

X JORNADAS NACIONALES DE EXTENSIÓN RURAL:

“Comunicar para crecer. Capacitar para cambiar”

La experiencia del área de comunicación y capacitación en el Programa de Lucha contra Carpocapsa y Grafolita, en la provincia de Mendoza.

Abstract

No importa si nos referimos a programas de lucha activa por parte del Estado - él mismo quien ejecuta las acciones tendientes a obtener los objetivos previstos- o a programas de lucha pasiva, donde el Estado sólo dirige técnicamente; en todos los casos la articulación de una comunicación adecuada resulta imprescindible.

En esta oportunidad, presentamos la experiencia del área de comunicación y capacitación en el Programa de Lucha contra Carpocapsa y Grafolita, por tratarse de un caso donde se han desplegado distintas técnicas e instrumentos de comunicación. Y, en más de una oportunidad se despliegan en forma combinada construyendo un tejido en red que permite reconstruir los pasos dados y analizar con perspectiva, cada punto, cada cruce que resulte de interés.

Específicamente proponemos compartir la experiencia radial que de alguna forma contiene y sintetiza el sistema de articulación de la información que fue conformado para este programa en particular, y en relación al contexto.

Palabras Claves:

Comunicación – Capacitación – Compromiso – Participación – Lucha activa – Lucha Pasiva – Educación – Públicos – Canales – Radio -

1. Presentación Institucional

La globalización de la economía mundial se ha traducido en un sorprendente incremento del intercambio de productos entre países y regiones. Al mismo tiempo la aparición en el escenario mundial de bloques supranacionales, estando nuestro país incluido en uno de ellos (Mercosur), es un hecho concreto que nos demuestra que la sanidad y calidad de los productos, son herramientas que en la actualidad aceleran o retardan los mecanismos de intercambio.

Nuestra Provincia lidera la temática de la protección sanitaria con respecto al resto de las provincias argentinas, prueba de ello es que el **ISCAMEN** ha sido creado por Ley Provincial N° 6333 – Ley de Protección Fitozoosanitaria- y su máxima autoridad es nombrada por cuatro años con acuerdo del Senado Provincial, como medio de garantizar la estabilidad de la política sanitaria de Mendoza. Estratégicamente los tiempos técnicos no coinciden con los tiempos políticos, lo que implica que la provincia haya asumido la protección sanitaria como política de Estado.

Adelantándose a lo ocurrido a nivel nacional, el **ISCAMEN** concentra las actividades de control y fiscalización de plagas, enfermedades vegetales y uso racional de agroquímicos como el ex IASCAV; así también el control sanitario en barreras de enfermedades animales como el ex SENASA y además fiscaliza y controla semillas y viveros como el Instituto Nacional de Semillas (INASE) entre otras cosas.

En este sentido la demanda creciente originada en el sector productivo de pepitas y carozos, principales afectados por carpocapsa y grafolita se dirigió rápidamente a la Institución creada por el Estado mendocino para hacer frente a este tipo de problemática. La presencia de carpocapsa y grafolita empezó a ser asumida por el sector productivo local como una limitante a las exportaciones locales de peras y manzanas.

Tanto el gusano o polilla de la pera y la manzana o **carpocapsa**, como el gusano del brote del duraznero o **grafolita**, es en la actualidad la plaga más nociva en los frutales de pepita, no sólo por las pérdidas directas que provoca en la economía de la empresa agrícola, sino también porque se ha transformado en una barrera que impide el acceso a nuevos mercados para las producciones locales. Aún mercados consolidados, como el Brasil, empezaron a instrumentar planes sanitarios en relación a estas plagas y en nuestro país la existencia de un programa en marcha como el de Patagonia, se perfilaron como las causales que configuraron una demanda concreta: **La implementación de un plan de lucha contra carpocapsa y grafolita por parte del ISCAMEN.**

2. Generar Compromiso

Este instituto autárquico y descentralizado lleva adelante una serie de programas técnicos cuyo lenguaje, los conceptos que se manejan, deben ser mediados. Es preciso decir que todas las acciones desarrolladas por el **ISCAMEN**, cumplen con su finalidad en tanto y en cuanto se cumpla la condición de reciprocidad en la respuesta dada por la población en general. Es un hecho reconocido que los proyectos de “sanidad vegetal”,

objeto del ISCAMEN, requieren de la participación comunitaria aunque sea en la mínima expresión del “apoyo difuso”.

