

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL NORDESTE
CARRERAS DE RELACIONES LABORALES, COMUNICACIÓN
SOCIAL Y TURISMO

PROYECTO DE INVESTIGACION
PARA TRABAJO DE TESIS DE GRADO
Carrera de Licenciatura en Comunicación Social

TEMA:
“IMAGEN INSTITUCIONAL DEL INTA
EN ZONAS RURALES DE BELLA VISTA, CORRIENTES”

PLAN DE TRABAJO

Autor: Rene Evaristo Oviedo

DNI N° 24.771.866 – Libreta Universitaria N° 130

Domicilio: Salta 1240, Bella Vista - Corrientes

Teléfono: 03777 - 15414441 E-Mail: roviedo75@gmail.com

Fecha de Registro en la Universidad: 1999

Firma:

Director: Lic. Guillermo Torres

Bella Vista, Corrientes

Octubre de 2013

Agradecimientos:

A mis padres, Evaristo y Mercedes, por el esfuerzo y preocupación en los difíciles años iniciales.

A mi compañera Marcela, por el tierno gesto de sostener las ilusiones.

A mis hijos Facundo, Ana y Lucía, tres enormes motivaciones.

Al director del INTA Bella Vista, Mario Pedro Lenscak, por valorar el aporte de las ciencias sociales.

A los productores y productoras entrevistados, por la valiosa información suministrada.

CONTENIDO GENERAL

1- TITULO DE LA INVESTIGACION	5
2- INTRODUCCION	5
3- PROBLEMA DE INVESTIGACION	9
3.1- Enunciado del problema	9
3.2- Formulación del problema	10
4- OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION	11
4.1- Objetivo general	
4.2- Objetivos específicos	
5- JUSTIFICACION Y DELIMITACION DE LA INVESTIGACION	12
5.1- Justificación	12
5.2- Delimitación	13
6- MARCO DE REFERENCIA DE LA INVESTIGACION	15
6.1- Marco teórico	
7- TIPO DE ESTUDIO POR REALIZAR	32
8- DISEÑO DE LA INVESTIGACION	32
9- POBLACION	33
9.1- Población	
9.2- Muestra	
10- FUENTES DE OBTENCION DE INFORMACION	35
11- CATEGORIAS DE ESTUDIO	36
12- ANÁLISIS Y PRESENTACIÓN DE RESULTADOS	37
12.1- Sobre Posiciones y Roles	38
12.2- Sobre Proceso de Intervención	45
12.3- Sobre Representación Social	52
12.4- Sobre Materiales de Comunicación	56
13- CONCLUSIONES	59
ANEXO	63
BIBLIOGRAFIA CONSULTADA	64

1- TITULO DE LA INVESTIGACION

“IMAGEN INSTITUCIONAL DEL INTA EN ZONAS RURALES DE BELLA VISTA, CORRIENTES”

2- INTRODUCCION

En esta investigación se buscará describir la imagen institucional del INTA en zonas rurales de Bella Vista, donde el organismo cuenta con una Estación Experimental Agropecuaria y una Agencia de Extensión Rural. El problema a partir del cual se establece este objetivo es que no se conoce cuál es la imagen de la institución en su entorno rural inmediato, y tratándose de un organismo público con tantos años de experiencia en la región, se considera oportuno investigar acerca de la construcción de dicha imagen y cuáles son los factores que intervienen en este proceso social.

El Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA) “fue creado en 1956 para ser parte del sistema institucional capaz de instrumentar la estrategia de sustitución de importaciones, el paradigma del desarrollo que se impuso en América Latina después de la Segunda Guerra Mundial y que fuera impulsado por el pensamiento estructuralista latinoamericano”¹.

Actualmente mantiene la misión de realizar y promover “acciones dirigidas a la innovación en el **sector agropecuario, agroalimentario y agroindustrial** para contribuir integralmente a la competitividad de las cadenas agroindustriales, salud ambiental y

¹ Carlos Alemany, La Extensión Rural en debate, INTA, 2003. P: 141.

sostenibilidad de los sistemas productivos, la equidad social y el desarrollo territorial, mediante la investigación, desarrollo tecnológico y extensión”².

La visión que tiene el organismo apunta a que sea percibido por la sociedad como:

- La institución pública de investigación y transferencia de tecnología al servicio del sector agropecuario.
- La institución inspiradora y ejecutora de la política tecnológica agropecuaria y agroindustrial.
- Protagonista trascendente del Sistema Nacional de Innovación.
- Actor relevante en el desarrollo del sector agropecuario a nivel territorial, regional y local.
- Entidad que orienta principalmente a los productores agropecuarios en el acceso a las tecnologías.
- Organización que se anticipa a las demandas futuras de la sociedad y los mercados facilitando el aprovechamiento de las oportunidades del sector agropecuario³.

Esta visión marca claramente cual sería la imagen deseada del instituto, en todo el ámbito nacional, sin circunscribirse únicamente al sector agropecuario, sino incluyendo a la sociedad en general.

Dentro del INTA conviven dos grandes líneas de trabajo: investigación y extensión. Se complementan dentro de lo que se considera la cultura organizativa de la institución pero tienen lógicas de funcionamiento diferentes. La investigación, asociada a la tarea científica, ocupa el espacio físico de las Estaciones Experimentales; y la extensión está

² Plan Estratégico Institucional 2005-2015. Ediciones INTA.

³ Idem.

vinculada al trabajo desde las Agencias de Extensión, precisamente, con prácticas de intervención en los territorios. Básicamente esto es lo que ofrece el INTA: un lugar reservado al quehacer científico, de vanguardia muchas veces; y otro espacio desde donde se articulan actividades con los actores que forman parte del sistema agropecuario, agroalimentario y agroindustrial, a los fines de acercar la tecnología disponible.

A los fines de esta investigación, se trabajará en el marco de la segunda línea descripta, por tratarse de una práctica vinculada a la dimensión comunicacional en general, donde se visualizan claramente las diferentes relaciones que se dan entre los actores relevantes para el presente proyecto y la institución. En este sentido, merece destacada importancia precisar quiénes son estos actores relevantes para nuestro propósito, tratándose en este caso de productores agropecuarios dedicados a distintos cultivos de renta característicos en las zonas rurales del departamento Bella Vista: mandioca, batata, citrus y hortalizas. Habida cuenta de que el INTA es un organismo estatal que produce conocimiento para un vasto sector de la sociedad, es pertinente establecer un criterio de selección respecto de aquellos que habitan el territorio rural, ya que el sistema de extensión desde el cual la institución interviene, direcciona sus herramientas de trabajo hacia ese público objetivo.

La historia de la extensión del INTA permite identificar un primer proyecto institucional: “el paradigma educativo”, que en rigor podría ser caracterizado como tal durante los primeros veinte años de su existencia (1956-1976), ya que a partir de allí se produjeron importantes transformaciones que culminaron con la reformulación y la creación de un segundo proyecto institucional: el “transferencista”. Esta perspectiva de trabajo se mantuvo vigente hasta comienzos de los años 90, a partir del cual se iniciaron cambios tendientes a la “privatización de la extensión” y el desarrollo de nuevas

modalidades de intervención. A fines de la década, en la institución se inició nuevamente un debate, no concluido aún, orientado a reformular el enfoque de trabajo para adecuarse a las nuevas demandas sociales, ambientales y tecnológicas que se perciben y que están vinculadas al cambio de época que se empieza a vivir (Alemany, 2000).

El rol que ocupa la comunicación, como campo disciplinar y profesional, en este escenario está en permanente movimiento, con muchos matices porque la disciplina viene de acompañar un largo proceso donde el paradigma de la transferencia dominaba las actividades de los profesionales del INTA. Aún hoy se observa en las prácticas institucionales esta impronta lineal dentro de los espacios comunicacionales, pero con la aparición de otras miradas desde las ciencias sociales que enriquecen el trabajo de intervención, aunque la mayoría de los proyectos sigan tendiendo a lo normativo. La cuestión es clave para indagar sobre la imagen que la institución tiene en el territorio en el que está, porque toda acción comunica y es allí donde la imagen se construye, en la relación con el otro.

3- PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACION

3.1- Enunciado del problema:

La tarea de explorar acerca de la imagen no es nada sencillo, y más aún si se trata del Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria, un ente nacional al servicio del sector agropecuario del país, y cuya política de trabajo también recae sobre la sociedad entera. Es por eso que se decide hacer un recorte en el público vinculado al INTA en Bella Vista para problematizar el tema de su imagen, determinando como actores relevantes a quienes habitan las zonas rurales cercanas y cuya principal actividad es el trabajo agropecuario.

Precisamente, el INTA genera estrechos vínculos con estos actores como parte del trabajo cotidiano, pero el problema es que no se conoce de qué manera estas acciones contribuyen a la construcción de la imagen que esos actores tienen del organismo.

“La institución no es un objeto material observable, sino que es percibida por las múltiples acciones que realiza y las distintas interacciones que tiene con el receptor. No hay una única representación que pueda abarcar todo lo que implica”⁴. Todas las acciones de intervención comunican y esto contribuye a la imagen que se crea de una institución. Más allá de los propósitos que el INTA tenga al momento de relacionarse con su público, el proceso de significación está compuesto por otros factores también determinantes, como por ejemplo, lo que sabe el otro.

En ese sentido, dentro de la complejidad de un territorio determinado y sus características, “el modo de significar no es para nada neutro: es conflictivo cuando involucra intereses contrapuestos o pone en cuestión ciertas concepciones ampliamente

⁴ Amado Suárez, Adriana y Carlos Castro Zuñeda, Comunicaciones Públicas, Temas Grupo Editorial. 1999. P: 51.

extendidas. Pero no sólo se queda allí. Importa en tanto orienta las actitudes y los modos de pensar el mundo, el cómo actuamos cuando entendemos que los procesos son de una manera o de otra, y cuando naturalizamos la manera de comprender a los que nos rodean. Las consecuencias son concretas y tienen implicancias determinadas. Los actores comprenden e interpretan de manera diferente la situación en la que se encuentran y ese modo de entender lo que viven forma parte de la realidad que perciben. La realidad es, en parte, lo que ellos creen que es”⁵.

3.2- Formulación del problema:

¿Cuál es la imagen que tiene el INTA Bella Vista en su entorno rural inmediato?

A partir de este interrogante surge lo siguiente:

- 1- ¿Tiene el INTA Bella Vista una estrategia de comunicación planificada para la construcción de su imagen?
- 2- ¿Existen otros factores que inciden en esa construcción?
- 3- ¿Cómo ven al INTA los actores sociales del espacio rural más cercano a sus unidades en Bella Vista?

⁵ Claudia Kenbel, Comunicación, tecnología y desarrollo, Universidad Nacional de Río Cuarto, 2006. P: 171.

4- OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION

4.1- Objetivo General

Determinar de qué manera las acciones de intervención que desarrolla el INTA Bella Vista en su entorno rural, contribuyen a la construcción de la imagen deseada.

4.2- Objetivos específicos

- 1- Identificar las principales acciones comunicacionales que desarrolla el INTA Bella Vista.
- 2- Indagar acerca de los principales factores que inciden en la construcción de la imagen.
- 3- Analizar la relación entre las acciones de comunicación y la imagen que tienen los actores rurales del territorio.

5- JUSTIFICACIÓN Y DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACION

5.1- Justificación:

Para buena parte de las instituciones públicas, el tema de la imagen es un factor trascendente, por lo que implica tanto para adentro como afuera de las mismas. Ese valor agregado se convierte en valor intangible a lo largo del tiempo si se logra mantener en términos positivos. De esta imagen depende también el crecimiento de los recursos, tanto económicos como humanos.

