos a la web se editan en formato .mp3; se les pone un título y se les agregar una

	<p>breve explicación sobre su contenido.</p> <ul style="list-style-type: none"> - El lenguaje que se utiliza es una mezcla entre técnico y coloquial, y el público al que van dirigidos los micros es diverso. - Los micros de radio se basan en la figura del técnico que emite un mensaje a los productores, sobre lo que “debería hacer” para resolver cuestiones de índole productiva agropecuaria. - El tipo de mensajes es, generalmente, de recomendaciones para el uso de tecnologías agropecuarias, aunque también se hacen recordatorios sobre prácticas, o invitaciones a eventos. <ul style="list-style-type: none"> - Con respecto a los videos, éstos tienen diferentes objetivos y se desarrollan para distintos usuarios. - Los micros de TV “5 minutos con el INTA” tienen como objetivo informar sobre nuevas tecnologías de producción y ofrecer recomendaciones técnicas sobre lechería bovina. Consisten en un técnico del INTA Rafaela o alguna de sus 7 AER’s, explica, comenta o desarrolla un tema mirando directamente a la lente de una cámara de video. - El técnico del INTA se ubica en el lugar del que “sabe” qué hacer y habla a cámara (como si le hablara en la cara al productor) sobre qué es “lo que debe” o “le conviene” hacer en su tambo para mejorar su producción de leche. - El lenguaje que utiliza es técnico, y con recomendaciones sobre tecnologías de manejo y
--	---

	<p>gestión de los establecimientos de producción de leche (tambos) Los micros están dirigidos principalmente a productores agropecuarios. En la edición se intercala el audio del técnico con imágenes de video y fotos de alta resolución que ilustran los procesos y/o tecnologías de los que se trate cada micro.</p> <ul style="list-style-type: none">- Las imágenes que se insertan en estos videos son exclusivamente de apoyo. Las mismas buscan ilustrar con la mayor exactitud posible, sobre qué habla o qué está proponiendo hacer el técnico en su alocución. No se usan recursos metafóricos ni imágenes que no correspondan a la temática en cuestión. <p>-Los videos técnicos tienen un formato muy similar al de los micros de TV (técnico que “sabe” mira a cámara hablándole al que “tiene que aprender”), aunque las temáticas que se abordan son variadas, y las imágenes de apoyo también. En este tipo de videos se utilizan más recursos gráficos, como colores o tipografías, efectos visuales y, en algunas ocasiones, animaciones, dibujos u otro tipo de apoyos visuales.</p> <p>Tanto en los micros como en los videos técnicos, se evitan mostrar ejemplos “negativos”, es decir “lo que no se debe hacer”, sino siempre ejemplos “positivos”, reforzando la idea de que la institución muestra “lo que hay que hacer” y “cómo hacerlo bien” desde la óptica de los técnicos que se especializan en los distintos temas.</p> <p>-Los videos de promoción y/o invitación a</p>
--	---

	<p>jornadas, eventos o cursos tienen un formato menos estructurado, aunque mantienen el formato del técnico que habla al “público” a los ojos.</p> <ul style="list-style-type: none"> - La mayoría de estos videos tiene el siguiente formato: Un técnico que habla a la lente de la cámara, el plano de cámara es medio (de la cintura hacia arriba), el enfoque es de recomendaciones o de justificación de por qué es importante asistir a determinado evento que organiza el INTA, no suelen editarse con imágenes ilustrativas, salvo el logo del INTA y/o el logo que identifique al evento en cuestión. - La duración es variable y la calidad de los mismos varía según la cámara con que se los filme (profesional, cámara de fotos o de celulares) - El objetivo de estos videos es la inmediatez con que se publican en la web, y funcionan como apoyo a la promoción de eventos institucionales. - Los videos para eventos internos se producen para presentar o evaluar eventos masivos y también para reuniones internas. - En algunos casos constan solamente de una serie de fotografías editadas con música de fondo y placas separadoras. Y, en otros casos, se incorporan otros elementos como fragmentos de video, audios originales, separadores móviles, aperturas animadas y créditos al final. - Cada video se produce de acuerdo al uso que se le dará y en algunos casos se los sube al canal de videos YouTube en forma privada, sólo para
--	---

	<p>acceso de algunos usuarios.</p> <ul style="list-style-type: none"> - A pesar de los distintos formatos audiovisuales, todos se basan en la emisión de mensajes y no ocurre interacción con los destinatarios. - Salvo excepciones, la mayoría mantiene la figura del técnico en el lugar del saber que se dirige a un público ubicado en el lugar del no-saber. Esto muestra la verticalidad con que se producen los videos. - Con estos dispositivos se considera que el público, a partir de escuchar/ver, asistirá a algún evento, cambiará sus prácticas y/o adoptará las tecnologías que se proponen, lo que denota la linealidad de estos productos. - En los mismos, el rol de los profesionales de la comunicación es operativo (técnico-periodístico) y, en algunos casos (como los micros de radio) participan como entrevistadores o entrevistados.
Marcas de racionalidad	<ul style="list-style-type: none"> -Linealidad -Verticalidad -Comunicación operativa
Tipo de encuentro sociocultural que produce	<ul style="list-style-type: none"> -Transferencista
Adecuación del producto a los actores a los que busca	<ul style="list-style-type: none"> -Parcial

involucrar	
-------------------	--

DISPOSITIVOS (Productos, según soporte) Virtuales	
Nombre del dispositivo / Títulos	<ul style="list-style-type: none"> -Artículos técnicos para revistas del sector agropecuario -Artículos institucionales para medios -Notas internas -Promoción de actividades y eventos -Crónicas de eventos -Noticias -Página web del INTA Rafaela -Compendio de trabajos e investigaciones
Objetivo comunicacional	<ul style="list-style-type: none"> -Informar
Recursos:	<ul style="list-style-type: none"> - Los artículos técnicos para revistas del sector agropecuario se proponen informar sobre tecnologías de producción agropecuaria y/o recomendaciones técnicas, surgidas a partir de investigaciones o ensayos realizados en el INTA Rafaela y sus 7 AER's. - La estructura de los artículos suele ser formal, con la inclusión de gráficos y fotos. Se titulan de modo atractivo para el futuro lector y suelen estar organizados en introducción y varios párrafos son subtítulos que den alguna pauta del contenido de los mismos. En general, los artículos los redactan los profesionales, técnicos y/o extensionistas y los envían directamente a los medios de comunicación que se los solicitan. - En otros casos, los autores envían sus artículos