Mientras “el tema” sea propiedad única de los técnicos, el ciclo de la interacción estará incompleto, y por lo tanto, el objetivo de la Institución también lo estará.

Si hablamos de acciones de incumbencia general, hablamos de la necesidad de **COMPROMISO** de nuestra comunidad. Compromiso dado en **acciones básicas** tales como, en un caso concreto, llamar por teléfono informando la existencia de hospederos, estar incluidos dentro del censo de frutales, permitir el acceso de los técnicos a los domicilios particulares, y otra serie de acciones **que no requieran grandes esfuerzos por parte de la comunidad**.

Esto es una verdad a medias y principalmente referida a los programas implementados con anterioridad a la lucha contra carpocapsa y grafolita que técnicamente presenta características exclusivas; **el éxito o fracaso de las acciones tendientes a controlar estas plagas, es la aplicación consiente de productos agroquímicos por parte de los productores, en los momentos en que las condiciones de desarrollo de la plaga y climáticos indican la oportunidad del tratamiento, y con mínimo impacto ambiental**.

Aceptada la necesidad de desarrollar un proceso de comunicación (difusión, capacitación, información, generación de conductas, motivación y retroalimentación) como complemento a las acciones técnicas para el control de las plagas carpocapsa y grafolita, por parte de todos los involucrados en el Programa; se requiere definir entonces, una serie de acciones concretas y herramientas adecuadas para el alcance de los objetivos definidos a priori.

3. Programas de Lucha Activa y de Lucha Pasiva:

De aquí es posible inferir que si bien apoyo/compromiso son condiciones necesarias para cualquier programa de acción de este tipo; para el éxito de este programa específico se requiere un nivel apoyo/compromiso mucho mayor. La participación activa es una condición sine qua non.

Se debe diferenciar claramente quien asume el rol protagónico, el Estado a través de políticas activas de control o bien el Sector directamente involucrado con el apoyo y la conducción técnica del Estado. Los recursos disponibles, las características de las plagas y una gran cantidad de factores técnicos, económicos, políticos, etc. conllevan a la adopción de un camino u otro. El problema en síntesis se resuelve a través del financiamiento de la acción concreta y específica de control. Sobre la duda ¿a quién le corresponde financiarla y llevarla a cabo? se levantan visiones encontradas, pero asumiendo desarrollar un programa cuyo éxito esté anclado en el COMPROMISO del Sector Productivo directamente relacionado, se asume la necesidad de generar valores, conductas, actitudes proactivas; de hecho se asume ingresar en un proceso de cambio cultural que no es posible realizar de la noche a la mañana, se necesita TIEMPO para desarrollar un trabajo programado y permanente.

Vale la comparación con el Programa paradigmático de lucha activa que lleva adelante el ISCAMEN, del cual podríamos decir, aunque no se ha efectuado un estudio que lo permita verificar objetivamente, que existe una instalación del tema en la sociedad. Al afirmar que está instalado, queremos decir que la población de la provincia de Mendoza, tiene noción del problema de la mosca del Mediterráneo; aún así y a pesar del los años que lleva de desarrollo, el proceso nunca se completa; es factible encontrar personas que no conocen el tema y destruyen las bolsas de liberación de insectos estériles, no permiten el ingreso de las brigadas sanitarias a los domicilios y otras actitudes que impiden el correcto accionar de los agentes del programa.

