

INTA



A.E.R. MONTEROS



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

Autora: Daniela Rodríguez Brito. Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA)
danielabrito@yahoo.com.ar / brito.daniela@inta.gob.ar

Breve curriculum vitae

La autora del artículo es Licenciada en Comunicación Social, egresada de la Facultad de Ciencias Jurídicas, Políticas y Sociales de la Universidad del Norte Santo Tomás de Aquino de Tucumán.

Obtuvo el primer premio para el programa IGE en Utah, Estados Unidos, de la Fundación Rotary International.

Realizo estudios de postgrado en la maestría de Relaciones Internacionales de la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales (Universidad Nacional de Tucumán, Instituto para la Integración y el Desarrollo Latinoamericano (IDELA)).

Además obtuvo el título de Magister en Planificación y Gestión de Procesos Comunicacionales de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata.

Trabaja en INTA desde el año 2007, en el área de Comunicación en la Agencia de Agricultura Urbana y Periurbana San Miguel de Tucumán, dependiente de la EEA Famaillá.

Resumen

En este artículo se presenta un resumen de la tesis “Nociones, Métodos y Estrategias de Comunicación y Extensión en el INTA”, que fue defendida en la Universidad Nacional de La Plata para obtener el título de Magister en Planificación y Gestión de los Procesos Comunicacionales. La investigación mencionada objetiva las nociones, métodos y estrategias de comunicación que se desarrollan en el sistema de Extensión Rural del INTA, y en particular en las prácticas de la Agencia de Extensión Rural (AER) de Monteros, que pertenece al área de influencia del Centro Regional Tucumán – Santiago del Estero y que interviene en esta zona por medio del Proyecto Regional Tucumán Sur.

En este sentido y con el objetivo de caracterizar la relación comunicación-extensión se promovió el reconocimiento de las dificultades y problemáticas de las prácticas en el territorio mencionado, a fin de rearmarlas en una propuesta de comunicación. Desde sus orígenes en la institución existe una trayectoria histórica en tomar a la comunicación como recurso estratégico. Así la comunicación aparece en las líneas de acción de la institución, que la incorpora en sus planes y prioridades. Sin embargo, no existe una única perspectiva comunicacional en el INTA. En la institución, las mismas son diversas y se caracterizan por estar singularizadas por las diferentes realidades y necesidades de los distintos territorios que se aborda: comunicación institucional; comunicación para el desarrollo; comunicación estratégica; comunicación popular, todas juntas y mezcladas. A fin de identificar las dificultades y problemáticas de esta realidad, se llevó a cabo una investigación de las prácticas de comunicación y extensión de la AER Monteros, del sur de la provincia de Tucumán, durante los meses de diciembre 2012 a marzo 2013. En tal sentido, para poder abordar el objeto de estudio de esta investigación, se utilizó como principales claves de lectura a las siguientes categorías: Comunicación y Extensión, lo que permitió conocer las nociones, métodos y estrategias de comunicación y su relación con las prácticas de extensión que históricamente la institución promueve.

Palabras clave

Comunicación – Extensión – INTA – Monteros

Abstract

This article presents a summary of the thesis "Concepts, Methods and Strategies of Communication and Extension INTA", which was defended at the National University of La Plata for the degree of Magister in Planning and Management of communication processes is presented. Objective research mentioned notions, methods and communication

strategies developed in the system Rural Extension of INTA, particularly in the practices of the Rural Extension Agency (AER) of Monteros, belonging to the area of influence of the Center regional Tucuman - Santiago del Estero and involved in this area through the Southern regional Project Tucuman. In this regard and in order to characterize the relationship communication - extension recognition of the difficulties and problems of the territory mentioned practices in order to Reassemble them in a proposal promoted communication. From its origins in the institution there is a historical path to take communication as a strategic resource. So communication appears on the lines of action of the institution, which incorporates it into their plans and priorities. However, there is no single communicational perspective at INTA. In the institution, they are diverse and are characterized by being singled out by the different realities and needs of different territories addressed: institutional communication; communication for development; strategic communication; popular communication, and mixed all together. In order to identify the difficulties and problems of this reality, it conducted an investigation of the practices of communication and extension of the AER Monteros, south of the province of Tucuman, during the months of December 2012 to March 2013. In this regard, in order to address the subject matter of this investigation , it was used as primary keys reading the following categories : Communications and Outreach , which allowed us to know the concepts , methods and strategies of communication and its relationship with practices extension that historically the institution promotes .