	<p>al área de comunicación donde se les da un formato periodístico y luego de las correcciones pertinentes con los autores, se envían a las revistas que los solicitaron, a listas de medios de comunicación y/o se publican en la página web institucional.</p> <ul style="list-style-type: none">- En algunos casos, antes de publicarlos, los profesionales envían sus artículos científicos a la Comisión de Publicaciones del INTA Rafaela, quienes corrigen lo relacionado al formato del método científico. No todos los artículos técnicos se reciben en el área de comunicación. - Los artículos institucionales para medios consisten en textos de diversa extensión, con el objetivo de informar sobre cambios en la institución que puedan incidir en el medio agropecuario. Se publican, por ejemplo, cuando cambian o surgen nuevas propuestas y enfoques de trabajo institucionales, o cuando hay cambios significativos en el INTA Rafaela o sus 7 AER's, cuando se firman convenios, se introduce nueva tecnología, cambian autoridades, entre otros. Pueden ser redactados por el área de comunicación, extensionistas y/o investigadores y para su publicación es necesario el aval del Director de la Experimental. - Las noticias se proponen dar a conocer novedades apenas ocurren, o nuevas actividades del INTA Rafaela y sus AERs con la mayor
--	--

	<p>anticipación posible. Las redactan extensionistas, técnicos y/o investigadores y las envían al área de comunicación, adjuntando una o dos fotos. Las comunicadoras las editan, les dan un formato específico y las envían por correo electrónico a la lista de todos los empleados del INTA Rafaela y sus 7 AER's, a todos los medios de comunicación y las suben a la web institucional.</p> <ul style="list-style-type: none">- Las crónicas de eventos: son noticias que buscan informar cronológica y detalladamente sobre actividades ocurridas en el INTA Rafaela o sus AERs.- Se redactan desde el área de comunicación y se envían (con fotos adjuntas) a listas de medios, profesionales e internas, y se suben a la web institucional.- Las notas internas son noticias breves con el objetivo de informar al personal del INTA Rafaela y sus 7 Agencias de Extensión sobre las actividades internas de la institución como reuniones, visitas, premios y reconocimientos. Las redactan extensionistas, técnicos y/o investigadores y las envían al área de comunicación, adjuntando una o dos fotos. Las comunicadoras las editan, les dan un formato específico y las envían por correo electrónico a la lista de todos los empleados del INTA Rafaela y sus 7 AER's.- El formato gráfico de las noticias, las crónicas y
--	---

	<p>las notas internas es similar: se identifican por una banda de color celeste/azul institucional en la cabecera y al pie. Bajo la cabecera se coloca el título con una bajada, luego se inserta una foto a todo color y, debajo, se ubica el texto. En la banda superior, a la izquierda dice Estación Experimental Agropecuaria Rafaela y, a la derecha, lleva el logo del INTA. El uso del color se debe a que son productos institucionales, y se busca que se los identifique de esa manera.</p> <ul style="list-style-type: none">- La promoción de actividades y eventos consiste en informar sobre actividades de capacitación, jornadas, charlas y demás eventos futuros en el INTA Rafaela y sus 7 AERs.- Para ello se publican los programas en el apartado “eventos” de la web institucional, con programa detallado y una imagen alusiva, que generalmente es la misma que se utiliza como volante/afiche de promoción de la actividad.- También se envía esa imagen a las listas de medios de comunicación, profesionales, instituciones, productores y/u otras listas.- Las promociones de actividades se diseñan a todo color.- Se suelen utilizar diversos colores y tipografías, aunque a veces se usa una misma plantilla para la promoción de distintos eventos, manteniendo sólo la ubicación de los elementos gráficos y textos.- Siempre incluyen el logo del INTA, con la bajada
--	--

	<p>de texto institucional que corresponda, según quién o quiénes organicen la actividad.</p> <ul style="list-style-type: none">- Cuando son actividades interinstitucionales, se incluyen logos y denominaciones de esas instituciones. - La página web del INTA Rafaela funciona como un reservorio de noticias, eventos, servicios y material técnico producido en el INTA Rafaela y sus 7 AERs.- Su estructura y formato es fijo, y no permite interactividad en tiempo real con los usuarios.- Tiene secciones de noticias (una principal y dos secundarias), eventos, clima, servicios, videos, audios, publicaciones, información técnica, buscador y el twitter embebido en la esquina inferior derecha, que se va actualizando a medida que hay nuevas publicaciones.- Permite la carga de fotografías y gráficos, pero no permite el uso de animaciones.- Es un producto del INTA Rafaela que depende del INTA Central tanto en su formato, como en el alojamiento del material que allí se carga.- Tiene como ventaja que el uso de palabras clave temáticas, ubicación geográfica y denominaciones de proyectos (que contextualizan el material subido), amplifica la distribución y llega a más usuarios.- También la carga de eventos es común a todo el INTA, por lo cual, a partir de cada carga se organiza una agenda de eventos nacional.
--	--