El INTA es uno de los organismos del estado nacional que continúa trabajando luego de más de 50 años de existencia, y por tratarse de una institución donde uno de sus objetivos principales es la generación y transferencia de tecnología para el sector agropecuario, la construcción de la imagen institucional siempre ha estado entre las prioridades. En Bella Vista (Corrientes), el INTA comparte el territorio con otras instituciones que trabajan en la zona rural, entre las que se encuentran la Subsecretaría de Agricultura Familiar (ex Programa Social Agropecuario); el Ministerio de la Producción de Corrientes; el Instituto Nacional de Cultura Popular; las Direcciones de Producción, Cultura y Turismo de la Municipalidad de Bella Vista. Por tratarse de un lugar con una larga tradición vinculada al trabajo de la tierra, la relevancia de la presencia del instituto constituye un importante antecedente para ver de qué manera se ha instalado la imagen del INTA en la zona.

La principal contribución de este trabajo pretende ser la de brindar información a partir del análisis de campo, sobre una cuestión tan sensible para el organismo, como es la concepción de su propia imagen desde sus interlocutores más cercanos. Acercar la mirada

de quiénes observan, ven, sienten y comparten el espacio geográfico e histórico con el INTA, en esta parte de la provincia de Corrientes.

5.2- Delimitación de la investigación:

Este trabajo se realizó en la zona de influencia cercana a la Estación Experimental del INTA Bella Vista, las Colonias 3 de Abril⁶ y Progreso, dentro del departamento Bella Vista de la provincia de Corrientes. Dichas colonias forman parte del territorio al que pertenece la Unidad mencionada. El trabajo de intervención del INTA mediante su Agencia de Extensión Rural en Bella Vista, está vinculado a esta zona geográfica de la provincia de Corrientes, tanto por el tipo de actividad agropecuaria que se realiza como por la cuestión de territorialidad. Dicha conceptualización de territorio, se ajusta a lo que se propone en un documento llamado Enfoque de Desarrollo Territorial, donde se explicita la posición del INTA frente al asunto:

“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”⁷.

⁶ Al finalizar la investigación, 3 de Abril fue declarado como nuevo municipio del Departamento Bella Vista.

⁷ Enfoque de Desarrollo Territorial. Documento de trabajo N° 1. Programa Nacional de Apoyo al Desarrollo de los Territorios. INTA. Octubre 2007. P: 3.

“El 80 % de los Establecimientos Agropecuarios (EAPs), que equivale a 838 explotaciones sobre un total de 1048 en el departamento de Bella Vista, se encuentran enmarcado dentro de un rango de superficie de 0 - 50 ha. A su vez, sobre el total de EAPs se observa una estratificación en la cuál el 27 % (288 EAPs) tienen una superficie que va de 0 - 5 ha, mientras el 14 % (156 EAPs) tiene entre 5,1 - 10 ha, el 24 % (260 EAPs) está entre las 10,1 - 25 ha, por último el 13 % restante representa a 139 explotaciones entre 25,1 - 50 ha”⁸. En este sentido, es importante caracterizar el tipo de actividades agropecuarias predominantes en dicho territorio, donde la citricultura y horticultura bajo cubierta son las más importantes para los actores sociales que aquí se referencian para nuestro estudio. Insaurralde describe que en la producción de cítricos “el sistema productivo familiar de subsistencia, comprende explotaciones con una superficie de hasta 6 hectáreas, de las cuales 3 se encuentran en producción activa, incorporando eventualmente nuevas plantaciones; que combina con actividades de autoconsumo. Para la labranza del suelo y labores culturales emplean la tracción animal, la mano de obra predominante es familiar, la dotación de capital es escasa y la comercialización es local e individual y con destino a industria. En general la mayoría de las quintas son viejas, con insuficiente conducción técnica, bajos rendimientos y con variedades de relativa adaptación a las demandas actuales de mercado. Estas circunstancias limitan el desarrollo y crecimiento de estos productores, quienes buscan diversificarse a través de otras alternativas productivas, como hortalizas, tabaco, algodón, frutilla, caña de azúcar y otros frutales”⁹.

⁸ Ramón Esteban Insaurralde, La Feria Franca una alternativa asociativa en construcción, Tesis para optar al grado de Magíster en Estudios Sociales Agrarios, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO)/Sede Argentina, Buenos Aires. 2009.

6- MARCO DE REFERENCIA DE LA INVESTIGACION

6.1- Marco Teórico:

La imagen del INTA es algo que casi no se ha estudiado o se ha estudiado poco, y en este caso es escasa la información existente respecto de cómo y qué ven los productores rurales, cuando ven al INTA. Aquí es pertinente incluir la definición de imagen corporativa propuesta por Paul Capriotti, quien afirma que es *“la imagen que tienen todos los públicos de una organización en cuanto entidad. Es la idea global que tienen sobre sus productos, sus actividades y su conducta”*¹⁰. El autor concluye diciendo que esto tiene que ver necesariamente con la recepción, y es por eso que la investigación que se emprende tiene una fuerte implicancia entre tres conceptos fundamentales: imagen, comunicación y extensión.

Respecto de los antecedentes previos de esta investigación, hay dos que están vinculados con estudios de imagen del INTA (2001 y 2005) y otro que refiere a la dinámica de intervención desde organismos del Estado (2009). El primero es un “Estudio de Imagen Institucional. ¿Qué Piensa Usted del INTA?”¹¹, donde el objetivo fue *“auscultar la opinión, percepciones e imagen que tiene la gente en general, así como recabar algunas propuestas de mejoras para su funcionamiento, con relación a diferentes aspectos de la labor que desarrolla la institución”*¹². Los objetivos planteados se abordaron indagando acerca de las siguientes *“dimensiones o cuestiones temáticas:*

- *Evaluar la labor del INTA*
- *Grado de conocimiento sobre las áreas en que preferentemente asesora*

⁹ Idem.

¹⁰ Paul Capriotti, Planificación estratégica de la imagen corporativa, Ariel Comunicación. 1999. P: 28.

- *A quiénes se supone beneficia el trabajo institucional*
- *Las tareas más importantes que realiza el INTA (mención espontánea)*
- *Consultas realizadas y grado de satisfacción de la atención recibida*
- *Los temas de los que el INTA se ocupa (jerarquización)*
- *Si se consultó al INTA, lugar, y Evaluación de la atención recibida*
- *Motivos de haber elegido al INTA*
- *Sugerencias para mejorar la forma de trabajo de la institución*

Con tales objetivos se realizó una encuesta en la 114 Exposición Sociedad Rural Argentina – Julio/Agosto de 2000. Ello implicó la elaboración de un cuestionario que operacionalizó aquellas dimensiones y variables en preguntas cerradas, semicerradas (con alternativas únicas o múltiples) y una pregunta abierta. Lugar y Fecha de aplicación de la encuesta: 114° Exposición Sociedad Rural Argentina 13 de julio al 16 de agosto de 2000. Se entrevistaron a 400 visitantes a la Exposición Rural pertenecientes a diferentes grupos poblacionales no en partes proporcionales.

Los resultados arrojados por el estudio son los siguientes:

1°) El 44.0 % y un 41.25 % de los encuestados opinan que la labor del INTA es Muy Buena y Buena, respectivamente mientras que un 7.25% y un 1.25% opinaron que es Regular y Mala en cada caso. Las personas manifiestan una alta valoración de la labor del INTA independientemente de su nivel educacional alcanzado.

2°) La mayoría de los entrevistados –79.5%- opinó que el INTA asesora preferentemente en “Aspectos técnicos-productivos”, en tanto que los temas de “Gestión de la empresa y comercialización” obtuvieron el 8.6% y 10.8%, respectivamente. En estas

¹¹ Ana Fernández Besada y Marta Zanelli, Estudio de Imagen Institucional. ¿Qué Piensa Usted del INTA?, Documento de trabajo N° 23, Instituto de Economía y Sociología de INTA, 2001.

¹² Idem.

opiniones se advierte que el fuerte institucional se sigue viendo alrededor de un “producto” como son las “cuestiones productivas”; en una significativa distancia se ubican las otras temáticas. Factores diversos pueden estar incidiendo en estas opiniones. Por una parte, la Institución no estaría orientando su trabajo a otros aspectos en igual proporción que a los productivos o, aún cuando la Institución venga asumiendo participación en otros campos temáticos, habría un desconocimiento derivado, quizás por un débil mensaje institucional que no logra remover en la opinión pública cierto estereotipo sobre la labor del INTA.

3º) Al analizarse la consulta sobre cuál es el estrato de productos que se piensa que beneficia el accionar institucional, más de la mitad manifestó que el INTA atiende a todos los productores sin distinción del estrato socio-económico al cual pertenece.

4º) Para indagar la significación o presencia mental del INTA entre los entrevistados se les solicitó que mencionaran espontáneamente no más de tres actividades con las que vinculaban el nombre INTA. Las respuestas se organizaron en categorías. “Tecnología para la producción Agropecuaria” sobresale ya que fue mencionada en primer lugar con un 93,5%; difundir información ligada con la “Gestión de la Empresa se destaca en segundo lugar con un 80.50%. En orden decreciente encontramos “Tecnología de Alimentos” e Información de Mercados” con un 73% y 66.75 %, respectivamente.

5º) Cuando se preguntó a los que habían hecho alguna consulta al INTA, se encontró que de un total de 198 consultas realizadas, 150 se hicieron en alguna EEA o Agencia del INTA, contra 27 y 21 realizadas en alguna unidad de Castelar y la Sede Central en cada caso. Los resultados consignados sobre la atención recibida arroja que fue satisfactoria en amplia mayoría.

6º) Respecto a los motivos que los llevaron a elegir el INTA para hacer la consulta, los resultados encontrados dan cuenta de una posición favorable para justificar la elección del INTA. Así, registró una repuesta alta – más del 50% - el respaldo profesional que brinda la Institución, un 21.1 % siente que no la puede obtener de otras fuentes y en casi igual proporción de que se acude al INTA porque brinda más y mejores servicios que otros oferentes de información sobre el sector.

7º) Se les presentó a los entrevistados un listado de tareas que desarrolla el INTA y se les solicitó que de acuerdo a ellos efectuaran una jerarquización de las mismas, resultando prioridad en primer lugar “Tecnología para la Producción Agropecuaria”. En lugares relativamente menos preferenciales pero compartiendo casi la misma posición ubicaron a “Información de Mercados y para la “Gestión Agropecuaria”. En cambio, otorgaron la menor valoración a “Tecnología de alimentos” , como parte del accionar institucional.

8º) Otro elemento de interés que se quiso explorar fueron las opiniones relativas a la forma en que debería seguir desarrollando su trabajo el INTA. Aquí más de la mitad de los encuestados cree que la Institución debe “Brindar más y mejores servicios”, mientras que un 35.25% manifestó conformidad sobre la forma en que lo viene haciendo.

9º) La última de las preguntas fue abierta y estuvo específicamente destinada a recoger las recomendaciones y opiniones para mejorar el quehacer del INTA, enriqueciendo las conclusiones del estudio. La mayor frecuencia se otorgó a: “Que el organismo logre mayor presupuesto”, lo cual muestra tal vez la influencia que ha tenido en la formación de la opinión pública la significación y difusión “mediática” de este problema”¹³.

¹³ Idem.