Key words

Communication, Extension, INTA, Monteros

Introducción

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

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

Las razones por las cuales se eligió esta temática se encarnan en cuestiones institucionales

que son importantes destacar.

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

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

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

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

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

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

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

Objetivos


Generales

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

- Caracterizar la relación comunicación-extensión para reconocer las dificultades y problemáticas que surgen en las prácticas, a fin de rearmarlas en una propuesta de comunicación.

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

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



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

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

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

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

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

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

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

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

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

El Escenario: El Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria

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

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

Nación.

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

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

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

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

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

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

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

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

Para llevar adelante esta estrategia en el territorio nacional, el INTA cuenta con una estructura que comprende: una Sede Central, quince Centros Regionales (CR), cinco Centros de Investigación (CI), cincuenta Estaciones Experimentales (EEA), dieciséis Institutos, más de trescientas Unidades o Agencias de Extensión (AER). Además el Grupo INTA se conforma por dos entidades privadas creadas en 1993, Intea S.A. y Fundación ArgenINTA.

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

Sistema de Extensión

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

Además este sistema apunta a generar un marco de apoyo al desarrollo local.

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

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

Cabe destacar que estos subprogramas, son las principales herramientas de intervención de los técnicos en el territorio.

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

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

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

La Comunicación en el INTA: perspectivas y líneas de trabajo

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

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

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

1)-**Comunicación Institucional.** Dependiente de la Dirección Nacional Asistente de

Sistemas de Información, Comunicación y Calidad, la Gerencia de Comunicación e Imagen Institucional (GECOM) del INTA lleva adelante el sistema de comunicación institucional.

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

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

La Gerencia de Comunicación del INTA sostiene que la comunicación se ha transformado en estratégica para la institución y se halla asociada a sus planes y prioridades². En este sentido la política comunicacional apunta a fortalecer los vínculos con sus interlocutores y mostrar a la sociedad en general todo su trabajo y potencial.

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

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

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

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

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

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

Desde esta coordinación se consideró que la comunicación estratégica permite valorar la innovación como proceso social de co-diseño y apropiación de alternativas novedosas para la resolución de los problemas. Se propuso una metodología de investigación acción que facilite la integración del conocimiento circulante a la producción de nuevos conocimientos

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

en los procesos de innovación en INTA

3)- **Comunicación para el Desarrollo**. En el marco del Programa Nacional de Apoyo al Desarrollo de los Territorios, se desarrolló el Proyecto de Comunicación en Apoyo al Desarrollo, hoy ya finalizado. Sin embargo, actualmente muchos comunicadores de la organización siguen esta línea de trabajo.

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

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

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

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

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

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

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

Nociones y Perspectivas: Comunicación y Extensión

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

clave de lectura de los mismos.

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

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

Nociones de Comunicación

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

Las nociones de comunicación que están presentes en el INTA están construídas en base a diferentes perspectivas, a saber:

-Modelo Informacional, este modelo propone en todas sus variante un carácter lineal e instrumental de la comunicación. Esta característica se manifiesta en la transmisión de un mensaje, que tiene como protagonista al emisor que emite un mensaje -por medio de un canal determinado- a un receptor que se limita a decodificarlo; con lo cual su participación queda desfigurada.

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

-Comunicación y Cultura, cuya perspectiva enfoca a la comunicación como hecho y matriz de la cultura. Esto posibilita observar e indagar las articulaciones que se producen en los mensajes y productos que circulan en la sociedad en un determinado momento; la modelación de los gustos y opiniones, y la manera en que se construyen los mensajes de la sociedad donde tanto emisores como receptores aparecen como partes activas del proceso, cada uno con sus roles en la producción de sentidos.

De tal manera, el receptor deja de ser un sujeto pasivo y su actividad pasa a ser importante para evitar que el sentido quede en suspenso, aunque su relación con el emisor es desigual.

Cabe agregar-además-que a las competencias comunicativas que desde esta postura se le atribuyen al receptor, se reconoce también a los discursos la capacidad de producir efectos y sentidos posibles. Así se pone límites a la capacidad re significadora del receptor, con lo cual ni este último ni el emisor gozan de libertad total y absoluta en el proceso.