3.1. Programa de Erradicación de la Mosca del Mediterráneo **(*Ceratitis capitata* Wied)**

Originado en el año 1985, en sus primeras etapas de implementación implicó una gran movilización, trabajo de campo, capacitación, involucramiento de productores, etc. Durante las primeras etapas correspondía a los productores la distribución de los insectos estériles; en el transcurso del tiempo se implementó toda una infraestructura al servicio del Programa con asentamiento en los cuatro oasis productivos de la provincia. El avance tecnológico y estructural masificó la técnica de control y sin descuidar las acciones concretas a campo se comenzó a trabajar continuamente a través de los medios masivos de comunicación. Hoy en día sin descuidar ambas opciones, el eje consiste en buscar un apoyo más sólido penetrando en el proceso educativo de los niños de la provincia.

El Programa Mosca del Mediterráneo implica una **acción activa** del Estado que ha asumido el complejo proceso técnico de la cría masiva de insectos estériles y su posterior distribución al medio ambiente; no es mucho lo que se solicita al productor y en la actualidad, el grado de evolución del programa ha trasladado el problema a un público objetivo distinto, a las ciudades, lo que motiva al mismo tiempo un giro en las estrategias. Entre ellas y considerando que la experiencia internacional de otros programas de erradicación implementados en el mundo indica que logrado el reconocimiento internacional de un área libre, se requiere un nivel mayor de compromiso por parte de la población ya que se debe hacer frente a la supresión de los brotes, acción para la cual el componente “apoyo/compromiso comunitario” es sumamente importante; se ha enfocado la atención hacia el acercamiento del tema a los niños, con el objeto de generar por medio del conocimiento un involucramiento; valores y actitudes que se traduzcan en acciones necesarias para este proyecto.

Involucrar al sistema educativo en esta problemática ha sido siempre una inquietud del ISCAMEN, ya que desde el año 1994 existió la intención de incluir el tema en la currícula educativa provincial; para lo cual se elaboró un módulo educativo, el cual se distribuyó en Escuelas Primarias de la Provincia. Durante el año 1999 se logró la inclusión del tema en las Sugerencias Metodológicas para el Tercer Ciclo de la EGB. Luego de un acercamiento con la problemática donde los estudiantes son motivados a indagar sobre el tema por ejemplo en la página Web del ISCAMEN o en los documentos educativos elaborados ad hoc, se plantea la siguiente consigna: “Teniendo en cuenta que cada miembro de la comunidad tiene la responsabilidad de colaborar en la erradicación de la plaga mosca del Mediterráneo en nuestra provincia, nosotros como jóvenes, podemos diseñar y poner en marcha en nuestra escuela un **servicio social** que

lleve adelante la tarea de informar sobre el tema y divulgar la forma en que puede actuar cada habitante según sea su edad y el lugar donde viva o trabaje.” “Se tendrá presente en el servicio que se plantee, que éste debe llegar a la mayor cantidad de personas sin distinguir edades, niveles sociales o culturales, ni actividades que realicen”.

En la etapa de diseño del servicio social se orienta a los alumnos a la búsqueda de información en dos ejes:

- * la problemática de la mosca del Mediterráneo
- * la prestación de un servicio social de difusión

Posteriormente se organizan grupos para la generación de alternativas, se selecciona la alternativa más conveniente y se lleva adelante la ejecución.

La ejecución consiste en la puesta en funcionamiento del servicio: No importa si los que prestan el servicio son los mismos alumnos que lo diseñaron u otros de distintos cursos o una comisión de padres. Se plantea que quizá pueda desarrollarse toda la etapa de diseño en noveno año y la prestación del servicio la realicen los alumnos de séptimo o los de sexto de una escuela vecina. en cuanto a la elaboración de mensajes pueden realizarse coordinadamente con las áreas de Lengua, Plástica, Comunicación Social, Teatro, etc.

La Evaluación es la última etapa donde se organiza una puesta en común donde cada grupo de trabajo explica el proceso seguido y muestra los resultados del servicio prestado, se verifica que el mismo cumpla con los objetivos planteados al comenzar el proyecto; si se adapta o no a la necesidad inicial, si los recursos elegidos han sido los adecuados, si el funcionamiento del servicio se ajusta al resultado esperado y está en relación a lo propuesto por el ISCAMEN.