El segundo estudio encontrado -2005- indagó acerca de una “Lectura pública de la imagen del INTA en la legislatura nacional”¹⁴, con algunos resultados concretos que aparecen en las conclusiones del trabajo. Como ser, que *“El INTA aparece fuertemente asociado con el sector agropecuario, la investigación y/o el asesoramiento, la tecnología y el desarrollo (...). Un número importante de entrevistados reconoce como misión del INTA a la investigación y/o el asesoramiento, el desarrollo de tecnologías, y la mejora de la calidad de la producción, de la empresa y del estándar de vida del productor (...). Casi el 60 % de los entrevistados afirmó acceder a información generada por el INTA. Sin embargo, más de la mitad lo hace en forma esporádica o muy esporádica. En general, el acceso a información está ligado a la recepción de materiales de comunicación institucionales (periódicos, publicaciones) o a la realización de consultas a través del sitio web. En muy pocos casos responde a espacios de diálogo e intercambio (...). Muchos entrevistados consideran que el nivel profesional del INTA es elevado, y que la información y el conocimiento que se generan son creíbles y confiables. También que los productos y servicios ofrecidos son de alta calidad. Más del 65% de los consultados considera que el INTA es un organismo comprometido con la comunidad. El resto manifestó no poder evaluar este aspecto (...). Pensando en el futuro del INTA, muchos de los entrevistados le otorgan un rol destacado en lo que hace al desarrollo del sector, con mayor presupuesto, y una fuerte articulación con la comunidad y otras organizaciones. La alta diversidad de las respuestas indica que no existe consenso en cuanto a lo que se*

¹⁴ Mariana Magistocchi, Silvia Montes de Oca y Guillermo Torres, La lectura pública del INTA en la Legislatura Nacional, Estudio de imagen para el diseño de estrategias de comunicación, Documento de presentación de la Maestría en Planificación y Gestión de Procesos Comunicacionales de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad de la Plata y el Centro de Comunicación Educativa La Crujía. 2005.

espera del INTA. Muchas de las respuestas obtenidas pueden ser leídas como demandas”¹⁵.

También es pertinente hacer mención acerca de los procesos de transformación políticos en América Latina en la década de los '90, y puntualmente el énfasis en el rol del Estado. Dicha transformación se evidencia *“a partir de la implementación de políticas neoliberales de ajuste estructural que han generado modificaciones de gran importancia. Estas dieron como resultado una reestructuración en los aspectos productivos, laborales e institucionales y un notable cambio en cuanto a la relación Estado-sociedad. Es decir, desde la responsabilidad de llevar a cabo funciones de intervención y regulación del mercado hasta las clásicas políticas propuestas desde la oferta; se produjo el traslado hacia un nuevo rol del Estado caracterizado por el funcionamiento más acotado, centrado básicamente en la promoción y diseño de políticas específicas focalizadas, que operan desde la demanda. Dichas políticas apuntan, en el ámbito del desarrollo rural, a cubrir o reducir las asimetrías producidas por la dinámica del sistema económico vigente.*

En este contexto, durante los primeros años de la última década del siglo XX, emergen desde la órbita de las instituciones gubernamentales una serie de programas de intervención que reúnen en cierto modo algunos aspectos similares. Las similitudes estaban dadas básicamente en la estructura de funcionamiento donde se combinan ciertos elementos relacionados a la focalización de los beneficiarios, la figura de proyecto, los componentes de asistencia técnica, financiamiento y capacitaciones, que, operando conjuntamente a la promoción de las formas asociativas, eran considerados requisitos fundamentales para poder acceder a los mismos.

¹⁵ Idem.

En tales circunstancias por las que atravesaba el país, se hacía imperiosa la necesidad de impulsar políticas orientadas al sector que atendiera prioritariamente las necesidades de los pequeños productores de manera acorde a las distintas realidades de cada región para, de esta forma, contribuir a paliar el impacto de la crisis económica creada por y enmarcada en una economía de mercado abierta”¹⁶. De estos aportes previos, la investigación que aquí se propone buscará aportar más una mirada sobre la representación social del productor de pequeñas superficies o de agricultura familiar. Si bien el primer estudio citado trabajó sobre el escenario de una muestra que convoca a una parte del sector productivo, también conviene trabajar sobre la imagen latente en el estrato con mayor cantidad de emprendimientos del país. Sobre este punto hay que destacar que según un informe del PROINDER, el 65,6% de explotaciones agropecuarias del país están ocupadas por pequeños productores. En el caso de la Mesopotamia la presencia es aún más contundente, ascendiendo al 79,7% sobre el total de superficie de la región¹⁷.

Acerca del abordaje metodológico, el segundo estudio citado tiene una búsqueda similar a la que se propone este trabajo, tratando no solo de conocer la relación con el INTA de los actores entrevistados, sino también buscando una conexión con las causas de ese encuentro.

Es importante avanzar ahora en reflexiones vinculadas a la comunicación, con nuevos y permanentes aportes de varios autores. Tal es el caso de lo expresado por Sandra Massoni, quien sostiene que *“en un mundo fluido, no hay un narrador centrado, ni emisores tan definidos como fuentes, ni contenidos tan unívocos, sino transformaciones*

¹⁶ Ramón Esteban Insaurrealde, La Feria Franca una alternativa asociativa en construcción, Tesis para optar al grado de Magíster en Estudios Sociales Agrarios, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO)/Sede Argentina, Buenos Aires. 2009.

¹⁷ Edith Scheinkerman de Obschatko, María del Pilar Foti y Marcela E. Román, Los Pequeños Productores en la República Argentina, 2da edición, PROINDER - SAGPyA / IICA. 2007.

permanentes en las que todos son actores múltiples". Ella rescata también dos conceptos : encuentro sociocultural y complejidad (Huerco, 2004) . En esa dirección plantea que la comunicación es *"el momento relacionante de la diversidad sociocultural y, por lo tanto, el espacio del cambio, de la transformación. 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"*. Más adelante, Massoni afirma que *"el encuentro sociocultural no puede analizarse sino a partir de sus manifestaciones, como fenómeno complejo, fluido, y a partir de un abordaje transdisciplinario"*¹⁸.

Del concepto comunicación, se rescatan para este trabajo las cuatro dimensiones de la comunicación enunciadas por Sandra Massoni: informativa, ideológica, interaccional y sociocultural.

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.

¹⁸ Sandra Massoni, Grises de la Extensión, la Comunicación y el Desarrollo. INTA, 2008. P: 90-91.

- 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, 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 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 mediaciones socioculturales como dispositivos articuladores de lógicas.

-Aborda a la comunicación como espacio 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 social, como proceso complejo, situacional e histórico¹⁹.

Estas dimensiones de las que habla Massoni, articulan con los componentes del proceso de formación de la imagen corporativa al que se refiere Capriotti. Dice este autor que *“Aun sabiendo que existen otros factores que inciden en la formación de la imagen corporativa, las organizaciones no esperan a que los públicos elaboren una imagen de ellas, sino que actúan para intentar influir positivamente...”*

“(...) Sin embargo, para los públicos la comunicación de una organización son todos los mensajes efectivamente recibidos por ellos desde la entidad. Los mensajes efectivamente recibidos por los públicos pueden ser enviados voluntaria o involuntariamente por la organización. Así, consciente o inconscientemente, toda entidad social, con sólo existir y ser percibida, arroja sobre su entorno un volumen determinado de información” (Chaves, 1988: 25; Bernstein, 1986: 17)²⁰.

Se rescata además el aporte del uruguayo Gabriel Kaplún, cuando hace alusión a los términos de abajo-arriba y adentro-afuera. Al respecto dice que *“el primero refiere a la cuestión de las jerarquías y a la imagen de la pirámide. El segundo refiere a la pertenencia y recurre con frecuencia a la imagen del círculo. A veces con círculos concéntricos se busca explicitar simultáneamente ambas cosas: cuanto más arriba en la pirámide más*

¹⁹ Sandra Massoni, Comunicación, Ruralidad y Desarrollo, INTA. 2004. P: 133-134.

²⁰ Paul Capriotti, Planificación estratégica de la imagen corporativa, Ariel Comunicación. 1999. P: 72.

cerca del centro, cuanto más abajo más cerca del borde”²¹. En otro trabajo del mismo autor, se destaca el rasgo constitutivo de las instituciones cuando menciona que “*son lógicas reguladoras y valoradoras del comportamiento social. Lógicas que definen roles, establecen lo prescripto y lo proscripto, lo que se debe hacer y lo que está prohibido en un ámbito o situación determinada*”²². Luego Kaplún nos propone mirar con atención “*la relación entre imagen e identidad. La identidad puede ser definida como lo invariante: lo que distingue a una organización de otra y trata de conservar a lo largo del tiempo (Etkin 1997). Los rasgos de identidad de una organización pueden existir a pesar e incluso contra la voluntad de la organización. La identidad es un emergente de la organización, pero también puede ser construida. Siempre hay en la identidad una tensión entre lo emergente y lo construido, ente la homogeneidad y la heterogeneidad, entre la estabilidad y el cambio. En cualquier caso la identidad, aunque es lo permanente, no es algo dado: los miembros de la organización la re-construyen cotidianamente... y a veces la cuestionan, aun cuando no lo hagan de modo explícito...*”

(...) La identidad posibilita la reproducción comunicativa de la cultura y construye una cultura específica de cada organización. A través de interacciones comunicativas se presenta como imagen de la organización, pero las relaciones entre una y otra son siempre tensas, en tanto revelan por un lado las tensiones internas de la propia identidad y por otro muestran las tensiones entre discurso interno y externo en las organizaciones”²³.

Para entender la lógica del INTA en una dimensión profesional de la comunicación, es preciso aclarar que la disciplina que la abarca no tiene mucho camino hecho aún. Los primeros antecedentes de profesionales de las ciencias de la comunicación que ingresaron a

²¹ Gabriel Kaplún, Revista Constelaciones N° 1, Comunicación organizacional: la importancia de los bordes y la ventaja de agacharse. Fundación Walter Benjamín, Buenos Aires. 2000.

trabajar en la mencionada empresa del estado, son de principios de la década del '90. Siguiendo los términos propuestos por Joan Costa: “...*todo grupo humano que emprende proyectos y acciones sobre su entorno. La actitud emprendedora implica que ésta afectará el entorno social, material, cultural y económico. Que la empresa deberá organizarse y administrarse para funcionar con mayor eficacia. Que tendrá que invertir dinero, esfuerzo y tiempo. Que necesariamente tendrá que comunicarse internamente y con su entorno. Y que está expuesta a riesgos*”²⁴.

En la actualidad, la mayoría de las unidades de INTA en el país, cuentan con un profesional de la comunicación, a cargo de un área que antes fue trabajada por ingenieros agrónomos o veterinarios, en la gran mayoría de los casos. Como dice Prieto Castillo, “...*La comunicación es el lado más sensible de la organización*”, y por esto es importante el camino que ha decidido tomar el instituto en estos últimos años. Siguiendo la línea propuesta por este autor, es válido también recordar lo que reflexionaba en el año 2004, cuando decía: “...*las formas de poder social e institucional condicionan, cuando no determinan, la gestión de la comunicación en las organizaciones (...) Me refiero a la gestión de: información, redes, medios, momentos comunicacionales, conversaciones, imagen a lo interno y a lo externo, puntos de encuentro (entre los integrantes de la institución y de la institución con sus interlocutores), relación con otras instituciones, relación con los medios, relación con los interlocutores, relación con la sociedad*”²⁵. Salvando dicho antecedente, la comunicación como proceso lógicamente que estuvo siempre presente en la cultura organizacional, ocupando un rol relevante dentro de los

²² Gabriel Kaplún, Seis maneras de pensar la comunicación organizacional, VI Congreso de ALAIC, Bolivia. Junio de 2002.

²³ Idem.