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

Otro aporte destacado de esta perspectiva es que considera la naturaleza de lo

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

Además este enfoque permite observar y comprender las características de los procesos de comunicación popular o de comunicación educativa, ya que sostiene que sus mensajes serán recibidos como un conjunto textual que remite a un continuum simbólico y cultural.

-Comunicación Masiva, hacia los años 40 comienza a forjarse una asociación de la cultura masiva a los medios de comunicación y se comenzó a pensar en la autonomía de los medios para regular -con sus mensajes- los comportamientos de los individuos.

Los medios comenzaron a ocupar el centro de la escena, y se desconocía a la cultura como lugar de producción de sentidos. Así se equiparó a todos los medios de comunicación y se pensaba en ellos como la única causa capaz de producir unos determinados efectos.

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

Cabe agregar que desde este enfoque, no se pensaba que estos procesos operaban de manera distinta en todos ámbitos. Con lo cual no se tenía en cuenta las variantes que se dan en los diferentes contextos y momentos en que se producen, como es el caso del ámbito urbano y el rural.

Durante mucho tiempo se instaló en el imaginario colectivo la idea de que lo masivo aludía a una muchedumbre pasional y sin rumbo, capaz de ser manipulada por grupos poderosos y donde los medios tenían el rol de mantener el statu quo.

Sin embargo, este enfoque propone considerar a la cultura masiva como algo más que la suma de los medios, sino como el resultado de la lógica económica y social de la cual surge como matriz con la capacidad de moldear las acciones de las personas.

Desde las epistemologías más informacionales hasta las más relacionales, dan cuenta del modo en que se piensa y practica la comunicación en la institución que si bien son variadas en sus enfoques, contribuyen a construir un modelo propio y multifacético.

En este sentido, es importante resaltar que el INTA retoma en algunas de sus acciones en comunicación y emancipación en América Latina, lo cual implica remitirse a Jesús Martín Barbero y su obra “De los medios a las mediaciones”, donde asegura que: “la cultura es la gran mediadora de todo proceso comunicativo” y plantea el concepto de mediación, desde donde se otorga sentido al proceso.

Desde tal enfoque, la comunicación aparece como una dimensión constitutiva de las culturas. En tal sentido, Barbero asegura que las culturas existen y viven en la medida en que se comunican, y cuando se comunican se arriesgan exponiéndose a otras y así se transforman.

Nociones y Perspectivas de Extensión

El INTA define a la extensión como proceso de intercambio de información y conocimientos para el desarrollo de capacidades de innovación de la comunicación rural.

La perspectiva de extensión se caracteriza por su dependencia a los modelos de desarrollo; es así que se piensa más desde lo metodológico que desde lo conceptual, y por la impronta de búsqueda del cambio o la transformación de una determinada situación, lo cual ha sido motivo de distintas intervenciones en el territorio por medio de la extensión.

De esta manera el foco de la extensión está puesto en la acción misma de extender, transmitir o enviar un mensaje, el cual debe estar pensado y planificado apropiadamente para su reproducción.

En tal sentido, resulta indispensable analizar esta categoría a la luz de las propuestas teóricas de Paulo Freire, para quien el término remite a “extender algo a o hasta alguien”.

Desde esta perspectiva, el extensionista extiende sus conocimientos y técnicas para su aplicación en el territorio. Para el especialista la acción de estos agentes implica “la necesidad que sienten aquellos que llegan hasta la “otra parte del mundo”, considerada inferior, para hacerla más o menos semejante a su mundo.

Además este enfoque sugiere que extensión no remite a una práctica educativa “liberadora”, sino que es persuasión y propaganda. Desde este punto de vista, las tareas de los extensionistas se ajustan más al concepto de extensión por sus acciones domesticadoras, que a la comunicación.

Con el objeto de innovar, lo que se persigue con estas tareas es que las comunidades con las que se trabaja cambien sus ideas y saberes por los que se les propone el técnico, cuyo éxito se mide en la aplicación de las mismas

Cabe agregar que Freire en este punto resalta el problema filosófico que esta noción promueve, cuyas acciones pretenden sustituir un conocimiento por otro. En tal sentido, el autor considera que el conocimiento exige una presencia curiosa del sujeto frente al mundo, que demanda una actitud crítica en el acto mismo de conocer.

En este punto es donde el especialista resalta que la relación entre extensión y educación solo tiene sentido si se toma a esta última como práctica de domesticación. Desde su mirada, considera que educar como práctica de libertad no es extender algo desde la sede el saber hasta la sede la ignorancia, con el propósito de salvar- con este saber- a los que habitan en aquella.