	<ul style="list-style-type: none"> - La carga de la web la realizan profesionales del área de comunicación y del área de sistemas informáticos. - La página web institucional tiene una lógica de emisión de información fundamentalmente basada en el impacto noticioso, y la información técnica que produce la institución ocupa un lugar de menor importancia. - En los productos virtuales se observa linealidad en que se basan en la emisión de mensajes a diversos públicos. - No ocurre interacción en tiempo real, y se basan en la lógica de la producción periodística. - La comunicación en estos productos consiste en la redacción periodística y la producción técnica audiovisual, más el envío de la información producida por correo electrónico, o mediante la carga en la página web institucional. - En el compendio se utiliza en su interior sólo textos de resúmenes de investigaciones sobre temáticas generales del INTA Rafaela, utilizándose color y fotos sólo en las tapas, a modo ilustrativo. - La verticalidad se observa en el rol de la institución como emisora de un saber considerado válido a diversos públicos que no lo poseerían. También en la noción de que el saber es una propiedad, que es posible transmitir/transferir a otros.
--	--

Marcas de racionalidad	-Linealidad -Verticalidad -Comunicación operativa
Tipo de encuentro sociocultural que produce	-Transferencista
Adecuación del producto a los actores a los que busca involucrar	-Total

ESPACIOS

DISPOSITIVO (Espacios) Jornadas y encuentros PARA PRODUCTORES	
Nombres/Títulos de los dispositivos	<ul style="list-style-type: none"> -Jornada de cultivos de invierno -Jornada de cultivos de verano -Jornada para productores -Jornada Regional sobre manejo de pastizales naturales -Jornada ganadera INTA-IPCVA -Jornada de lechería “Entre algarrobos y quebrachos” -Jornada de forrajeras tropicales “Mas pastos, más producción” - Jornada de actualización ganadera bovina
Objetivo comunicacional	-Informar
Recursos	<ul style="list-style-type: none"> - Los recursos que se utilizan en las jornadas son: un técnico/profesional ubicado en un lugar físico generalmente más elevado que el de los asistentes. O, en caso de que no se ubique en un sitio más elevado (como una tarima de varios centímetros de altura) generalmente está parado, frente a una audiencia que permanece sentada como auditorio. - El profesional se ubica en una posición de poseedor de un saber sobre tecnología agropecuaria, y utiliza micrófono para dirigirse al público, al cual se lo ubica en la posición de un no-saber (o con necesidad de “adquirir un

	<p>saber”), lo cual denota verticalidad.</p> <ul style="list-style-type: none">- Además, hay linealidad en la creencia de que el público, a partir de escuchar al técnico, cambiará sus prácticas y/o adoptará las tecnologías propuestas durante la jornada.- El público lo componen productores, profesionales, técnicos, estudiantes, entre otros.- Para relacionarse con el público, el orador utiliza un lenguaje técnico y presentaciones con imágenes y textos que se proyectan en una pantalla blanca cuadrada de 2,5 metros de lado, aproximadamente. Las exposiciones suelen durar entre 20 y 30 minutos y, durante las mismas, los expositores suelen hacer preguntas retóricas. En casos excepcionales se permiten interrupciones a la exposición, lo que también muestra la linealidad y verticalidad con que se realizan.- Las presentaciones, suelen dar cuenta de resultados de investigaciones, recomendaciones técnicas, propuestas de tecnologías y/o ejemplos de “lo que se hace” versus “lo que se debería hacer” para cambiar, transformar, mejorar o potenciar alguna práctica agropecuaria.- Los programas de las jornadas se organizan en bloques, con 2 o 3 charlas técnicas, un corte para café y continúan con charlas técnicas. Algunas culminan con un almuerzo. La mayoría se realiza por la mañana, de 9 a 13 horas aproximadamente.- Raramente se proponen espacios para preguntas,
--	---

	<p>y, en los casos en que se hacen, éstos no duran más de 30 minutos. Las preguntas del público se hacen al final de las presentaciones, al final de los bloques o, directamente al final de toda la jornada. En muchos casos no se contempla en los programas espacio para preguntas del público y/o se prescinde de las mismas.</p> <ul style="list-style-type: none">- En las jornadas no se hace trabajo en grupo, talleres de reflexión ni de debate.- En algunos casos, además de la serie de charlas se incorporan recorridas por establecimientos, muestras estáticas y/o dinámicas a campo de tecnologías y/o maquinarias.- Al finalizar las jornadas es costumbre entregar a los participantes una evaluación que suele consistir en encuestas cerradas, con el fin de obtener datos básicos sobre los temas expuestos.- Algunas jornadas son gratuitas y otras son aranceladas. En estas últimas se suele entregar al público material impreso sobre los temas expuestos.- El material que se entrega son resultados de investigaciones sobre los temas que se muestran. Pueden ser fotocopias o un libro impreso en escala de grises, con tapa a color. En la mayoría de los casos, no intervienen comunicadores en su edición, aunque en ocasiones su participación se reduce a compilar el material en un sólo documento.- La comunicación en las jornadas es considerada como un proceso de emisión de mensajes y la
--	--

	<p>mayoría de las veces la participación de profesionales de la comunicación se limita a reenviar mails con las invitaciones, tomar fotos, redactar crónicas, invitar a periodistas, enviar a medios o subir información a la web institucional.</p> <ul style="list-style-type: none"> - En la mayoría de las jornadas no se convoca a los profesionales de la comunicación a participar ni en la planificación ni en la evaluación de las mismas.
Marcas de racionalidad	<ul style="list-style-type: none"> -Linealidad -Verticalidad -Comunicación operativa
Tipo de encuentro sociocultural que produce	<ul style="list-style-type: none"> -Transferencista
Adecuación del espacio a los actores a los que busca involucrar	<ul style="list-style-type: none"> -Parcial