²⁴ Joan Costa, Imagen Corporativa en el Siglo XXI, La Crujía, 2001. P: 47

²⁵ Daniel Prieto Castillo, Seminario Internacional Comunicación y Desarrollo, Encuentros en la diversidad, INTA, Buenos Aires, 2007. P: 22.

paradigmas comunicacionales y de extensión en cada época. Al respecto, Mariana Piola sostiene que *“la intervención del comunicador no siempre se da desde el inicio de la problematización que da creación a un proyecto. Es más, excepto en el caso de equipos consolidados que incluyen la disciplina, resulta muy habitual que el profesional de la comunicación sea pensado recién cuando el mismo está en marcha. Esta condición ubica al aporte profesional en desventaja si se considera que los supuestos epistemológicos de partido son estructuras fuertes y contrapuestas al aporte profesional”*²⁶. El contexto donde se inscribe la lógica comunicacional del INTA deviene de un paradigma emergente en todo el mundo coincidiendo con la época de su creación (1956). Partimos del aporte que realiza Silvio Waisbord, quien expresa que *“la comunicación para el desarrollo tiene su origen en los programas de ayuda internacionales de la posguerra para los países de Latinoamérica, Asia y África que estaban luchando contra la pobreza, el analfabetismo, la mala salud y la falta de infraestructura económica, política y social. La comunicación para el desarrollo comúnmente se refiere a la aplicación de estrategias y principios de comunicación en el mundo en vías de desarrollo.*

Las teorías de desarrollo tienen su raíz en el optimismo de mitad de siglo sobre la posibilidad de que gran parte del mundo poscolonial pudiera finalmente “cubrir la brecha” y parecerse a los países occidentales. Luego de que los últimos vestigios de los imperios europeos en África y Asia se desmoronaron en las décadas de 1950 y 1960, una pregunta predominante en los recintos académicos y políticos era cómo resolver las disparidades abismales entre el mundo desarrollado y el subdesarrollado. El desarrollo originalmente significaba el proceso por el cual las sociedades del Tercer Mundo podían convertirse en sociedades como las occidentales desarrolladas, medido en términos de

²⁶ Mariana Piola, Tesis y trabajos de posgrado en comunicación rural, Vol. I, Ediciones INTA, 2009. P: 264-

sistema político, crecimiento económico y niveles de educación (Inkeles & Smith 1974). El desarrollo era sinónimo de democracia política, crecientes niveles de productividad e industrialización, altas tasas de alfabetismo, mayor esperanza de vida, etc. Se suponía implícitamente que había una forma de desarrollo, expresada en los países desarrollados, que las sociedades subdesarrolladas debían reproducir”²⁷.

En este sentido, el autor también brinda un marco referencial importante para situar al INTA como actor relevante del proceso de comunicación para el desarrollo. *“La primera generación de los estudios de la comunicación para el desarrollo estuvo dominada por la teoría de la modernización. Esta teoría sugería que tras los problemas de desarrollo subyacen déficits culturales y de información, y por lo tanto no podían resolverse sólo con ayuda económica (el Plan Marshall en la Europa de la posguerra). En cambio, las dificultades en los países del Tercer Mundo estaban al menos parcialmente relacionadas con la existencia de una cultura tradicional que impedía el desarrollo. Los países del Tercer Mundo carecían de la cultura necesaria para avanzar a una etapa moderna. Se veía la cultura como el “obstáculo” que impedía la adopción de actitudes y comportamientos modernos”²⁸.*

Después de la crisis institucional de 2001, Argentina inició un período de transición política, social y económica, produciendo un fuerte debate entre las visiones en conflicto para establecer las bases de un nuevo modelo de desarrollo. En el proceso de construcción del nuevo modelo, los actores sociales, políticos y económicos -con sus diferentes visiones- definen el nuevo sistema de ideas, de técnicas, como así también la nueva institucionalidad capaz de brindarle sustentabilidad al cambio. El INTA no estuvo al margen de ese debate y

265.

²⁷ Silvio Waisbord, Árbol genealógico de teorías, metodologías y estrategias para comunicación para el desarrollo. Fundación Rockefeller.

el mismo año inició un proceso de revisión de su proyecto de extensión²⁹. Entre los principales aportes se encuentran las reflexiones de Gustavo Cimadevilla, quien define a *“la intervención como el proceso a través del cual se orienta una acción para modificar un estado de realidad identificado intersubjetivamente; suponiendo que la orientación se da sobre la base de la existencia de opciones”*, por tanto *“considerar su institucionalización es pensar en los procesos en los que a partir de identificar recíprocamente la necesidad de hacer frente al acontecer, se pasa a internalizar de manera representacional la idea de que es cierta rutina de acción, que resulta por asociación, la encargada de modificarla, de acuerdo a cierto parámetro de validez intersubjetiva”*³⁰.

El mismo autor, en referencia a la extensión agrícola como agente de intervención, manifiesta que *“si la intervención en el medio rural pasa a concebirse como herramienta necesaria del Estado para favorecer ciertos procesos, es porque en general el razonamiento que se sigue para la extensión agrícola parte del siguiente marco especulativo:*

- i. se reconoce un estado de realidad social o productiva no deseable;*
- ii. opera una decisión política que opta por la intervención (externa) mediante una institución (agencia) específica;*
- iii. se supone la existencia de un conocimiento superador de aquel que rige la práctica productiva o social en un determinado momento y lugar;*
- iv. se dispone de una infraestructura generadora de ese conocimiento;*
- v. se cuenta con una infraestructura transferidora;*
- vi. se supone que la transferencia es posible y deseable; y*

²⁸ Idem.

²⁹ Carlos Alemany, La Extensión Rural en Debate, INTA, 2003. P: 164.

³⁰ Gustavo Cimadevilla, La Extensión Rural en Debate, INTA, 2003. P: 89-90.

- vii. *se considera que la población en la que opera la intervención modificará su conducta de acuerdo con el planteo de la acción transferencista*³¹.

Cimadevilla concluye con el enunciado de al menos dos conceptos que tienen profunda relación con el de extensión: progreso y desarrollo. Acerca del primero dice que es *“una concepción que legitima las intervenciones sociales sobre la base del aprovechamiento del conocimiento para el avance continuo de la racionalidad instrumental sobre las condiciones sociales de existencia”*. Sobre desarrollo, dice es *“una concepción que legitima las intervenciones sociales, sobre la base de la búsqueda de progreso sustentado en el principio de representación de los intereses de quienes promueven o apoyan determinada transformación”*³².

Por otra parte, Jorge Huergo afirma que *“la extensión, en primer lugar, plantea un desafío enorme: un encuentro de culturas. Y ese encuentro nunca es tan armonioso y feliz como quisiéramos, sino que tiende a ser conflictivo, confuso y complejo. No es posible trabajar la extensión sin trabajar a fondo este encuentro. Pero, ante todo, frente a situaciones complejas no nos sirven las respuestas simples como si fueran recetas universales. Cada encuentro posee sus características particulares y concretas”*. Dicho autor argumenta que este proceso de encuentro cultural se produce a partir de la intervención y allí plantea que *“el criterio central es el reconocimiento del mundo cultural rural. No se trata solo del conocimiento mismo, es decir, obtener información acerca de los modos de vida, de las formas de trabajar la tierra, de la vida cotidiana, de los saberes rurales, sino que se trata de algo más complejo: de reconocer que el otro, desde su cultura, puede jugar el mismo juego que yo, por así decirlo, sin necesidad de adoptar mi cultura para jugarlo. Se trata de reconocerle su dignidad en este proceso de extensión. Pero ¿por*

³¹ Idem.

qué? Primeramente, porque, desde el punto de vista comunicacional necesito saber y reconocer, como extensionista rural, quién es el otro con el que voy a comunicarme, cuáles son sus sueños y expectativas, cuáles sus labores cotidianas, sus lenguajes, sus dudas, sus limitaciones, sus creencias”³³.

Finalmente, para la conexión de conceptos como imagen institucional, comunicación, extensión y desarrollo aquí descriptos, se puede acudir nuevamente a una conclusión que hace Cimadevilla al decir que “la práctica extensionista no tiene una naturaleza que devenga de una realidad que se impone por sí misma, como si una fuerza superior determinara su lógica de actuación. La práctica extensionista sigue un orden de actuación socio-históricamente creado y por tanto revisable y redefinible, pero con un pasado que le reconoce históricamente en tanto modalidad de intervención. Si ese es un corsé del cual no puede zafar, la discusión necesariamente debe situarse en los valores y acciones que por predominio se institucionalizan, y en las consecuencias y contradicciones que se viabilizan”³⁴.

³² Idem. P: 103.

³³ Jorge Huergo, Dialoguemos, Año 8 - N° 14, INTA. Buenos Aires, junio de 2004. P: 10 - 11.

³⁴ Gustavo Cimadevilla, La Extensión Rural en Debate, INTA, 2003. P: 105.

7- TIPO DE INVESTIGACIÓN

Este trabajo es de tipo descriptivo porque la finalidad es observar la relación entre las acciones de intervención del INTA Bella Vista y la imagen que se genera en los interlocutores inmediatos.

8- DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación tiene carácter cualitativo, para lo cual se utilizaron diferentes técnicas para la recolección de datos: entrevistas semiestructuradas, análisis de material audiovisual (videos y audios radiales) y documentos gráficos diseñados por INTA (Hojas de Divulgación y Series Técnicas de la Estación Experimental Bella Vista).

9- POBLACIÓN

9.1- Población

La población objeto de la investigación está constituida por 200 familias rurales de las Colonias 3 de Abril y Progreso, en el Departamento Bella Vista de Corrientes, que se dedican a la agricultura como principal actividad y habitan en el espacio rural mencionado.

9.2- Muestra

Se realizó un muestreo no probabilístico incidental, entrevistando a un número de 10 productores/as de Colonia 3 de Abril y 10 de Colonia Progreso, sin diferenciar el tipo de actividad agropecuaria que realicen. En todos los casos se trata de productores y productoras que habitan el espacio rural, dedicados a la agricultura como principal actividad de renta.

Quienes habitan y trabajan en las colonias son en su gran mayoría agricultores familiares, pequeños y medianos productores, y es por eso que su implicancia con el INTA tiene una importancia gravitante al momento de emprender alguna actividad. Al menos esto se manifestó históricamente en esa relación. Por su parte, los emprendimientos más capitalizados -empresas y grandes producciones- no dependen tanto de la asistencia técnica del organismo, ya que en muchos casos recurren al asesoramiento privado para el manejo de las fincas. Otro detalle es que casi la totalidad de esta última categoría de productores vive en la ciudad de Bella Vista u otras ciudades del país, alejados de la complejidad social y cultural de la propia zona donde están emplazadas las explotaciones agropecuarias.

Otro aspecto relevante para toma de la muestra tiene que ver con la cercanía geográfica con las unidades del INTA presentes en la zona, tanto la Estación Experimental

Agropecuaria, que está emplazada en la misma Colonia 3 de Abril desde el año 1958, como su Agencia de Extensión Rural, ubicada en la ciudad de Bella Vista desde la misma época. Por tanto, el relacionamiento -espontáneo o planificado- se ha manifestado a lo largo de estos años, creando en muchos casos lazos de vinculación claramente identificados en el proceso temporal. Al realizar el trabajo de registro testimonial a los actores de diferentes generaciones podemos obtener y analizar información que aportan al objetivo del trabajo.

10- FUENTES DE LA INFORMACIÓN

Las fuentes de la información son:

-Entrevistas semiestructuradas a productores y productoras de las colonias rurales 3 de Abril y Progreso.

-Herramientas comunicacionales que genera el INTA para llegar a este grupo de interlocutores: Series Técnicas, Hojas de Divulgación, programas radiales de INTA y videos elaborados para espacios de capacitación.

11- CATEGORÍAS DE ESTUDIO

Las categorías a considerar en el proceso de construcción de la información son las siguientes:

-Posiciones y roles que surgen de la interacción de los actores involucrados con el INTA en tanto sujeto social. Estas categorías determinan el lugar que ocupa el sujeto productor/a en la relación de intervención. Allí se intenta definir matices de proximidad y modos de vinculación.