En tanto que en la trayectoria del INTA, no solo se observa la dependencia del término con los modelos de desarrollo sino que además es posible deducir en la noción de extensión una connotación mecanicista que promueve acciones de transferir, extender o depositar conocimientos previamente elaborados hacia los territorios.

Esto es posible observarlo con claridad en las funciones que la institución le otorga a este sistema de extensión, a saber: capacitar a los diferentes representantes de la comunidad rural para fortalecer su capacidad de innovar en tecnologías y organización, adaptarse a los cambios e insertarse en los mercados; adaptar tecnologías a las diversas situaciones productivas; apoyar el crecimiento de la organización local y regional; generar servicios público-privados de información, asistencia técnica y extensión; gestionar redes locales de innovación; apoyar los procesos de desarrollo rural contemplando el manejo sustentable de los recursos naturales.

En tal sentido, es importante agregar que Freire afirma la imagen del sujeto activo -que es quien extiende- frente a los destinatarios pasivos, que son llenados de contenidos, afirmando de esta manera la domesticación que lleva implícita la acción de extensión.

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

Propone entonces acercar las partes por medio del diálogo, de manera que disminuya la distancia entre ellos y se promueva la comunicación: “educación es comunicación es diálogo, en la medida que no es transferencia del saber, sino un encuentro de sujetos interlocutores, que buscan la significación de los significados”.

Por lo expuesto, es posible concluir que con la mera intervención no alcanza para la transformación esperada sino que es necesario involucrar a los actores, empoderarlos.

De manera que hagan propio el proceso, problematizando los contenidos a través del diálogo cotidiano que promueva la comunicación entre las partes intervinientes.

Estas nociones de comunicación y extensión que se mencionó, están presentes en los documentos y en las prácticas institucionales, materializadas en métodos y estrategias que caracterizan los términos.

Las Prácticas

Como ya se mencionó, en el INTA existen distintas nociones de comunicación: comunicación institucional; comunicación para el desarrollo; comunicación estratégica; comunicación popular que acompañan las prácticas de extensión rural en los distintos territorios.

Para conocer las nociones, métodos y estrategias de comunicación y de extensión se

realizaron entrevistas y talleres con los miembros de la agencia y los principales actores con los que se relaciona.

De la investigación que se llevó a cabo surge que en principio la agencia de Monteros entiende que su trabajo es en extensión rural, y en términos comunicacionales no tiene planteado un proyecto objetivo en la temática, aunque en sus prácticas circulen diferentes nociones y estrategias en este sentido .

Perspectivas de Extensión

Del trabajo de campo realizado, se observó que en las nociones, métodos y estrategias de extensión aparecen diferentes perspectivas que caracterizan al término. En las nociones de extensión se destaca que:

- La noción de extensión está asociada a la acción de acercar las partes, ideas y propuestas. En este caso aparece implícita la matriz institucional que caracteriza la estrategia del INTA, en especial a las funciones que históricamente se le otorga a los componentes de investigación y extensión.
- La idea de extensión está ligada al concepto de educación bancaria propuesto por Freire.
- En las nociones, estrategias y métodos de extensión aparece la comunicación desde diferentes perspectivas. A veces se sugiere a ésta como diálogo y co-participación en estos procesos cuyos objetivos están ligados al cambio, en tanto que otras veces se plantea a la comunicación como instrumento para la difusión y transferencia.

Perspectivas de Comunicación

En cuanto a las nociones de comunicación, de lo relevado en el trabajo de campo se deduce que no es posible considerar solo una y en este sentido la agencia construye e instituye su perspectiva comunicacional tomando distintas nociones del término, entre las que se distinguen:

- La comunicación concebida como instrumento estratégico “al servicio de”.
- La comunicación entendida como una herramienta que- por medio de la difusión-garantiza la existencia.
- La comunicación se vuelve estratégica en la cotidianeidad de los intercambios.
- El trabajo en equipo garantiza la gestión de la comunicación que promueve la cooperación en las acciones.
- El motor de las acciones en comunicación es impulsado por el compromiso y el gusto al trabajo de los miembros de la agencia.

Las nociones, estrategias y metodologías de comunicación y extensión que se destacaron es posible rastrearlas en otras dependencias del INTA. Algunas más implícitas y otras más

manifiestas, todas estas denominaciones representan maneras de leer y hacer de la comunicación y la extensión que responden a una matriz institucional que las contiene, más allá de las particularidades de cada región.