Se ha incorporado de esta forma, a la escuela en el proceso de difusión del Proyecto, esto ha empezado a dar sus frutos y motivó un gran aumento en la demanda de visitas guiadas a la Bioplanta Km8, produciéndose problemas de bioseguridad; para solucionar este problema se ha proyectado el diseño y elaboración de un módulo interactivo de capacitación en el Parque de la Ciencia EUREKA.

El Programa de Erradicación de la mosca del Mediterráneo es una política activa del Estado, se requiere colaboración pero no es mucho lo que se pide, además si las actividades no las puede realizar el ciudadano común se dispone de la estructura necesaria para suplir esta falencia; así a través de una línea telefónica gratuita el interesado puede llamar a los efectos de que las brigadas fitosanitarias realicen la recolección y destrucción de los frutos hospederos. Además los años de ejecución, la penetración geográfica con delegaciones y personal en toda la provincia y los logros obtenidos y difundidos ampliamente en los medios masivos, han generado una “buena imagen” que es necesario sostener en el tiempo.

La experiencia, logros, infraestructura, recursos y esa “imagen” positiva sirven de base para el otro gran programa de acción - lucha contra carpocapsa y grafolita- que conceptualmente difiere, como ya hemos dicho, en que su fuerte no está dado por la acción estatal sino por la acción del productor. Cabe una mención especial referida a los tiempos; evidentemente no se requiere lo mismo para un programa instalado que para uno a instalar.

3.2. Programa de Lucha contra Carpocapsa y Grafolita **(*Cydia pomonella* L. y *Grapholita molesta* B.)**

3.3. Comunicación y Capacitación:

El Programa de Lucha contra Carpocapsa y Grafolita comienza a implementarse a comienzos de 1999. Su objetivo central es **disminuir la plaga por debajo del umbral de daño económico**; para lo cual se establecen los siguientes objetivos específicos:

- Determinar niveles de población de ambas plagas en cada uno de los oasis donde se encuentren especies hospederas.
- Elaborar un sistema de alarma para ambas plagas.
- Capacitar a los integrantes del sector involucrado para el control eficiente de las plagas, con mínimo impacto ambiental.
- Concientizar a los sectores directa o indirectamente involucrados sobre la importancia de combatir estas plagas.

3.3.1. Orígenes y antecedentes:

Cuando comenzamos a pensar cómo trabajar la comunicación del Programa de Lucha contra Carpocapsa y Grafolita, nos pusimos en contacto con el mismo Programa de Río Negro. Analizamos los pasos y pormenores de su acción, pero a poco andar pudimos determinar que las diferencias entre ambos eran importantes y se daban en puntos fundamentales como: el público objetivo ó las posibilidades de mercado.

En nuestra provincia, al estar mucho más atomizada la producción; los productores no ven como posibles ó no es un interés inmediato para ellos; la posibilidad de exportar su producción, ni de ganar nuevos mercados.

Esta es la realidad de la gran mayoría de los productores frutícolas mendocinos, que determina sin más el cuadro de situación en el que deberíamos desplegar nuestra acción. De este marco, se desprende una serie de condicionantes que se vuelven imposible de desconocer a la hora de establecer una estrategia de marketing, de comunicación y de capacitación para el programa.

El Programa de Lucha contra Carpocapsa y Grafolita desarrolló su primer etapa en el oasis centro de la provincia, lo que dictó la direccionalidad de los mensajes que se articularon.

En una primer etapa, en el mes de setiembre de 1999, se realizó el lanzamiento del Programa en la Provincia. Esta acción de marketing e información fue el comienzo de una relación que hemos intentado establecer con los productores; tanto desde lo institucional como desde lo personal.

Esta fue la primer acción institucional, la presentación formal del Programa, de sus interlocutores y de los responsables.

Los materiales que se utilizaron como soporte para ello, fueron más ligados a la imagen –estandartes, publicidad en vía pública, pasacalles, trípticos-; aunque también se informó a la comunidad toda a través de dípticos que se repartieron casa por casa con información útil para el colegio y público en general.