DISPOSITIVOS (Espacios) Jornadas y encuentros PARA ESCOLARES	
Nombre del dispositivo / Títulos	-Jornadas escolares “desde el suelo pensemos en el medio ambiente”
Objetivo comunicacional	-Informar
Recursos:	<ul style="list-style-type: none"> - Técnicos y autoridades del INTA junto a funcionarios del Ministerio de Educación de la Provincia de Santa Fe y de la Municipalidad de Rafaela reciben a alumnos y docentes de 4° y 5° grado de escuelas primarias de Rafaela y localidades vecinas. - Les dan la bienvenida a las jornadas, las cuales tienen como objetivos: favorecer el aprendizaje de algunos conceptos como suelo, conservación, recursos no renovables, medio ambiente, relación suelo-planta-animal-hombre, maquinaria agrícola y residuos que contaminan el suelo. - Estas jornadas escolares están estructuradas en estaciones, las cuales son: <ul style="list-style-type: none"> - La primera, una obra de teatro unipersonal sobre una gota de agua que intenta llegar al suelo, donde se mencionan los problemas que afectan a los recursos naturales mediante las acciones del hombre. - La siguiente, consiste en una calicata (pozo en el suelo de más de 1,5 metros de profundidad por

	<p>unos 10 metros de largo) donde se pueden ver los horizontes del mismo y la composición de cada uno. La calicata está cubierta por una gran carpa de lona plástica donde los técnicos del INTA les hablan a los niños sobre el clima, el suelo, la relación entre el suelo y la producción lechera, los insectos que lo habitan y la contaminación.</p> <ul style="list-style-type: none">- Otra estación es la de las labranzas, donde personal del INTA muestra cómo funciona una máquina sembradora tradicional y una de siembra directa, recomendando ésta porque “no lastima el pan de tierra”.- La cuarta estación suele ser la huerta, donde se muestra un video sobre la historia de una lombriz que sufre el daño que los seres humanos realizan al suelo; y que continúa con una recorrida por el suelo “desde abajo”. Con hortalizas e insectos de goma espuma gigantes, raíces que cuelgan, agua y cascotes de tierra se intenta mostrar a los niños cómo se ve el suelo desde adentro y por qué es importante cuidar a los insectos que viven en él, y el rol que éstos cumplen.- La última estación reúne a todos los niños y docentes con algún juego que varía todos los años y, durante la misma, se sirve leche chocolatada con alfajores.- Mediante un lenguaje imperativo se busca persuadir a los niños y a los docentes sobre la necesidad de cuidar los recursos naturales.- Los técnicos de INTA se ubican en el lugar del
--	--

	<p>saber y de la crítica a “lo mal que se hacen las cosas” con el objetivo de inculcar “buenas prácticas” de manejo de los recursos naturales.</p> <ul style="list-style-type: none"> - El lenguaje es didáctico en la primera estación (obra de teatro) pero es esencialmente técnico en el resto de la jornada. - Los contenidos se repiten año a año, salvo mínimas modificaciones. - En la primera estación se utiliza una proyección animada con sonido, y un actor que interactúa con los presentes. - En la segunda (calicata) los técnicos/profesionales se ubican de frente a los participantes, quienes permanecen sentados oyendo al técnico que se ubica dentro de la calicata o en la parte superior de la misma, siempre parado, y de frente a los niños. Al finalizar esta estación, los niños bajan y entran a la calicata donde pueden tocar “el suelo por dentro”. - En todas las estaciones, los profesionales se ubican en el lugar del saber, frente al no-saber de los niños y sus docentes, denotando verticalidad. - Salvo el momento final, donde todos toman chocolatada con alfajores, no se produce interacción de los grupos con la institución, ni de los grupos entre sí. - Como esta actividad se realiza conjuntamente con la Municipalidad de Rafaela, en algunas ocasiones, personal municipal o contratado realiza dramatizaciones en la carpa de la calicata
--	--

	<p>sobre residuos, reciclado y/o reutilización. El mensaje hace referencia a las actividades que en la ciudad se llevan a cabo para el cuidado del ambiente (separación de residuos, retiro de residuos en días pautados, entre otros). En general, no interactúan con los niños presentes.</p> <ul style="list-style-type: none">- En la estación de las labranzas los niños escuchan al técnico parado frente a ellos, luego personal del INTA mueve las máquinas haciendo como si sembraran y, al final, los niños pueden acercarse a la tierra “sembrada” y tocar el suelo y las semillas diseminadas.- En la estación de la huerta, los niños ven un video que se proyecta en una de las paredes, sobre “Sole, la lombriz” la cual, en un tono melodramático invita a los niños a conocer y cuidar su hábitat para que tanto ella como otros insectos puedan seguir viviendo.- Luego los técnicos del INTA acompañan a los niños a recorrer la cueva de la lombriz, remarcando en su discurso oral la necesidad de cuidar el suelo y a los insectos benéficos que viven en él.- Como se cree que por el hecho de asistir a estas jornadas, tanto niños como docentes cambiarán sus prácticas cotidianas y futuras en relación al cuidado de suelo y el ambiente, este espacio está organizado desde una postura lineal de transmisión de saberes y prácticas.- En estas jornadas, los profesionales de la comunicación tienen una participación operativa:
--	---

	hacen la difusión del evento por listas de mails, invitan a medios de comunicación, toman fotos, redactan crónica periodística, envían nota a los medios y publican en web la actividad.
Marcas de racionalidad	-Linealidad -Verticalidad -Comunicación operativa
Tipo de encuentro sociocultural que produce	-Transferencista
Adecuación del espacio a los actores a los que busca involucrar	-Parcial