Estas nociones que se mencionaron acompañan a la institución históricamente. Sin embargo, la agencia se apropia de estas y las redefine localmente, sobretodo porque sus miembros son nativos del lugar, lo cual determina su vivencia de la comunicación y la extensión distinguiéndose en la institución.

Conclusiones

En la investigación que se presentó, es posible observar que en el INTA aparecen nociones de comunicación construídas en base a diferentes perspectivas: Modelo Informacional; Comunicación y Cultura; Comunicación Masiva, y en algunas de sus acciones retoma la tradición en comunicación y emancipación en América Latina.

Desde las epistemologías más informacionales hasta las más relacionales, dan cuenta del modo en que se piensa y practica la comunicación en la institución que si bien son variadas en sus enfoques, contribuyen a construir un modelo propio y multifacético.

En tanto que desde el INTA se promueve la noción de extensión como un proceso de intercambio de información y conocimientos para el desarrollo de capacidades de innovación de la comunicación rural.

Desde esta perspectiva, no solo se observa la dependencia del término con los modelos de desarrollo sino que además es posible deducir en la noción de extensión una connotación mecanicista que promueve acciones de transferir, extender o depositar conocimientos previamente elaborados hacia los territorios.

Estas nociones de comunicación y extensión que se mencionaron están presentes en los documentos y en las prácticas institucionales, materializadas en métodos y estrategias que caracterizan los términos.

Es importante destacar que las nociones, métodos y estrategias de comunicación y extensión reflejan acciones y sentidos que-más allá de coyuntura local donde se materializan-están atravesadas por una matriz que las acompaña y hasta las determinan en las prácticas.

El INTA gestó una matriz que se nutrió principalmente del contexto socio político del país y del mundo, y con la cual demostró la capacidad de adaptarse a los vaivenes de los distintos periodos históricos.

Esta matriz está inspirada en los modelos de desarrollo que imperaron en las diferentes épocas y por lo cual la institución delimita sus políticas de extensión y líneas comunicación.

Para dar cuenta de estas nociones, métodos y estrategias de comunicación y extensión se trabajó sobre las prácticas de la Agencia de Extensión Rural Monteros. En tal sentido, se

observó que las cuestiones de comunicación están centralizadas en la Estación Experimental Agropecuaria (EEA) Famaillá. Las propuestas del área se caracterizan por estar relacionadas con cuestiones que hacen a los quehaceres institucionales, cercanos a la noción de comunicación institucional concebida desde la organización.

Del trabajo de campo realizado, se observó diferentes perspectivas que caracterizan a la noción de extensión y dan cuenta que el término remite más a lo metodológico que a lo conceptual. Es allí donde se hace visible la relación no solo con la comunicación, sino también con otras categorías como desarrollo; intervención; territorio y educación.

En cuanto a las nociones de comunicación, de lo relevado en el trabajo de campo se deduce que no es posible considerar solo una y en este sentido la agencia construye e instituye su perspectiva comunicacional tomando distintas nociones del término: desde lo instrumental, pasando por el difusionismo y hasta considerarla como garantía para la existencia.

Impulsadas por la geografía y motivadas por la confianza de la comunidad, la extensión y la comunicación además de mostrar su herencia institucional, se renuevan en estas circunstancias que distinguen a la agencia y que caracteriza al diálogo cotidiano como el motor de una comunicación sin tiempo ni espacio.

La agencia construye e instituye sus perspectivas comunicacionales y de extensión nutriéndose de la herencia institucional que las impulsa, pero resistiéndose en las prácticas. Estas prácticas re significan dicha matriz, de lo que resulta el tono local que las caracteriza en sus estrategias y métodos que promueven estas nociones.