3.3.2. Características de la experiencia:

Nos interesa en esta oportunidad compartir el desarrollo e implementación del área de comunicación y capacitación, que está planteada como uno de los pilares del Programa. Esto es así, por un lado, porque en este programa el Estado no se hace cargo del control de la plaga; es decir que se requiere de la acción de los productores para conseguir los resultados esperados. Por otro lado, se plantea la capacitación como el primer paso hacia la concientización de los productores frutícolas.

3.3.3. Objetivos

- Identificar distintos niveles entre los públicos objetivos previamente determinados.
- Determinar los medios y canales de comunicación adecuados.
- Fortalecer la identidad y la imagen institucional.
- Generar confianza y credibilidad en los mensajes emitidos por el programa y por la institución.
- Concientizar a los productores de la conveniencia de curar en tiempo, con los productos adecuados y en las proporciones correctas.
- Generar y/o modificar las conductas de los productores en relación a este tema.
- Construir un espacio confiable de reflexión donde los productores se encuentren y se relacionen.
- Aceitar los diferentes canales que vehiculicen información, de modo tal que posteriormente presten un servicio eficaz de transmisión de la alarma de cura.

La evolución del mercado de masas ha hecho que la modalidad clásica (resaltar las bondades del producto) de la persuasión social –sin duda cuantitativamente predominante aún hoy en día- resultara insuficiente. En este caso el “producto”, lo que pretendemos “vender” es la aplicación en tiempo y forma de las pulverizaciones contra carpocapsa y grafolita. Es decir, en primer lugar necesitamos que los productores y encargados de fincas hagan suya la necesidad de curar correctamente; pero a su vez, para realizar esta acción es fundamental no sólo crear conciencia sino confianza en la institución y por ende en las alarmas que ésta dé. Lo que hace imprescindible solidificar la imagen institucional en el imaginario de los sectores involucrados, y aceitar los canales por los que la alarma deberá circular.

3.3.4. Públicos

Se determinaron en primer lugar los distintos públicos objetivos a los que se apuntaría en el desarrollo comunicacional del programa, a fin de establecer las diferencias discursivas de cada uno de los mensajes y los canales a través de los cuales era posible llegar a cada uno de ellos.

Este análisis de públicos, en la primer etapa dio por resultado el siguiente recorte:

- Productores: aquí no se diferenció administradores, encargados, ni propietarios.
- Técnicos de la zona: considerando en este punto a todos los ingenieros agrónomos que trabajan en la zona, asesoraran o no a productores frutícolas; esto es así porque se consideró que era fundamental que todos y cada uno de los técnicos estuvieran convenientemente informados acerca del programa, sus acciones y sus razones técnicas.
- Entidades intermedias: nos referimos a cualquier tipo de agrupación donde los productores se reunieran con cualquier fin.
- Municipalidades

En función de cada público, se evaluaron mensajes, canales, herramientas y oportunidades.

3.3.5. Canales

Aquí es importante resaltar que el programa, por sus características posee una red de inspectores de trampas que, si bien su función primordial es la lectura sistemática de las caídas en trampa; funcionan también como canal directo de conexión con los productores de las fincas donde se colocaron trampas.

Los inspectores de trampas fueron capacitados por el programa no sólo técnicamente, sino desde el punto de vista comunicacional debido al rol que jugaron en la estrategia de comunicación.

Fueron estos inspectores los que encarnaron el principal canal de comunicación que se estableció con los productores, en ellos se concentraron características de gran importancia para la estrategia, que podemos sintetizar así:

- Se priorizó el establecimiento de una “relación” entre las partes antes de comenzar a emitir mensajes directamente relacionados con los objetivos del programa.
- Se efectivizó y capitalizó permanentemente el feedback de la comunicación.

En esta primer campaña, se eligieron en casi todos los casos canales directos de comunicación, sólo sobre el final de la misma se comenzó a trabajar en un medio masivo: la radio.