DISPOSITIVO (Espacios)
Jornadas y encuentros
PARA ESCUELAS AGROTÉCNICAS

Nombres/Títulos de los dispositivos	-Encuentro de escuelas agrotécnicas
Objetivo comunicacional	-Participar/interactuar
Recursos:	<ul style="list-style-type: none"> - Técnicos y autoridades del INTA junto a funcionarios del Ministerio de Educación de la Provincia de Santa Fe reciben a alumnos y docentes de escuelas agrotécnicas de la provincia de Santa Fe, y otras provincias vecinas, en el salón de eventos de la Estación Experimental Agropecuaria del INTA Rafaela. - Se ubican al frente del grupo, dan la bienvenida, presentan las actividades del encuentro y luego los participantes se dividen en dos grupos. - Cada grupo participa de un circuito y, una vez que lo termina, realiza el circuito siguiente. Los estudiantes hacen la recorrida en carros tirados por tractores. - En circuito de lechería, cada grupo recorre el área del Tambo Experimental, sus instalaciones, el playón de alimentación, el sistema de manejo de efluentes y el sitio donde se realiza la crianza artificial de terneros. - En cada uno de estos sitios los reciben técnicos

	<p>del INTA que les explican en qué consiste el trabajo que realizan, qué se investiga y qué resultados se obtienen con cada actividad.</p> <ul style="list-style-type: none">- Los técnicos se ubican en el lugar del saber, mientras que los estudiantes escuchan sentados en los carritos que los trasladan.- Finalizado el recorrido, vuelven al inicio para hacer el circuito agrícola.- En el mismo, técnicos del INTA les muestran los cultivos de invierno, ensayos de fertilización con efluentes y comentan sus experiencias de trabajo en los bordes urbano-rurales sobre sustentabilidad ambiental.- Finalizados ambos recorridos, todos los participantes se reúnen en el salón de eventos (el mismo donde se encontraron al principio) y allí escuchan dos exposiciones. La primera, sobre las implicancias de la investigación y, la segunda sobre la extensión en el INTA.- La primera charla, a cargo de un investigador se realiza con micrófono en mano y de pie, caminando entre los asistentes que permanecen sentados en sillas.- La segunda, a cargo del director del INTA Rafaela, y sobre la misión de la institución, la extensión, los actores con los que se trabaja, y la articulación con las escuelas agrotécnicas. Esta charla se realiza de pie, en el frente, con los asistentes sentados.- Luego, alumnos de dos escuelas exponen diferentes formas que en sus localidades asume
--	---

	<p>la articulación INTA-escuela.</p> <ul style="list-style-type: none"> - El fin del encuentro es con un pic-nic a la canasta en el parque y después de almorzar representantes de cada escuela comparten sus impresiones del día, cantan y bailan folklore. - En el enfoque de “técnicos que saben” y alumnos/docentes que “no saben” se muestra la verticalidad del espacio. - Si bien es un espacio participativo, cuya segmentación se aprecia en la especificidad de los participantes (estudiantes de escuelas agrotécnicas), hay una linealidad que se plantea en la posibilidad de promover una “nueva ruralidad” a partir de la interacción con los técnicos de la institución. - La horizontalidad se percibe en la interacción de los grupos entre sí, fundamentalmente en el final del encuentro, donde se comparte el almuerzo y los participantes cuentan sus impresiones sobre la jornada, cantan y también bailan. - Los comunicadores participan en la planificación de la jornada, en el desarrollo de piezas comunicacionales, en la identificación, la promoción y la difusión del encuentro. También toman fotos, redactan crónicas, envían a medios y a nivel institucional la noticia, suben a la web la información y contactan a los medios que cubren la actividad. - En este espacio se promueve la interacción de sujetos desde la planificación, durante la jornada y al final de la misma; ya que participan de él
--	--

	extensionistas, investigadores, comunicadores, personal de apoyo y técnico, estudiantes y docentes.
Marcas de racionalidad	-Linealidad -Segmentación -Horizontalidad -Interacción de sujetos
Tipo de encuentro sociocultural que produce	-Participativo
Adecuación del espacio a los actores a los que busca involucrar	-Parcial

DISPOSITIVO (Espacios) Cursos y seminarios VARIOS	
Nombre del dispositivo / Títulos	-Cursos para transportistas de leche -Curso de iniciación apícola
Objetivo comunicacional	-Informar
Recursos:	<ul style="list-style-type: none"> - La estructura de estos dispositivos consiste en que uno o varios técnicos/profesionales del INTA, mediante la exposición oral, con el apoyo (o no) de presentaciones, explica modos de utilizar alguna tecnología agropecuaria desarrollada por la institución. - En este caso: muestreo de leche y/o producción de miel. - Los cursos consisten en una parte denominada “teórica” donde los expertos exponen los fundamentos de las tecnologías; y una parte denominada “práctica” donde los asistentes hacen lo que se les comentó en la parte teórica. Por ejemplo: extraer miel de una colmena o tomar una muestra de leche del tanque de frío de un tambo. - El lenguaje que se utiliza es fundamentalmente técnico, el contenido se basa en resultados de investigaciones institucionales propias, y materiales de otras unidades de INTA, del INTI, de otras instituciones y/o de empresas o

	<p>cooperativas.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Los cursos se realizan en conjunto con instituciones como sociedades rurales, municipalidades y/o comunas, el INTI Lácteos, empresas lácteas y/o cooperativas de apicultores. - Los participantes varían entre 15 y 30, y los cursos tienen diferente duración, aunque la estructura sea similar en todos los casos. - La participación de profesionales de la comunicación es operativa, y se reduce a publicar el evento en la web o hacer difusión en los medios; desarrollar algún material de trabajo (en casos excepcionales) y publicar en medios y/o web notas periodísticas pos realización de los cursos. - La escisión entre teoría y práctica, el enfoque del saber como una posesión a transmitir, el lugar del técnico como dueño de ese saber, y la posición de la institución como voz autorizada son elementos que demuestran la linealidad y verticalidad presentes en este espacio.
Marcas de racionalidad	<ul style="list-style-type: none"> -Linealidad -Verticalidad -Comunicación operativa
Tipo de encuentro sociocultural que produce	<ul style="list-style-type: none"> -Transferencista