Así asumiendo la irremediable derrota de no encontrar un solo modelo donde encaje todo lo escrito y todo lo que las prácticas manifiestan, de lo investigado se puede concluir que la riqueza está en los procesos donde se juegan estas categorías y se renueva el sentir de Edgar Morin cuando asegura que “las verdades exigentes prescinden de victoria y resisten para resistir”.-

Bibliografía

- Alemany, Carlos (2003). Apuntes para la construcción de los períodos históricos de la Extensión Rural del INTA. En R. Thornton y G. Cimadevilla. *La extensión rural en debate. Concepciones, retrospectivas, cambios y estrategias para el Mercosur*. Buenos Aires: Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria.
- Arráz Betancort, Rosa María (2006). La Comunicación para el desarrollo. Su aplicación desde el medio radio/visión preliminar del estado de la cuestión. En C. Villamayor. *Seminario Optativo: Gestión de la Comunicación*. La Plata: Universidad Nacional de La Plata.
- Arrueta, Cesar; Brunet, Marcelo y Guzmán, Juan Comp. (2010) *La comunicación como objeto de estudio*. San Salvador de Jujuy: FADECCOS. UCSE. G-COM.

- Barbero, Jesús Martín (1987). *De los Medios a las Mediaciones*. Barcelona: Gilli.
- Barbero, Jesús Martín (2002). *Oficio de Cartógrafo. Travesías Latinoamericanas de la comunicación en la cultura*. Chile: Fondo de Cultura Económica.
- Barbero, Jesús Martín (2003). *Razón Técnica y Razón Política: Espacios y Tiempos No Pensados*. Trabajo presentado en la lección inaugural Facultad de Ciencias Humanas, Universidad Nacional de Bogotá, Colombia.
- Barbero, Jesús Martín (2008). *Políticas de la comunicación y la cultura. Claves de la investigación*. Barcelona: Fundación CIDOB. Documentos CIDOB N°11.
- Barbero, Jesús Martín. De los intermediarios a los mediadores. Recuperado de: <http://www.mediaciones.net/1989/06/de-los-intermediarios-a-los-mediadores>
- Barbero, Jesús Martín. Los Oficios del Comunicador. Recuperado de: http://www.perio.unlp.edu.ar/produccionradiofonica1/Bibliografia/barbero_los_oficios_del_comunicador.pdf
- Barbero, Jesús Martín. *Transformaciones comunicativas y tecnológicas de lo público*. Recuperado de: www.infoamerica.org/documentosword/martin_barbero1.doc
- Barbero, Jesús Martín (s/f). *Procesos de Comunicación y Matrices de Cultura. Itinerario para salir de la razón dualista*. México: Ed. Gili y FELAFACS.
- Beltrán, Luis Ramiro (Febrero, 1993). *Comunicación para el Desarrollo en Latinoamérica. Una evaluación sucinta al cabo de cuarenta años*. Documento presentado en el discurso inaugural de la IV Mesa Redonda sobre Comunicación y Desarrollo. Lima, Perú: Instituto para América Latina (IPAL).
- Beltrán, Luis Ramiro (2005, Julio). *La Comunicación para el Desarrollo en Latinoamérica: un recuento de medio siglo*. Documento presentado al III Congreso Panamericano de la Comunicación, panel 3: Problemática de la Comunicación para el Desarrollo en el contexto de la Sociedad de la Información. Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires.
- Beltrán, Luis Ramiro (2006). *La Comunicación para el Desarrollo en Latinoamérica: un recuento de medio siglo*. En C. Villamayor. *Seminario Optativo: Gestión de la Comunicación*. La Plata: Universidad Nacional de La Plata.
- Beltrán, Luis Ramiro (2008). *Desarrollo Rural y comunicación social: relaciones y estrategias*. En Gumucio-Dagon, Alfonso y Tuffe, Thomas (Comp.), *Antología de Comunicación para el Cambio Social: lecturas históricas y contemporáneas (tomo I)*. Bolivia: Consorcio de Comunicación para el Cambio Social.
- Bourie, Pierre; Chamboredon, Jean Claude y Passeron Jean Claude (2002). *El oficio del sociólogo*. México D.F.: Siglo XXI Editores.
- Catullo, Julio Cesar y Torres, Guillermo (2010). *Innovación Tecnológica y Extensión Rural para el Desarrollo Sustentable de los Territorios en Experiencias Innovadoras en Extensión Rural en América Latina*. Recuperado de www.rimisp.org
- Centro Latinoamericano para el Desarrollo Rural. RIMISP (2010). *Experiencias Innovadoras en Extensión Rural en América Latina*. Recuperado de www.rimisp.org.