-Proceso de intervención del INTA en el territorio delimitado para el análisis. Intervención entendida como mecanismo de conversaciones en el tiempo y espacio territorial, a partir de acciones (planificadas o no) que vinculan a la institución con dicho segmento rural. Esta categoría nos acerca a la relación entre la intencionalidad del INTA al momento de construir su relato comunicacional y el impacto del mismo en un sector determinado de actores rurales.

-Representación social como determinante en la elaboración individual de la imagen de INTA. Esta categoría permite observar fundamentalmente el grado de valoración que pueda existir en la imagen representada, a partir de la vida en comunidad. Aquí se podrán percibir los principales atributos sociales y culturales que el productor deposita en la construcción de la imagen de INTA.

12- ANÁLISIS Y PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

El estudio de campo se realizó en dos colonias rurales cercanas a Bella Vista: 3 de abril y Progreso. Allí se realizaron las entrevistas previstas en el proyecto, donde la mayoría de entrevistados fueron productores varones, obedeciendo a que en casi todos los casos las actividades agropecuarias son conducidas por el hombre, mientras la mujer acompaña con algunas prácticas en el trabajo de la tierra. De todos modos, hubo un testimonio registrado con una mujer, quien se encuentra al frente del emprendimiento familiar.

Inicialmente se previó una cantidad de 30 entrevistas -15 en cada colonia- pero luego de iniciado el trabajo de campo se observó que con 20 la muestra era óptima para los propósitos de la investigación, ya que los perfiles y experiencias de los entrevistados aportaron información suficiente.

Dado que se utilizó un muestreo no probabilístico incidental, de las entrevistas surgen varios perfiles de productores en ambas colonias: agricultores familiares, pequeños y medianos productores. Las actividades agropecuarias que realizan son diversas: citricultura (plantaciones comerciales y viveros), horticultura (tomate, pimiento, berenjena, batata, mandioca y zapallo), fruticultura (durazno, manzana), apicultura y ganadería. Es importante destacar este detalle porque define en términos generales el grado de vinculación que puede tener el productor con el INTA, en función de la actividad que realiza. Por ejemplo, en ganadería y apicultura, la intervención del INTA en la zona es reciente.

Los productores entrevistados son personas entre 35 y 80 años de edad, factor que también se debe tener en cuenta para indagar la relación con el organismo en cuestión, dado

que se hallaron diferencias comparativas en las percepciones de los jóvenes productores con las de aquellos con más experiencia.

12.1- SOBRE POSICIONES Y ROLES

La práctica del trabajo de la tierra es una práctica cultural por naturaleza y a raíz de este trabajo se puede comprobar la potencia que tiene la aprehensión del saber cuando se vive en comunidad. Es en ese entorno social donde se puede comprender además cómo es la interacción, en la práctica, de los conocimientos que disputan sentido: lo que el productor sabe hacer y la propuesta técnica del profesional, dimensiones que no siempre coinciden.

“La necesidad de hacer algo te lleva a aprender cosas que creías que no las iba a aprender nunca. Y bueno, acá el cultivo que se comenzó a hacer después de que se dejó de hacer algodón y tabaco, fue batata. Y bueno, me ofrecieron, la gente que hoy son mis socios en la cooperativa, viendo la necesidad que yo tenía de hacer otra cosa, si no quería hacer algo de batata. Alquilé ½ ha la primera experiencia y me prestaron todas las herramientas de tracción a sangre: caballo, arado y todas esas cosas. No tenía ni una asada, me dieron plantines, me enseñaron como plantar, me ayudaron a hacer los primeros líneas, cómo había que hacer los lomos, todo el proceso. Y bueno, no es algo tan difícil cuando te gusta y el campo para mi es una terapia hoy...” (Productor, 58 años).

Esta es una posición muy clara respecto del saber hacer en el trabajo de la tierra, donde la relación con otro productor o la familia es contundente al momento de indagar de dónde viene la práctica que se hace. *“Y bueno, mi papá era chacrero, era quintero...él tenía su quinta y sembraba maíz, batata, mandioca para olla y nos crió así trabajando en*

la agricultura...porque somos 6 hermanos varones y 6 mujeres, una docena... y todos nos criamos en la agricultura...” (Productor, 80 años).

En la totalidad de los casos analizados este saber es previo al encuentro con la tecnología propuesta por el INTA, es decir, lo que se aprendió en la familia o el entorno social más inmediato, luego tiene que disputar algunos sentidos cuando aparece el aporte del técnico que se preparó en un espacio académico. Al ser consultado sobre la cuestión de la vinculación y el asesoramiento técnico, un productor sostuvo que “...a veces los muchachos se entrevistan con algunos ingenieros porque yo casi nunca...me entrevisté con los ingenieros cuando yo manejaba, si. A veces llegaba alguno y me explicaba algunas cosas, y bueno...pero yo no, nunca me fui donde estaban ellos, yo hacía mi ocurrencia, si. Yo hacía mi ocurrencia...mi duraznal mirá, yo no curaba y no se agusanaba, mi duraznal pero sabe que, yo le ponía un tarrito de conserva...yo buscaba...le ponía veneno fuerte y le colgaba por las plantas, le colgaba planta de por medio el tarrito con veneno y resulta de que te vas y entras en el duraznal y no aguantas, tenés que salir urgente del olor que hay...y no había mosca que quedaba ahí. Venía el comprador y me decía, pero que es tan hediondo acá, yo no aguanto...y bueno, entonces yo le expliqué que pa’ es lo que pasa ahí? Y bueno, un repelente tenés, fuerte es y se rió todavía de mi y mirá, nunca he visto estas cosas me dijo porque todo el mundo fumiga por las moscas y yo le hacía ese trabajo nomás...y yo cosechaba y no se agusanaba...ahora los muchachos fumigan 3, 4 veces y lo mismo al momento de cosechar hay durazno que están abichados.” (Productor, 60 años).

El contraste que presenta este productor es interesante porque también él se ubica en una posición diferente a la de sus propios hijos -los muchachos-, quiénes si tienen un permanente encuentro con técnicos del INTA. No se trata simplemente de un distanciamiento generacional, sino, sobre todo, cultural a la hora de ejercer el rol de

productor agropecuario. No se juzga en este caso puntual la racionalidad del saber, donde quizá el técnico tenga resultados probados respecto de tales prácticas, sino la tensión de los sentidos que confrontan en la misma realidad.

Muchas veces el saber científico del técnico -de INTA en este caso- se visualiza y respeta como entidad del conocimiento pero al momento de decidir, el productor se inclina por seguir los patrones culturales que vienen con él de toda su vida: enseñanza familiar, trabajo con otros productores, observación personal. Claramente esta es una dimensión de la imagen que tienen del INTA, un lugar reservado al saber formal y científico. *“Y la verdad para mi el INTA es una institución buena porque ahí están todos los adelantos al día, y sería lindo que esté siempre el productor vinculado porque el adelanto es hoy por hoy, con los avances de la tecnología uno tiene que estar al tanto de eso para poder trabajar a bajo costo y muchas cosas que se pueden ir achicando los gastos. Así que para mi el INTA es algo bueno porque son cosas que uno puede acelerar muchas cosas, porque uno no está en conocimiento con los adelantos y es bueno estar en contacto con el INTA”*. (Productor, 45 años). La institución tiene un componente de investigación marcado en el tiempo, es por eso que se la reconoce como el lugar de “los adelantos” tecnológicos, ya que a lo largo de su historia hubo hechos científicos que determinaron una bisagra para el desarrollo de la zona. Uno de esos ejemplos es la lucha contra la cancrrosis, una enfermedad que ataca algunas variedades cítricas de importancia económica y social para la región. De algún modo estos hechos se visualizan como importantes para sostener uno de los cultivos más relevantes y aportar al trabajo de los productores. *“En el INTA siempre tuve una respuesta concreta porque te saca lo que es, o sea la enfermedad, lo que vos tenés en tu lote, entonces ahí vos procedes a hacer lo que corresponde. Por ejemplo, una vez que tuve una enfermedad que se llamaba la peste negra, esa no podes parar con nada, y yo no*

conocía. Y tuve en un sector nomás, en un lotecito, en un invernadero nomás habrá sido y cuando me di cuenta tenía por todos lados, porque había sido que estos insectos chupadores le transmiten a las demás plantas, y había que cortar la planta, lavarte la mano, hacer desinfección, o sea tratar de eliminar todos los bichito chupadores. Y eso cuando uno no sabe, perdés media cosecha. En plena campaña me atacó, y vos decís cuando tenés años de experiencia, yo se todas las enfermedades que hay pero esta no estaba en mi libro”. (Productor 45 años).

El técnico de la institución comparte su conocimiento a través de distintas herramientas comunicacionales. Una de ellas, tal vez la más importante, es la comunicación personal, el encuentro con el productor, sea en el INTA o en la chacra. Pero no siempre es posible por las distancias, los recursos -como el tiempo y el económico- y la segmentación que hay en las colonias en las que se basa este trabajo. Allí aparecen otros dispositivos como la radio, las publicaciones escritas y espacios de capacitación específicos. Cada uno con sus respectivas cualidades y limitaciones, como en el caso de la radio, donde las posibilidades de abordar problemáticas comunes a todos es difícil por la gran diversidad de actividades agropecuarias que se desarrollan en la zona rural. Además la agenda de temas está marcada por lo que INTA propone desde sus experiencias de investigación o extensión, más que por demandas concretas de productores. Probablemente, esta herramienta contribuya a mantener informado al productor/a y no tanto a transformar algún hábito a partir del espacio de comunicación.

Por otra parte, en publicaciones gráficas la Estación Experimental cuenta con dos documentos: Series Técnicas y Hojas de Divulgación. Más adelante vamos a desarrollar este punto en particular, porque tiene suficiente relevancia con los objetivos del trabajo, ya que forma parte de la oferta comunicacional a los actores con los que trabaja.

Cualquier proceso comunicacional siempre implica la presencia de “otro” como elemento constitutivo del acto de comunicarse, es decir, se funda en la necesidad de una convergencia, nunca es una sola dirección. Por lo tanto, además de las acciones del INTA, a través de sus trabajadores, también está la posición del productor/a en un sentido activo para ese encuentro. De esto se desprende que encontramos en varios de los testimonios registrados el hecho de en algunas oportunidades tampoco los productores/as se acercan a los espacios que habilita el INTA, tanto en la comunidad propiamente como en las dos sedes que dispone. Uno de ellos, sobre las capacitaciones realizadas dice: “...*nunca no me fui, no me acerqué...no me fui nomás, no porque desprecio ni nada pero nunca no me fui, nunca participé*”. (Productor 55 años).

Esto abre una nueva dimensión sobre la posición y el rol que asume, en este caso, un productor de algo más de 50 años, quien no tuvo un vínculo fluido con el INTA porque no sintió la necesidad de hacerlo, habiendo sido toda su vida productiva un “chacrero” como el mismo se denomina. Aún enunciando que le parece que “*el INTA hace bien las cosas*”, no siente la necesidad de vincularse, decide quedarse con lo que sabe, ese saber aprehendido desde la herencia familiar y comunitaria.

Su imagen de la institución es positiva, al menos en lo discursivo, y buena parte de esa construcción tiene que ver con una percepción colectiva y comunitaria. Este productor sabe algunas cosas que el INTA hace, como por ejemplo “*experimentos*” con determinados cultivos, que inclusive son los que él históricamente trabajó como el caso de los cítricos. Pero al no tener esa relación o encuentro, al mismo tiempo desconoce que le podría ser útil acceder a ese tipo de información. Su saber informado tiene que ver con lo que aparece en los medios locales, sobre todo las radios, y con lo que circula entre los vecinos en la colonia donde vive. Es decir, conoce la generalidad de las actividades que desarrolla la institución

pero no tiene elementos para apropiarse de esa información, con lo cual el INTA es también responsable de ese vacío o limitante de acceso.