Adecuación del espacio a los actores a los que busca involucrar	-Parcial
--	----------

DISPOSITIVO (Espacios) Cursos y seminarios INTERNACIONAL DE LECHERIA PARA PROFESIONALES	
Nombre del dispositivo / Títulos	-Curso internacional de lechería para profesionales de América Latina
Objetivo comunicacional	-Informar
Recursos:	<ul style="list-style-type: none"> - Este curso se destaca de otros porque la temática principal son los avances en producción de leche eficiente y de calidad, y está dirigido a profesionales vinculados a la cadena láctea bovina de todos los países de América Latina. - Está organizado por el INTA Rafaela en conjunto con FEPALE (Federación Panamericana de la Leche) quien aporta a sus profesionales en el desarrollo de algunas temáticas. - Es un curso de dos semanas de duración cuyas jornadas se extienden de 8 a 12 y de 14 a 18 hs. Los sábados se dan clases sólo por la mañana y los domingos son días libres. - Participan en promedio 30 profesionales y es una actividad con cupos limitados. - Es un curso arancelado cuyo costo incluye: matrícula, material bibliográfico y el utilizado por los profesores, alojamiento, desayuno en el hotel, café durante el desarrollo del curso,

	<p>almuerzo de lunes a sábado, traslados desde el hotel al INTA y viceversa, viajes planificados durante el curso y seguro por accidentes.</p> <ul style="list-style-type: none">- Las temáticas que abarca son: producción primaria de leche, temas de mercado, alimentación, sanidad y nutrición del rodeo lechero, instalaciones, reproducción, genética, manejo de los rodeos, biotecnología, sistema de efluentes, cría y recría, entre otros.- La estructura del mismo consiste en clases teóricas y prácticas, donde la teoría se expone en modo de clases: los alumnos sentados mirando al docente, parado al frente, mientras éste habla desde el frente apoyándose en una presentación proyectada en una pantalla.- Y clases prácticas donde los participantes van a conocer y/o recorren lo que se les comentó en la parte teórica. Por ejemplo: características del Tambo Experimental, modos de control de mastitis, manejo de rodeos y alimentación de vacas y terneros, sistema de efluentes, entre otros.- El lenguaje que se utiliza es fundamentalmente técnico, el contenido se basa en resultados de investigaciones institucionales propias, y materiales de otras unidades de INTA que trabajan en producción lechera.- La escisión entre teoría y práctica, el enfoque del saber como un objeto que se puede poseer y transmitir, el lugar del técnico como dueño de ese saber, y la posición de la institución como
--	---

	<p>voz autorizada son elementos que demuestran la linealidad y verticalidad presentes en este espacio.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Si bien la participación de profesionales de la comunicación es mayor que en otros espacios, (porque forman parte de la planificación del mismo desde el principio), ese lugar se da desde las cuestiones operativas. Por ejemplo, se encargan de reunir, unificar y poner a disposición los materiales de trabajo, participan en algunos aspectos de la identidad del curso, publican el evento en la web, hacen difusión en los medios; desarrollan las evaluaciones, publican en los medios y en la web notas periodísticas, fotos y videos de los participantes y convocan a los medios a cubrir la apertura, el cierre y actividades especiales del grupo durante la actividad.
Marcas de racionalidad	<ul style="list-style-type: none"> -Linealidad -Verticalidad -Comunicación operativa
Tipo de encuentro sociocultural que produce	<ul style="list-style-type: none"> -Transferencista
Adecuación del espacio a los actores a los que busca	<ul style="list-style-type: none"> -Parcial

involucrar	
-------------------	--

DISPOSITIVO (Espacios) Cursos y seminarios SEMINARIO INTERNO	
Nombre del dispositivo / Títulos	Seminarios internos
Objetivo comunicacional	-Informar
Recursos:	<ul style="list-style-type: none"> - Los recursos que se utilizan en los seminarios internos son: un técnico/profesional ubicado en un lugar físico enfrentado a los asistentes, parado, frente a una audiencia que permanece sentada como auditorio. - El profesional se ubica en una posición de poseedor de un saber sobre tecnología agropecuaria, y se dirige al público, al cual ubica en la posición de un no-saber (o con necesidad de “adquirir un saber”) - El público lo componen profesionales, técnicos, pasantes o becarios del INTA Rafaela. - Para relacionarse con el público, el orador utiliza un lenguaje técnico y presentaciones con imágenes y textos que se proyectan en una pantalla blanca cuadrada. - Las exposiciones suelen durar entre 20 y 30 minutos y, al finalizar, se hace un espacio para preguntas. - Los seminarios internos se hacen una vez por mes, los lunes, a las 14 hs.

	<ul style="list-style-type: none"> - Las disertaciones suelen dar cuenta de nuevas investigaciones en marcha, resultados y/o avances de esas u otras investigaciones, experiencias de trabajo con nuevas tecnologías agropecuarias, presentación de proyectos, entre otras. - Casi no hay interacción, el técnico expone de pie, mientras los asistentes escuchan. Cuando termina de exponer, se retiran. - Los seminarios internos son una instancia meramente expositiva, y mantienen la lógica de otros espacios: linealidad en la transmisión de saberes y verticalidad en la ubicación del técnico especialista (el que sabe), con respecto al público que no posee ese saber.
Marcas de racionalidad	<ul style="list-style-type: none"> -Linealidad -Verticalidad -Comunicación operativa
Tipo de encuentro sociocultural que produce	<ul style="list-style-type: none"> -Transferencista
Adecuación del espacio a los actores a los que busca involucrar	<ul style="list-style-type: none"> -Parcial