- Cimadevilla, Gustavo (s.f.). *Tocarle la cola al león. Una lectura del desarrollo a través de sus condiciones de intervención*. Córdoba: Universidad Nacional de Río Cuarto.
- Cortes, Eduardo Carlos (2001). *La comunicación al ritmo del péndulo: medio siglo en busca del desarrollo*. Bogotá.
- Corton, José Luis (2011). *La noción de desarrollo: un repaso a los distintos pensamientos, Estudio sobre el Ambiente y el Territorio*. Buenos Aires: Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria. pág.
- Contreras Baspineiro, Adalid. (2000). Comunicación-Desarrollo para “otro occidente”. *Razón y Palabra*, n° 18.
- Dabas, Elina (2006). *Viviendo Redes. Experiencias y Estrategias para el fortalecimiento de la trama social*. Buenos Aires: Ciccus.
- Dallanegra Pedraza, Luis (1998). *El orden mundial del siglo XXI. Una teoría sobre el poder y el orden mundial desde una perspectiva realista-sistémica-estructural*. Buenos Aires: Ed. de la Universidad. Buenos Aires.
- De Souza Santos, B (2006). *Renovar la Teoría Crítica y Reinventar la emancipación social (encuentros en Buenos Aires)*. Recuperado de: www.bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/edicion/santos
- Díaz Bordenave, Juan (2008). La teoría de la comunicación y el desarrollo rural: una breve reseña. En Gumucio-Dagon, Alfonso y Tuffe, Thomas (Comp.), *Antología de Comunicación para el Cambio Social: lecturas históricas y contemporáneas (tomo I)*. Bolivia: Consorcio de Comunicación para el Cambio Social.
- Equipo del Centro de Comunicación La Crujía (2010). *Comunicación Comunitaria*. Buenos Aires, La Crujía.
- Freire, Paulo (1973). *¿Extensión o Comunicación?* Buenos Aires: Siglo XXI editores.
- Freire, Paulo (1991). La importancia del acto de leer. En P. Freire. *La importancia de leer y el proceso de liberación*. México: Siglo XXI Editores.
- Fuentes Navarro, Raúl (1999). La investigación de la comunicación en América Latina: condiciones y perspectivas para el Siglo XXI. *Diálogos de la Comunicación*, Nº 56. Lima: Felafacs.
- García Canclini, Néstor (1987). *¿De qué hablamos cuando hablamos de popular?* AAVV: *Comunicación y Culturas Populares en Latinoamérica*. Mexico: FELAFACS/ Gustavo Gilli.
- Guber, Rosana (2001). *La etnografía, método, campo y reflexividad*. Buenos Aires: Grupo Editorial Norma.
- Guber, Rosana (2004). *El salvaje metropolitano. Reconstrucción del conocimiento social en el trabajo de campo*. Buenos Aires: Paidós.
- Greenwood, Davydd J (2000). De la observación a la investigación acción participativa: una visión crítica de las prácticas antropológicas. *Revista Antropología Social*, 9:27-49.
- Huergo, Jorge (2001). *Método de Investigación Cualitativa en Comunicación*. Buenos

Aires: Mimeo.

- Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (2007). *Enfoque de Desarrollo Territorial, Documento de trabajo N° 1*. Buenos Aires: Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria.
- Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (2008). *La Comunicación en los procesos de desarrollo territorial*. Buenos Aires: Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria.
- Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (2011). *Historia del INTA*. Recuperado de <http://inta.gob.ar/sobre-el-inta/que-es-el-inta/historia>
- Matta, María Cristina (1994). *Nociones para pensar la comunicación y la cultura masiva*. Buenos Aires: La Crujía.
- Maturana R., Humberto y Varela, Francisco (2003). *El árbol del conocimiento*. Buenos Aires: Lumen.
- Maturana R., Humberto y Pörksen, Bernhard (2008). *Del ser al hacer. Los orígenes de la biología del conocer*. Buenos Aires: Granica.
- Ortiz Garda, Ignacio (2006). *Problemática del desarrollo y sus distintos modelos. Desarrollo local y economía social. Hacia un nuevo modelo de desarrollo*. Buenos Aires: FLACSO.
- Portales, Diego (s/f). Perspectivas de la comunicación alternativa en América Latina. En Simpson, Máximo. *Comunicación Alternativa y Cambio Social I. América Latina*. México: UNAM.
- Prieto Castillo, Daniel (2004). *La comunicación en la educación*. Buenos Aires: La Crujía.
- Reyes Matta, Fernando (s/f). La comunicación transnacional y la respuesta alternativa. En Simpson, Máximo. *Comunicación Alternativa y Cambio Social I. América Latina*. México: UNAM.
- Sepúlveda, Sergio (2003). *Desarrollo Rural Sostenible. Enfoque Territorial*. Costa Rica: IICA.
- Shmucler, Héctor (1997). *Memorias de la Comunicación*. Buenos Aires: Biblos.
- Simpson Grinberg, Máximo (1984). Comunicación alternativa y democrática ente la "Vanguardia" y la teoría de la dependencia. *Nueva Sociedad*, 71. Recuperado de <http://www.nuso.org>
- Thornton, Ricardo Dominic (2006). El contexto del debate: cambios, paradigmas, escenarios, integraciones e intervenciones. En *Los '90 y el nuevo siglo en los sistemas de extensión rural y transferencia de tecnología públicos en el Mercosur*. Buenos Aires: Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria.
- Torres, Guillermo (s.f.). [Desafíos de la comunicación en instituciones del sistema científico-tecnológico](#). Buenos Aires: Coordinación Nacional de Transferencia y Extensión, Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria.
- Tramas *Comunicación/ Desarrollo, N° 50* (2006). La Plata: Facultad de Periodismo y Comunicación Social, UNLP.
- Scribano, Adrián Oscar (2008). *El proceso de investigación social cualitativo*. Buenos Aires: Prometeo Libros.