Con este punto no se pretende comprender toda la complejidad de la intervención institucional, menos desde un caso puntual, pero sí es importante reflexionar acerca de las particularidades que se encuentran en este testimonio y que de algún modo también aparece en otros. Es el caso de otro productor que habita en la colonia más distante a la Estación Experimental y Agencia de Extensión, quien se dedica a la citricultura desde hace más de 27 años y tampoco tiene vinculación con el INTA. Relata que *“antes solía ser muy conocido el INTA, cuando andaba don Pablo Barrios, él era muy amigo conmigo en esa temporada, después otro conocido en el INTA no tengo”*. (Productor 60 años).

Se observa como emerge la idea de “amistad” entre el productor y un extensionista que trabajara en la Agencia de Extensión Rural del INTA Bella Vista entre las décadas del 60 y 90. Hoy este mismo productor dice que *“cualquier problema que tengo me voy ahí en la Agronomía”*, refiriéndose a la delegación local del Ministerio de la Producción de la provincia de Corrientes, donde canaliza en este momento sus inquietudes técnicas. Esa experiencia también nos permite comprender un tipo de relación diferente en dos épocas diferentes, la primera con un vínculo bastante cercano y que el productor hasta lo consideraba una relación de amistad con el técnico del INTA, y la segunda con un marcado distanciamiento. Así tenemos un indicio contextual donde la imagen que perdura en la memoria es la de una institución *“que siempre anduvo bien, cualquier pregunta que se le hace te indica bien cómo tiene que ser la cosa”*, marcando una representación social en una especie de línea de tiempo que tiene que ver con su propia práctica, con un matiz temporal que muestra la casi imperceptible diferencia que él hace sobre su relación con INTA. Al decir *“siempre anduvo bien”* hay un sentido de proceso pero con énfasis en un pasado que

supo ser más intenso en el vínculo, y al enunciar que *“te indica bien cómo tiene que ser la cosa”* remite al espacio para consultas esporádicas y con cierta distancia que ahora encuentra en el campo de vinculación con la institución que estamos analizando.

Es preciso desarrollar un poco más esta categoría de posiciones y roles, tanto de las fuentes consultadas en las entrevistas, como en la observación de la intervención de técnicos del INTA en la zona analizada. Hay una conexión directa y necesaria entre la mirada del productor/a sobre la tarea que el INTA desarrolla -sobre todo en la actualidad-, la cual implica un asesoramiento técnico en los casos donde la vinculación existe, sea en forma constante o esporádica. Y en este sentido, la lógica de dicha relación responde al hecho de que la mayoría de las intervenciones en espacios de capacitación o relación espontánea, es el INTA el que se posiciona desde ese lugar.

Por ejemplo, un productor de la Colonia 3 de Abril (35 años) también afirma que *“siempre que tenía algún problema yo le llevaba a la ingeniera ahí...a la Colombo, y bueno, ella entonces me orientaba y varias veces vino también la ingeniera o mandaba ahí una señora o señorita que trabaja con ella que se molestaba a venir a mirar acá”*. Su vinculación con el INTA es netamente productiva y técnica, por lo tanto la relación casi siempre es individual en función de los problemas que se presentan en cada chacra en particular. El mismo productor agrega: *“...y como te puedo decir, para mi está muy bueno porque está a la disposición de la gente...me entiendes? Cualquier problema que vos tenés, lo primero que tenés...al menos yo no tengo para pagar un ingeniero...lo primero que se te ocurre, todos acá sabemos, yo tengo amigos acá en la zona, lo primero que se te ocurre es ir al INTA, porque prácticamente está a nuestro servicio también. Porque necesitamos y esa es la imagen buena que uno puede tener, después te atienden bien”*. Claramente en estos casos, es el rol del INTA el que determina esa representación de servicio para el

productor, ya que la institución interviene desde el lugar de “*brazo tecnológico del estado*”, como lo denominan algunas fuentes consultadas dentro de la misma.

Esto marca una diferencia con la metodología utilizada en otras épocas por parte del INTA, y sobre todo de su sistema de extensión local. Aquí también aparece una variable que determina un tipo específico de relación dependiendo de la época histórica, ya que productores mayores de 60 años ponen énfasis en una manera de vinculación más integral respecto del espacio rural, con toda la complejidad del caso. Esto se manifiesta mucho más en Colonia Progreso, donde inclusive la mayoría de las entrevistas fueron a productores y productoras en ese rango de edad.

12.2- SOBRE PROCESO DE INTERVENCIÓN

Desde el año 1958 el INTA está presente en la zona de análisis, es decir, el departamento de Bella Vista. Tanto su Estación Experimental Agropecuaria ubicada en la Colonia 3 de Abril, como su Agencia de Extensión Rural con sede en la ciudad de Bella Vista, coinciden en la época que iniciaron sus actividades. Durante todo este tiempo transcurrido los perfiles de cada unidad están bien definidos y las diferencias son sustanciales, ya que se trata de dos prácticas distintas pero necesariamente complementarias.

Esta distinción solo sirve a los fines de la investigación, para comprender cómo interviene el INTA en diferentes lapsos temporales, y de qué manera esa intervención fue moldeando una imagen particular de la institución. Los actores del espacio rural no distinguen necesariamente entre una Estación Experimental y una Agencia de Extensión al momento de referirse al INTA. Lo que aparece inmediatamente es una representación

general y unificada, partiendo del modo y grado de vinculación de cada uno de los productores y productoras entrevistados.

INTA en Bella Vista utiliza diversas herramientas comunicacionales en sus estrategias de intervención, bien diferenciadas entre sí según el tipo de actores a interpelar. El material escrito formalizado por el trabajo de investigación vinculada a la tecnología agropecuaria está orientado en su totalidad a publicaciones de la Estación Experimental (44 Series Técnicas y 36 Hojas de Divulgación), a lo que se suman publicaciones científicas en espacios académicos.

El espacio radial es la herramienta más utilizada para la comunicación con los actores que intervienen en esta investigación, donde el INTA trabaja una agenda de temas vinculados a lo institucional y la información técnica que deriva del proceso de investigación. Entrevistas a referentes, campañas de comunicación, convocatorias a espacios de capacitación, entrevistas con productores y profesionales, son algunas de las herramientas que se utilizan con frecuencia para el formato radial.

Sin embargo, el vínculo más fluido y que se fortalece en cada encuentro son los espacios de capacitación y comunicación que se organizan desde la institución. La mayoría de estos encuentros tienen que ver con momentos que se repiten en el tiempo de manera sistemática, como ser Días de Campo en citricultura, hortalizas y forestales, los cuáles consisten en convocatorias masivas por actores relevantes de cada cadena productiva. También están las visitas a chacras de productores, muy habituales desde el trabajo de extensión y donde se encuentran los principales rasgos de una comunicación personal sin mediaciones.

Aún sin haber tenido una relación fluída con el INTA, hay quién sostiene que “...*no se, podría servir algo también. Hace poco anduvimos ahí, nos fuimos a ver el durazno,*

porque yo tengo durazno también, tengo unas plantitas nuevas, un técnico nuevo nos atendió, de Misiones creo. Me gustaría si nos invitan, vamos a ir, así como estamos haciendo chacra, alguna pregunta le podemos hacer o mostrarle algo así, cuando tenemos problemas en la chacra” (Productor, 38 años). Aquí aparece la idea de “sostener una invitación” como paso pendiente para lograr el vínculo, que el productor espera que perdure en el tiempo y se torne eficaz a sus propósitos. Observa que el INTA tiene información que puede ser de su interés y utilidad pero se proyecta en la posibilidad cierta de que ese encuentro es factible, aunque no se de periódicamente.

También está presente la representación de que el INTA tiene algunas respuestas que le pueden servir a él, porque en los escasos vínculos descubre que los “*problemas en la chacra*” forman parte del saber que se trabaja en los espacios de investigación de la Estación Experimental. Aún sabiendo que hay utilidad en el vínculo posible, en este caso el productor espera ser invitado por la institución en algunos de los espacios de encuentro que la misma prevé.

Lo cierto es que la historia de relaciones que respalda este registro forma parte de contextos socio políticos que han cambiado evidentemente con el paso del tiempo. Los testimonios apuntan a un fuerte trabajo grupal hasta fines de la década del '70, lo que después se transforma en encuentros individuales y por demanda técnica concreta. En este sentido, durante la década del '90 aparecen los programas de intervención en organismos del estado, desde los cuáles se trabaja en forma sectorizada y por estratos productivos. En cierta medida, se abandona la preocupación por lo rural como complejidad de un territorio, y se pone énfasis en lo productivo exclusivamente.

“Las transformaciones realizadas a nivel estructural y en el plano económico en Argentina, fueron las instancias que dieron lugar a las políticas de intervención focalizadas, características de los ’90.

(...) En este contexto, simultáneamente se iban experimentando procesos de cambio en referencia a la orientación de la política social. Esta situación significaba tener una visión diferente de la figura del Estado asociada a las acciones redistributivas y de servicios sociales, para tender hacia otra perspectiva donde las acciones serían focalizadas en función de proyectos específicos y a través de la conformación de grupos.

Bajo estas circunstancias, la intervención estatal tomó la iniciativa por medio de algunos programas específicos para poner en práctica sus estrategias de acción, apuntalando aquellas experiencias que incorporaban elementos vinculados a los procesos de desarrollo rural.

(...) En primer término se inició en los ’90 el Pro-Huerta, que fue diseñado para llevar a cabo líneas de acción con los sectores pobres y más vulnerables de la población, es decir las familias identificadas como NBI (con Necesidades Básicas Insatisfechas) y aquellas que están por debajo de la línea de pobreza en áreas rurales y urbanas.

*Posteriormente, a partir del año 1993 se pone en marcha el PSA (Programa Social Agropecuario). Entre sus características de mayor relevancia se destaca su cobertura a nivel nacional y la definición precisa de la población objetivo al cuál estaba dirigido. Es decir, apuntaba directamente a los pequeños productores minifundistas, quienes para ser considerados beneficiarios del programa, debían reunir ciertos requisitos acordes al perfil establecido por el programa”.*³⁵

³⁵ Ramón Esteban Insaurralde, La Feria Franca una alternativa asociativa en construcción, Tesis para optar al grado de Magíster en Estudios Sociales Agrarios, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO)/Sede Argentina, Buenos Aires. 2009.

En general, los actores consultados coinciden en la proyección del INTA que se configura en su realidad. Y es la de un organismo *“que va probando todo lo que sea plantas, cítricos y otros más que va experimentando. Vendría a ser un vínculo entre el productor y el comprador”*, como señala un joven productor (25 años). Su madre imagina al INTA como *“una empresa grande, donde se sacan las mejores plantas, las mejores semillas”*. En las relaciones que emergen del proceso de intervención predomina en los actores entrevistados, la idea de que la *“invitación”* debe ser sostenida por la institución. *“Sería lindo que se acerque, nosotros encantados le recibiríamos”*, concluye un productor (55 años).

Uno de los entrevistados, al ser consultado sobre de qué manera es acompañada la cooperativa que integra por parte del INTA, responde: *“Y de muchas maneras, no es solamente la actividad técnica en la agricultura. Nos acompaña en todo. Ahora por ejemplo, a través del INTA tenemos contrato con INVICO para hacer la vivienda rural. Eso nos llega a través del INTA, no me llega porque sí nomás, me llega porque hizo gestión la gente del INTA. También nos donaron un camión que estaba, como se dice, en desuso. Nos regalaron, a la cooperativa, y lo tenemos nosotros. Y eso para nosotros es muy importante”*. (Productor, 68 años).