DISPOSITIVO (Espacios) Exposiciones	
Nombre del dispositivo / Títulos	-Stand institucional en la Exposición Rural de Rafaela ⁶³
Objetivo comunicacional	-Participar/interactuar
Recursos:	<ul style="list-style-type: none"> - La Exposición Rural de Rafaela es una muestra urbana, que se realiza en el mes de agosto de cada año. - A la misma asisten familias, alumnos y docentes de escuelas, jardines de infantes, universidades y escuelas agrotécnicas; productores lecheros, ganaderos de carne, de cerdos, de aves y público en general. - Se hace en las instalaciones de la Sociedad Rural de Rafaela, de jueves a lunes inclusive. - El INTA Rafaela participa con stand institucional y con charlas técnicas o seminarios sobre temáticas coyunturales. - La planificación de la muestra arranca en mayo, con reuniones que incluyen a representantes de las instituciones locales. En esas reuniones participan el Director de la EEA junto a profesionales de la comunicación, en forma alternada. - La decisión del eje comunicacional del stand la toman el área de comunicación en conjunto con

⁶³ La Exposición Rural de Rafaela dura 4 días desde el año 2014. Hasta el 2013 duraba 5, y se realizaba durante el fin de semana largo del 17 de agosto.

	<p>el Director.</p> <ul style="list-style-type: none"> - En la planificación de las actividades a desarrollar en el stand (basadas en el eje comunicacional definido) participan extensionistas, investigadores, pasantes, becarios y otros técnicos de la Experimental. - El diseño gráfico final se terceriza, ya que se envía la propuesta a diseñadores gráficos, quienes se encargan de plasmarla en diversos soportes. - Se utilizan materiales gráficos impresos y audiovisuales en concordancia con el eje comunicacional abordado. - El lenguaje y los contenidos parten de materiales técnicos comunicacionalmente adaptados al público de la misma (la mayoría son familias con niños). Por ejemplo, en el año 2013, el eje de comunicación fue la construcción colectiva, y fue la primera vez que el INTA compartió stand con otra institución (el INTI). Por lo tanto, las propuestas interactivas se basaron en <i>construir con otros</i>. Para ello se utilizaron bloques de juguete, herramientas, rompecabezas y masa para modelar. - Los materiales que se utilizaron en dicha exposición son cartelería en lona con tres infografías de procesos del INTA y del INTI que
--	--

	<p>apuntan a la sustentabilidad ambiental, competitividad y equidad social⁶⁴, folletos impresos en papel ilustración, ploteado de paredes, televisor de 32 pulgadas con proyección de videos del INTA, bloques grandes de madera a modo de mesa, plastilina, materiales para ilustrar infografías, alfombra, entre otros.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Durante la Expo Rural, además del stand, profesionales del INTA, en conjunto con otras instituciones, dan una charla técnica sobre algún tema de coyuntura, generalmente el día viernes por la tarde. - El formato de las charlas técnicas consiste en uno o varios técnicos que exponen resultados de investigaciones de pie, a un público que permanece sentado, en auditorio. El recurso que más utilizan es la proyección de presentaciones en pantalla. - Si los temas que se presentan interpelan al público, éstos suelen hacer preguntas y consultas a los expositores. - Los profesionales de la comunicación participan en el proceso de planificación, instalación, armado, desarrollo de actividades, atención del stand, cobertura periodística y fotográfica de la exposición. - Durante la muestra, se promueve la
--	--

⁶⁴ Los conceptos de sustentabilidad ambiental, competitividad y equidad social se desarrollaron en el capítulo 2, dentro del apartado 2.1. "El INTA como institución de investigación y desarrollo".

	<p>participación del público mediante actividades y/o juegos interactivos.</p> <ul style="list-style-type: none">- Durante la muestra, la atención del stand y la coordinación de actividades con los niños y familias que se acercan a participar, queda a cargo de profesionales de la comunicación, extensionistas, investigadores, becarios, técnicos, entre otros.- En el año 2013, en la atención del stand participaron en conjunto personal del INTA y del INTI.- En este espacio se observa segmentación porque los participantes se dividen en alumnos de jardín de infantes; alumnos de escuelas primarias; familias, productores y público en general; y cada segmento del público participa de la misma en días y horarios diferentes.- También hay segmentación en la propuesta del INTA Rafaela, porque se desarrollan elementos de comunicación para los distintos públicos que participan en la muestra.- La linealidad se aprecia en las charlas técnicas que la institución ofrecen en otros espacios de la exposición, en las cuales también se observa segmentación, porque están dirigidas a públicos específicos que, muchas veces, sólo participan de las charlas y no del stand.- La horizontalidad ocurre desde el inicio en que se planifica el stand de la exposición, con la interacción de sujetos de diversas áreas (comunicación, extensión, dirección,
--	--

	investigación); durante las reuniones con directivos de otras instituciones (Sociedad Rural, INTI, Universidades) y específicamente en la atención del stand, durante los días que dura la muestra.
Marcas de racionalidad	-Linealidad -Segmentación -Horizontalidad -Interacción de sujetos
Tipo de encuentro sociocultural que produce	-Participativo
Adecuación del espacio a los actores a los que busca involucrar	-Parcial

DISPOSITIVO (Espacios) Visitas	
Nombre del dispositivo / Títulos	-Visitas guiadas -Visitas a la Unidad de Producción de leche “Campo Roca”
Objetivo comunicacional	-Informar
Recursos:	<ul style="list-style-type: none"> - Las visitas guiadas se pautan por correo electrónico con al menos un mes de anticipación. - Los interesados envían un correo electrónico al área de comunicación con copia al Director del INTA Rafaela, quien autoriza o no su recepción. - Cuando están autorizadas, las comunicadoras conversan con los técnicos que pueden recibir a los grupos y organizan un cronograma de visita, adaptado a las demandas recibidas. Se reciben contingentes de productores, profesionales y estudiantes de escuelas técnicas y/o carreras universitarias agropecuarias o afines. Se reciben contingentes locales, regionales, nacionales e internacionales. - En el caso de las escuelas primarias y/o secundarias, las visitas se reciben los primeros y/o segundos lunes de cada mes. - Una vez confirmados los técnicos y/o profesionales involucrados, se les envía a los contingentes los horarios de inicio, los de cada chara, y el de finalización. También se pauta con los visitantes si éstos desayunarán y/o