- Sili, Marcelo (2005). *La Argentina Rural. De la crisis de la modernidad agraria a la construcción de un nuevo paradigma de desarrollo de los territorios rurales*. Buenos Aires: Ed. Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA).
- Souza Silva, José (2010). *La pedagogía de la pregunta y el día después del desarrollo. Hacia la educación contextualizada para construir el buen vivir en el mundo rural latinoamericano*. Trabajo presentado en III Congreso Nacional de Educación Rural, Red Nuevo Paradigma para la Innovación Institución en América Latina, en Medellín, Colombia.
- Torrado Porto, Roberto (2007). *De la teoría a la práctica en procesos de Desarrollo Local-Territorial: el caso Loventué, La Pampa*. Buenos Aires: Ed. Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA).
- Unidad de Prácticas y Producción de Conocimiento, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, UNLP (s.f.). *Andar en Red*. La Plata: Ed. Unidad de Prácticas y Producción de Conocimiento. Facultad de Periodismo y Comunicación Social, UNLP.
- Unidad de Prácticas y Producción de Conocimiento, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, UNLP (2002). *Sembrando mi tierra de futuro*. La Plata: Ed. Unidad de Prácticas y Producción de Conocimiento. Facultad de Periodismo y Comunicación Social, UNLP.
- Uranga, Washington (2007). *Mirar desde la Comunicación*. Recuperado de: www.catedras.fsoc.uba/uranga-mirardesdelacomunicacion-pdf.
- Verón, Eliseo y Sigal, Silvia (1986). *Perón o Muerte, los fundamentos discursivos del fenómeno peronista*. Buenos Aires: Legasa.
- Villamayor, Claudia (2006). *Gestión de la Comunicación*. Seminario Optativo. La Plata: Universidad Nacional de La Plata.
- Villamayor, Claudia (2006). *La primera intuición: vivir la pedagogía de la alegría*. Reportaje a Daniel Prieto Castillo.
- Villamayor, Claudia (2006). *Nociones y Perspectivas para construir indicadores*. Costa Rica.
- Villamayor, Claudia (2006). *Seminario Optativo: Gestión de la Comunicación*. La Plata: Universidad Nacional de La Plata.
- Villamayor, Claudia (s.f.). *Proceso de Gestión en Radio Emaús, Costa Rica – Memoria*. Costa Rica.
- Villamayor, Claudia (s.f.). *Programa Centroamérica en Sintonía. Comunicación Radiofónica para la Incidencia Ciudadana*. Seminario / Taller para Facilitadoras (es). S.I.
- Villamayor, Claudia (s.f.). *La Comunicación como perspectiva y como dimensión en los procesos sociales. Una experiencia de participación en las políticas públicas. PSA Formosa*. Recuperado de www.unirevista.unisinos.br/pdf/UNIrev_Villamayor.pdf
- White, Robert (1989). La teoría de la comunicación en América Latina. Una visión europea de sus contribuciones. *Telos* N° 19. Madrid.
- Wolcott, Harry (2006). *Mejorar la escritura de la investigación cualitativa*. Colombia: Ed. Universidad de Antioquia, Facultad de Enfermería de la Universidad de Anquioquia.