El grado de confianza está expresado explícitamente, es la principal razón del vínculo que existe entre el grupo de productores y el INTA. Por tratarse de una cooperativa con varios años de experiencia en la zona, el modo de acompañamiento es diferente porque en la mayoría de los casos se trata de intervenciones justificadas en proyectos de trabajo conjunto. Las proyecciones y las expectativas, en este caso están puestas en las metas y resultados esperados en cada emprendimiento, donde el tiempo a considerar para cada caso

se puede pensar que es mucho más prolongado porque el grado de vinculación existente y los compromisos que asumen las partes son manifiestos.

“Nosotros nos movemos en base al INTA. Y vino, no vino, cuándo vendrá, me entiende? Tenemos variedades de batata que ellos nos acercaron, de lo contrario no tendríamos. La batata que hay acá, la japonesa que le decimos, la Okinawa, esa está acá porque nos han traído ellos, sino no la haríamos”. Al aparecer el “nosotros” como denominación social de la organización hace visible un modo diferente de articulación, ya no es el individuo que espera la visita del técnico de la institución para atender los problemas de la chacra, sino la presencia de un grupo de personas, con objetivos comunes y problemas acordados y socializados para trabajar desde las proyecciones.

Aquí conviene hacer un breve repaso histórico nuevamente, dado que hay algunas experiencias previas que aparecen en los relatos de los productores y productoras entrevistadas, sobre todo en aquellos que ya superan los 55 años de edad, donde los recordados Clubes 4A y Hogares Rurales constituían las instancias de trabajo en comunidad. El tiempo en el que transcurre este camino es entre 1958 -año que inicia sus actividades la Agencia de Extensión Rural- y la década del setenta. El testimonio de quienes vivieron esa experiencia en las colonias de Bella Vista han expresado que fue el tiempo en el que se trabajó en forma organizada, atendiendo problemáticas rurales y no solamente técnicas.

En la actualidad, para el caso de los referentes de la cooperativa que fueron entrevistados, el INTA participa en las cuestiones técnicas y suma su aporte para gestiones sociales y comerciales, como enuncian los productores. *“...la otra cosa que le iba a decir es que nos han hecho contacto con supermercado. Hace más de cinco años que nosotros*

proveemos de batata a supermercado de Corrientes, y eso hicimos...ellos nos hicieron”.

(Productor, 68 años).

Por último, hay un testimonio de alguien que cambió sus expectativas después de lograr un modo más cercano de vinculación con el organismo. *“...a mi siempre me daba cierta distancia los portones de ingreso al INTA, yo veía el portón de ingreso con el guardagánado, y eso me hacía, no desconfiar pero tener cierto resquemor de ingresar. Hasta que pasé las puertas esas y encontré gente espectacular ahí adentro. (...)Ese guardagánado como que me alejaba del INTA, como que me daba no se qué de pasar para allá, como que entendía que eso era algo privado, algo que no era de acceso libre, esa sensación me daba. Porque ese mismo guardagánado lo encontrabas o lo encontrás en la entrada de una estancia, en la entrada de un establecimiento donde es área restringida, esa sensación me daba, como que era área restringida, que no era para mí. Y bueno, por suerte que lo pude pasar y hoy no tengo ningún inconveniente en ir las veces que crea o sienta la necesidad de ir”.* (Productor, 58 años).

La particularidad de este caso debe ser tenida en cuenta como un hecho personal pero que gravita en función de todas las otras voces que aparecen en el análisis, donde la relación no se pudo dar pero tampoco se la cuestiona. Aquí el productor, que tenía una imagen, una percepción del INTA organizada por la experiencia y los valores sociales, modifica esa representación desde el momento en el que comienza a generar espacios para la articulación. Ese primer paso él lo enuncia como una suerte de “obstáculo cultural” que tuvo que vencer para poder acercarse al INTA, y desde esa iniciativa descubre lo que denomina *“gente espectacular... y hoy no tengo ningún inconveniente en ir las veces que crea o sienta la necesidad de ir”.*

12.3- SOBRE REPRESENTACIÓN SOCIAL

En esta categoría se presentan los atributos sociales y culturales identificados en los relatos registrados, a partir de la representación social que hacen productores y productoras acerca del INTA.

Un par de testimonios reflejan conversaciones que evidentemente están presentes en la vida comunitaria y en particular en el entorno de quiénes lo enuncian. *“...estoy todo el día en la chacra, después me voy a mirar los animales ajenos que cuido y así. Por eso nomás no me acerco (al INTA), no es porque no saben nada ni que...viste que hay que gente que dicen que eso es pérdida de tiempo, no es tan así”*.

Subyace la idea de que la participación en espacios de articulación con el INTA es considerada una pérdida de tiempo, al menos entre los vecinos que frecuenta este productor. Estos espacios en la mayoría de los casos son capacitaciones que brinda la institución, ya sea en la propia colonia o en las unidades de trabajo, Estación Experimental o Agencia de Extensión. Cuando estos momentos se organizan en las colonias, por lo general se suele dar en espacios comunitarios (galpones, escuelas, capillas) o en las mismas chacras de los productores.

Los espacios dispuestos para el vínculo tienen tantas lecturas como participantes intervienen, y es así como en algunos casos aparece la frustración en quiénes no logran satisfacer los propósitos, sean personales o colectivos, que movilizan a la participación. Acerca del porqué no asiste más a estos lugares, un productor nos dice: *“...no, porque tenés que tener tiempo y a veces tenés que andar ya...viste que hay los grupos y todo eso, y eso no es que no me guste porque no, momento que tenés que hacer algo, tenés que perder tu mediodía, tenés que irte acá, no se, cada uno tiene su idea. Estuve en los grupos, anduve*

ahí, hice algunos comentarios y después me retiré, nunca anduvo...mi gente, mi compadre trabajó como 6, 7 años, allá hicieron toda la sede en 3 de Abril, cuando recién se hizo, como 2 años anduvo troteando y nunca le dieron nada, se retiró. Después me dijo vamos a entrar otra vez, entramos y después dije no, puro lío”. (Productor, 46 años).

Es de algún modo la correlación con lo expuesto por el testimonio anterior, pensando que está latente la idea de que estos lugares son una “*perdida de tiempo*” o puesto en un tono más suave, como expresa el último productor, “*tenés que tener tiempo (...) tenés que perder tu mediodía...*”.

Este fragmento de la muestra tomada para la investigación hace visible también otro aspecto determinante en las relaciones del tejido social que vincula al productor con su actividad agropecuaria. En muchos casos, ante un problema que se manifiesta en los cultivos de la chacra, la decisión que se toma es buscar auxilio en las empresas dedicadas a la venta de productos agroquímicos en la ciudad. De esta manera, los responsables de expender la receta agronómica para solucionar los problemas que se presentan en la chacra, se convierten en el instrumento técnico que se necesita para el cuidado de los cultivos.

“(...) y me voy y le pregunto a Piaggio eso, pero uno cuando está ya con las plantas sabés que enfermedad tiene, porque si ya tenés ácaro, te va tocar el oídio, te va a tocar la viruela...y después cuando viene ya viene lo otro uno ya sabe mas o menos, yo por lo menos cuando veo la planta así es conocido, ya son varios años que estoy dando vueltas”. (Piaggio es el propietario de una de las empresas comercializadoras de insumos agropecuarios de la ciudad de Bella Vista).

“No...y un problema de chacra así por ejemplo cuando planté zapallito, me iba a hablar con el ingeniero Costa así me mandaban y andaba bien, eso nomás era”. Otro productor también manifestó: “Y nosotros nomás...le llevo allá al que vende

producto...¿cómo se llama?...ingeniero Costa, le muestro así". (Costa es el titular de otra de las empresas que comercializan insumos para el campo).

Esta práctica es habitual entre la mayoría de los productores, ya que a partir de la conversación entre ellos surgen recomendaciones diversas sobre el modo en el que cada uno enfrenta las dificultades de su actividad agropecuaria. Uno de ellos lo expresa claramente diciendo "*me mandaban y andaba bien*", en referencia a lo que otros vecinos comentan sobre sus prácticas ante situaciones parecidas. Así se transforma en un hábito a partir de las manifestaciones de los grupos que habitan en las colonias y los que marcan de algún modo desde las experiencias no formales, los indicios sobre el modo de trabajar.

En el caso de emprendimientos familiares, donde intervienen varios integrantes de la misma familia y pertenecen a generaciones también diferentes, la relación con el INTA evidencia matices que nos interesan rescatar. Uno de los registros esclarece este punto, ya que el productor de mayor edad y dueño de la chacra menciona que "*(...) a veces los muchachos se entrevistan con algunos ingenieros porque yo casi nunca me entrevisté con ellos cuando yo manejaba, si. A veces llegaba alguno y me explicaba algunas cosas, y bueno...pero yo no, nunca me fui donde estaban ellos, yo hacía mi ocurrencia. (...) como le digo porque yo poco traté con los ingenieros, a veces si llega si le atiendo porque no le puedo echar, le atiendo, pero no trabajé casi nunca porque los ingenieros a veces te manejan la chacra...que se yo, te explica cómo es el asunto y si, han de tener razón pero acá casi nunca. Los muchachos es que a veces...a veces suelen llegar y yo le digo que tienen que tratar con los muchachos porque ellos son los que manejan le digo, yo ya no más*".

Identifica a "*los muchachos*" como sus hijos y a "*los ingenieros*" como técnicos de INTA que visitan la chacra. Anteriormente se marcó referencia a este caso, dejando

entrever la disputa de sentidos en la relación técnico y productor, sumando a esa mirada la complejidad de los nuevos productores del mismo núcleo familiar, quiénes articulan de otra manera con el INTA como responsables ahora de la chacra. De algún modo el contexto político y económico hace que estas dos generaciones se distingan entre sí, porque *“el padre”* hizo determinados cultivos durante su vida productiva, básicamente durazno y algo de citricultura, mientras que *“los muchachos”* tuvieron que diversificar en los últimos años por una cuestión de mercado puntualmente. Ahora se dedican con mayor tiempo a la horticultura bajo cobertura, una actividad que necesita una práctica más intensiva y requiere en muchos casos del asesoramiento técnico por la diversidad de problemas sanitarios que presenta durante cada ciclo de producción.

La práctica del trabajo en ambas colonias tiene un anclaje importante en el aprendizaje familiar, ya que en la mayoría de las entrevistas realizadas surge como un emergente social y cultural. *“Yo aprendí de mi viejo. Mi viejo que primero hacíamos viveros y esas cosas...de cítricos, y él se dedicaba mucho a la citricultura y bueno, así fuimos aprendiendo, mismo la ganadería. (...) ahora trabajo con mi familia nomás, mi señora y mi hija, que tiene 14 años ya, bueno, entre familia nomás hacemos todo el trabajo”*. (Productor, 38 años).

Otro productor relata algo similar: *“Aprendí todo de mi papá eso, esto aprendí todo de él. Todos los conocimientos que estoy aplicando es gracias a la enseñanza que él me dejó y gracias a eso estoy sosteniendo esto, con mi hermano y que es como un grupo familiar que estamos sosteniendo, nosotros mismos hacemos todas las tareas”*. Acerca de su relación vincular con el INTA dice que *“fueron muy pocas veces, por falta de tiempo, por ahí muchas veces fui pero no contaba el INTA con un banco yemero que ahora creo que está contando. Antes uno se la amañaba de alguna forma y bueno...las veces que me*

fui a recurrir era por el tema yema pero no contaba con un banco yemero el INTA. Y así, a veces el manejo de plagas uno mismo hacía por los conocimientos de amigos, de ingenieros, de gente conocida y así más o menos, a veces el tiempo no nos daba a ir a consultar al INTA y bueno por eso uno no se acerca al INTA, ese nomás es el motivo”.
(Productor, 45 años).