	<p>almorzarán en las instalaciones del INTA. En ese caso, la secretaria de Dirección se encarga de contratar el servicio y la Asociación Cooperadora realiza las gestiones administrativas pertinentes.</p> <ul style="list-style-type: none">- En el caso de las visitas internacionales la Secretaría de Dirección debe solicitar autorización a INTA Central mediante la vía del Centro Regional.- La estructura general de las visitas se conforma de: bienvenida institucional, presentación del INTA, su historia y su modo de trabajo, una o dos charlas a cargo de profesionales sobre las líneas de investigación y de extensión de la Unidad, traslado hacia el Tambo Experimental para conocer su tecnología (o a Campo Roca, según demanda), alguna otra charla o visita a sitio puntual (Sistema de efluentes, área de agronomía, crianza de terneros, etc.) y finalización de la visita.- Las visitas guiadas para alumnos de primarias o secundarias tiene una estructura similar a la descrita, sólo que en lugar de charlas técnicas a cargo de profesionales, una comunicadora se encarga de guiar a los grupos.- El eje comunicacional para las escuelas primarias es el suelo y, para las secundarias, es la sustentabilidad ambiental.- La comunicadora, con el apoyo de una presentación que incluye gráficos, mapas y fotos, y se proyecta en una pantalla, muestra las características principales de la institución y qué
--	--

	<p>es un tambo, luego describe el mapa de suelos de la provincia de Santa Fe, como información previa a la visita a la calicata (pozo en el suelo donde se ven los horizontes que lo conforman).</p> <ul style="list-style-type: none">- A continuación se traslada con el grupo hacia el Tambo Experimental, donde (con el apoyo de algún profesional del área) explican qué es, qué se hace allí y cómo funciona. Luego recorren la guachera (sitio de cría de terneros) y, en el viaje de vuelta, les comenta sobre otras actividades que se realizan en el INTA Rafaela, además de la lechería.- A cada docente que acompañe grupos se les entrega una evaluación de la visita, se les toma una foto grupal, y luego se les envía por correo electrónico.- Las visitas a Campo Roca (tambo modelo que el INTA posee en la localidad de Presidente Roca, distante a 10 km de la ciudad de Rafaela) suelen formar parte de la recorrida de las visitas guiadas, cuando los grupos son de adultos.- Allí, un profesional encargado del campo, junto al tambero, hacen una presentación expositiva a salón sobre las características fundamentales del tambo, y luego, según demandas de los visitantes, recorren distintos sitios del establecimiento, como la sala de ordeño, los potreros de alfalfa, el sistema de efluentes, la crianza de terneros, u otros.- De cada visita se realiza una nota periodística que se envía internamente por correo electrónico.
--	---

	<ul style="list-style-type: none"> - En caso de visitas internacionales, se sube la noticia a la página web institucional. - Además, se tabulan las respuestas a las evaluaciones de los docentes. - Las visitas son, básicamente, una exposición resumida sobre “lo que se hace en el INTA Rafaela”. - No ocurre interacción de sujetos entre sí, ni con la institución, salvo con la persona que los guía/acompaña. - En las visitas se observa linealidad y verticalidad a partir de mostrar a los visitantes la institución usando un discurso pre-armado, presentando líneas de trabajo o resultados de prácticas, sin interacción ni discusión, de modo expositivo e idealizado.
Marcas de racionalidad	<ul style="list-style-type: none"> -Linealidad -Verticalidad -Comunicación operativa
Tipo de encuentro sociocultural que produce	<ul style="list-style-type: none"> -Transferencista
Adecuación del espacio a los actores a los que busca involucrar	<ul style="list-style-type: none"> -Total

DISPOSITIVO (Espacios) Prensa institucional	
Nombre del dispositivo / Títulos	-Prensa institucional
Objetivo comunicacional	-Informar
Recursos:	<ul style="list-style-type: none"> - La prensa institucional considerada como un espacio consiste en convocar vía teléfono, correo electrónico o mensaje de texto a los periodistas de los medios locales, regionales y/o nacionales a cubrir actividades institucionales y/o de comunicación de tecnología agropecuaria. - Las comunicadoras llaman a los periodistas (aunque en algunas ocasiones, esto lo hacen los extensionistas o investigadores) y a los profesionales o técnicos que pueden dar información sobre determinada temática o actividad. - El lenguaje suele ser técnico, dependiendo del evento. - También, las comunicadoras (y otros colaboradores) toman fotos durante las actividades y las envían a los medios gráficos para que sean publicadas. - En otros casos, los periodistas solicitan a las comunicadoras materiales gráficos, audiovisuales y/o notas periodísticas. - El modo de comunicación con los medios es a

	<p>través del correo electrónico o el teléfono. Se centra en la emisión de mensajes (textos y fotos).</p> <ul style="list-style-type: none"> - No hay interacción con los periodistas que asisten a cubrir eventos. - La linealidad se advierte en que la prensa institucional es un simple intercambio de mensajes informativos. - También hay verticalidad en el hecho de que el INTA es la voz autorizada sobre el saber técnico en tecnología agropecuaria. - El rol del profesional de la comunicación en este espacio es operativo, porque actúa como nexo entre los medios y los técnicos que detentan los saberes agropecuarios.
Marcas de racionalidad	<ul style="list-style-type: none"> -Linealidad -Verticalidad -Comunicación operativa
Tipo de encuentro sociocultural que produce	<ul style="list-style-type: none"> -Transferencista
Adecuación del espacio a los actores a los que busca involucrar	<ul style="list-style-type: none"> -Total