12.4- MATERIALES DE COMUNICACIÓN DE INTA BELLA VISTA

Hojas de divulgación

Consiste en un material gráfico de difusión cuyo formato tiene idénticas características que un boletín. La información que aquí se consigna está adaptada a un lenguaje coloquial porque el propósito es abarcar a un público amplio y heterogéneo, el cual está compuesto por pequeños, medianos y grandes productores de la zona. También se incluye dentro de este público a profesionales de otras instituciones, tal es el caso de profesores de escuelas Técnicas, Ingenieros Agrónomos que trabajen, tanto en la esfera pública como privada. Por lo general contiene de cuatro a diez páginas y se distribuye en todas las jornadas donde la institución tiene contacto con este tipo de público.

Series Técnicas

A diferencia de las Hojas de Divulgación, las Series Técnicas contienen datos técnico-científicos, con los que se pretende llegar a un público mucho más homogéneo que el anterior. Aquí nos encontramos con una comunidad científica no solo nacional, sino también internacional, debido a que este tipo de material se publica en Congresos dentro y

fuera del país. Los autores son los Técnicos de la Estación Experimental en la gran mayoría de los casos, pero la diferencia está en el contenido y el volumen de cada publicación. El número de páginas por lo general es de diez como mínimo pero además en este caso el formato ya está preestablecido como norma de trabajo en todas las unidades del país.

Para cada línea de investigación existe un formato distinto, por ejemplo, si se trata de una publicación referente a la Producción Vegetal, el color de la tapa es verde. Siempre en estos casos debe respetarse lo que indica el “Manual de Identidad Visual del INTA”. En todas las publicaciones debe respetarse el uso de los colores y logotipos predeterminados, como así también su ubicación dentro del documento. Este mecanismo es válido tanto para las normas internas de cada EEA como para las que llegan como parte de un criterio de unificación nacional.

Radio

El INTA en Bella Vista cuenta con un espacio radial semanal de 30 minutos. Se emite los días miércoles de 20 a 20,30 horas en FM Impacto de la ciudad, entre los meses de marzo y diciembre desde el 2004 en forma ininterrumpida. Previamente ya existían programas similares pero se discontinuó por razones presupuestarias en aquellos momentos críticos para institución (década del '90).

La propuesta desde el programa es mantener una agenda de temas propios, en relación con las actividades que desarrollan las unidades de INTA en la región. Se realizan entrevistas a productores, técnicos privados, funcionarios públicos, referentes de otras organizaciones con las que trabaja el INTA y sus propios profesionales.

Material audiovisual

En la práctica es poca la utilidad que se le da a este tipo de herramientas, ya que si bien se cuenta recientemente con el equipo adecuado para registro y edición de imágenes, aún no ha sido incorporado el dispositivo al trabajo en espacios de capacitación.

Aspectos relevantes

De la observación participante en espacios de capacitación surgen algunas cuestiones que merecen ser tenidas en cuenta. Respecto de los dispositivos comunicacionales con los que el INTA realiza su intervención en la zona rural analizada, el único que resulta claramente identificado es el programa de radio.

Sobre la propuesta gráfica no hay referencias ni indicios de utilidad por parte de productores y productoras que formaron parte de las entrevistas. Y, como se expresara previamente, el audiovisual puede ser una herramienta mucho más potente si se la utilizara en los momentos de capacitación: talleres, encuentros, jornadas y días de campo.

13- CONCLUSIONES

El análisis y procesamiento de la información rescatada del trabajo de campo nos permite concluir que no es pertinente pensar si el INTA tiene buena o mala imagen en su área de acción inmediata y cercana, es mucho más complejo que ese parámetro.

Al describir cómo es percibida la institución por sus interlocutores se configura una diversidad de miradas que, en todo caso, enriquecen el resultado del trabajo al aportar tantos matices. No es la misma imagen la de un/a productor/a de 60 años, que vivió la experiencia del trabajo organizativo en comunidad entre 1958 y 1976, que otro/a cuya vida productiva se desarrolló en el contexto del neoliberalismo. Fueron dos modos muy distintos de vinculación, porque básicamente cambió la estrategia de intervención de los organismos del estado, y el INTA no estuvo ajeno a ese cambio.

Ante la llegada de los programas de intervención -década del '90- y la consolidación de los proyectos por sistemas productivos, el INTA cobró protagonismo en el plano de las investigaciones y articulaciones institucionales pero, al mismo tiempo, se fue quedando sin estrategias de intervención en los territorios. Desde esa dificultad acude a las ciencias sociales entendiendo que con la difusión masiva el productor/a podría mejorar, al menos, sus conocimientos sobre tecnologías disponibles. Evidentemente no alcanza con difundir, ya que los intereses y necesidades se van modificando permanentemente en los distintos espacios, inclusive dentro del INTA.

Como desde un instinto de supervivencia, muchos deciden consultar a los vendedores de productos agroquímicos sobre determinada problemática, a instancia de un vecino o amigo que hizo lo mismo, logrando cierta efectividad en los resultados.

En un lugar como el INTA, la comunicación es considerada como una herramienta para efectivizar la presencia de diferentes mensajes -técnicos en muchos casos- en distintas audiencias disponibles y reconocidas en los proyectos diseñados para el trabajo programático. Surge así una dispersión de contenidos, los cuáles deben ser trabajados en cada uno de los campos sociales habilitados para la tarea.

No es casual que el lugar físico para el trabajo del comunicador/a sea una Estación Experimental, por esencia, el terreno reservado a la investigación y circulación de conocimientos validados en un marco de ciencia positivista. Desde este lugar -en la mayoría de los casos- se habilita el mecanismo de producción de gran parte de los contenidos técnicos, que luego ocupan un alto porcentaje del arco comunicacional³⁶.

Entendiendo que en su visión institucional el INTA apunta a ser percibido como “Actor relevante en el desarrollo del sector agropecuario a nivel territorial, regional y local”³⁷, es clave concebir a la comunicación como parte fundamental del proceso de intervención. En ese sentido, al intervenir a través de la comunicación se deberían definir roles de los actores que participan de este proceso, explicitando, a partir del dialogo, las subjetividades y maneras de ver la realidad, si consideramos que la diversidad de conocimientos e ideologías propician una riqueza al momento de desarrollar acciones.

En el análisis propuesto no aparecen grandes contradicciones respecto de la imagen institucional del INTA en las colonias 3 de Abril y Progreso, más bien son valores y atributos sobre la importancia de contar con un organismo público como este en la zona. De

³⁶ *El oficio del comunicador en el INTA*. Rene Oviedo y Valeria Ponce, PRE-CONGRESO ALAS 2011, Preparatorio del Congreso Recife 2011, Fadycc UNNE, Resistencia, Chaco. Mayo 2011.

³⁷ *Plan Estratégico Institucional 2005-2015*, Ediciones INTA.

hecho, aún sin haberse vinculado frecuentemente, aparece una estimación favorable sobre la importancia del trabajo desarrollado en sus unidades.

El eje más importante para potenciar su presencia en el territorio, y no por una cuestión de imagen solamente, es lograr articular una estrategia de intervención que incluya a todos los actores desde la concepción misma de los proyectos. A esto hay que sumar también la necesidad de vinculación pero desde equipos de trabajo, que fomenten desde la práctica misma, la cultura de lo organizacional. Intentando así, un corrimiento de la acción individual y meramente técnica, hacia un abordaje sistémico de la problemática rural.

Los ejemplos que se enuncian en algunos relatos son contundentes al momento de intervenir, al estar organizado el grupo de actores rurales, la institución tiene más y mejores posibilidades de ejecutar acciones que perduren en el tiempo. Con esto se habilita otro dispositivo interesante, que también es planteado en las entrevistas, donde aparece una necesidad sentida de sostener la invitación al encuentro con los productores menos vinculados con el INTA. Dicho proceso debe formar parte de un escenario nuevo, reconociendo los logros históricos pero asumiendo también las limitaciones que aparecieron en el tiempo.

En este recorte histórico y contextual que aquí se presenta, el INTA aparece hoy como una institución con muchas capacidades instaladas, más un respaldo de importantes logros para la actividad productiva de la zona. Aunque, es importante mencionar que en muchos de los casos analizados eso forma parte de la dimensión informativa únicamente, ya que las consecuencias de tal situación no influyen en la realidad de los actores entrevistados.

Para fortalecer la intervención será necesario incorporar aportes metodológicos desde las ciencias sociales que permitan un nuevo diagnóstico sobre problemas y oportunidades en el entorno rural inmediato del INTA Bella Vista.

ANEXO

Preguntas realizadas en las entrevistas de campo:

- ¿Qué tipo de actividad agropecuaria realiza?
- ¿Con quiénes trabaja en su emprendimiento?
- ¿Cómo se inicia en la actividad?
- ¿Hay instituciones que lo/a acompañan en la tarea?
- ¿De qué manera lo hacen?
- ¿Qué piensa del INTA?
- ¿Cuál es su relación con el INTA?
- ¿Cómo es esa vinculación?

BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA

Árbol genealógico de teorías, metodologías y estrategias para la comunicación para el desarrollo. Waisbord, Silvio. Fundación Rockefeller.

Comunicación estratégica, Experiencias, planificación e investigación en marcha. Workshop. Massoni, Sandra (Comp.). Agencia Nacional de Promoción Científica y Tecnológica, Universidad Nacional de Rosario. 2007.

Comunicación Estratégica, Management y Fundamentos de la Imagen Corporativa. Scheinsohn, Daniel. Ediciones Macchi. 1999.

Comunicación, tecnología y desarrollo. Cimadevilla, Gustavo (Comp.). Universidad Nacional de Río Cuarto, Río Cuarto. 2006.

Comunicación, Ruralidad y Desarrollo. Mitos, paradigmas y dispositivos del cambio. Cimadevilla, Gustavo y Edgardo Carniglia (Editores). Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria. Buenos Aires, Argentina. 2004.

Comunicaciones Públicas. Amado Suárez, Adriana y Carlos Castro Zuñeda. Temas Grupo Editorial, Buenos Aires - Argentina. 1999.

El INTA que queremos. Plan Estratégico Institucional 2005 - 2015. Serie de Documentos Institucionales. Ediciones INTA. 2005.

El proceso de investigación. Sabino, Carlos. Editorial Panapo, Caracas. 1992.

Imagen Corporativa en el Siglo XXI. Costa, Joan. La Crujía Ediciones, Buenos Aires, 2001.

La Extensión Rural en Debate. Concepciones, retrospectivas, cambios y estrategias para el MERCOSUR. Thornton, Ricardo y Gustavo Cimadevilla (Editores). Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria. Buenos Aires, Argentina. 2003.

La Feria Franca una alternativa asociativa en construcción. Insaurrealde, Esteban. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO)/Sede Argentina. Tesis para optar al grado de Magíster en Estudios Sociales Agrarios. Buenos Aires, Argentina. 2009.

La lectura pública del INTA en la Legislatura Nacional. Estudio de imagen para el diseño de estrategias en comunicación. Magistochi, Mariana; Montes de Oca, Silvia y Guillermo Torres. Ediciones INTA. Buenos Aires, Argentina. 2005.

Las representaciones sociales: ejes teóricos para su discusión. Umaña, Araya Sandra. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO). San José, Costa Rica. Primera edición: octubre de 2002.

Master DirCom. Los profesores tienen la palabra. Costa, Joan (Editor). Grupo Editorial Design. La Paz, Bolivia. 1ra edición, julio 2005.

Planificación estratégica de la imagen corporativa. Capriotti, Paul. Editorial Ariel. Barcelona - España. 1.º edición: febrero 1999.

Seminario Internacional Comunicación y Desarrollo, Prieto Castillo, Daniel. Encuentros en la diversidad, Ediciones INTA. 2007.