3.3.6. Herramientas

Se consideran herramientas a cualquier tipo de soporte –gráfico, de audio, en video- sobre el cual se monte el mensaje. Podemos detallarlas del siguiente modo:

- Circulares: dirigidas a los productores, tuvieron por fin reforzar toda información sobre la que pudieran originarse dudas, como por ejemplo la forma en que iba a llevarse a cabo el muestreo de frutos. Dirigidas a los productores que poseían trampas en sus fincas, fueron vehiculizadas por los inspectores de trampas.
- Boletín Informativo: una carilla de información sobre el avance del programa, con diagramación de revista para facilitar la lectura. Básicamente dirigida a los Ingenieros Agrónomos de la zona, aunque también a las entidades intermedias. Se los dejó en Cámaras, Asociaciones, Casas de venta de Agroquímicos para que fueran recogidos libremente. El tamaño y formato, obedecen también a la posibilidad de ser enviados por mail o por correo convencional en el futuro.
- Carpetas Informativas: conteniendo toda la información general y operativa del programa, con un diseño distendido, organizada en forma de síntesis; fue presentada en municipalidades y organizaciones intermedias y casas de venta de agroquímicos.
- Programa de Radio: con este instrumento se pretende generar un espacio confiable y ameno de reflexión y encuentro de todos los sectores involucrados, fundamentalmente los productores frutícolas. Por otro lado, a medida que se construye la costumbre de referenciar las dudas que aparecieran sobre este tema al programa de radio. A su vez, cumplir con una premisa siempre presente: capacitar e informar.
- Folletos: con información general ó específica, de bajo costo y con buena capacidad de respuesta.

3.3.7. Acciones concretas de comunicación:

En este plano podemos ubicar la **colocación de bandas trampas**. Las bandas trampas son “tiras” de cartón corrugado de entre 15 y 20 cm. de ancho. Normalmente se utilizan los sobrantes del cartón empleado en el embalaje, ya que cualquier tipo de corrugado funciona como trampa para estas plagas. Cuando la larva de cualquiera de las dos plagas, se “tira” de la fruta para empupar, confunde la corteza del árbol con la trampa de cartón. Por eso es posible después de un tiempo encontrar los cartones con pupas invernantes. Correctamente utilizadas, disminuyen considerablemente la población de plaga presente en el monte. Para obtener resultados importantes, es necesario colocarlas en dos hileras seguidas de árboles, y en todos los árboles en el perímetro del monte. Hacia adentro, se colocan árbol por medio.

Esta acción se realizó en el mes de enero y consistió en visitar a los productores, explicarles las virtudes de las prácticas culturales y entregarles un folleto explicativo del funcionamiento y ventajas de la utilización de bandas trampas. Posteriormente se eligieron 10 árboles frutales al azar y frente al productor se colocaron los cartones. Esta actividad concluirá recién en el próximo mes de junio, cuando volvamos a la propiedad e invitamos a los productores a que nos acompañen a retirar las trampas, revisarlas y quemarlas posteriormente en su presencia.

Esta acción se efectuó en toda la zona, y tuvo objetivos que podemos ubicar en distintos planos. Por un lado, debido al canal que se priorizó, algunos productores –los

que estaban fuera de las rutas de trampeo- no habían sido incorporados al circuito de información que desarrollaban los inspectores de trampas; con esta acción nos presentamos como institución y como programa con una propuesta concreta que además deja abierta la puerta para volver a encontrarnos un poco antes de que comience la próxima campaña. Por otra parte, nos permitió entrar en fincas no visitadas antes no sólo con un discurso sino con un elemento concreto.

A lo largo de toda la campaña la Estación Experimental del INTA La Consulta condujo el conjunto de las **parcelas demostrativas**, que se plantearon con el fin de transferir desde el campo, desde la experiencia, los resultados obtenidos en las distintas situaciones de cada parcela y con un manejo de las mismas adecuado a cada realidad.

Para mostrar lo realizado en éstas, se organizaron visitas a las mismas a las que concurrieron productores e ingenieros agrónomos de la zona. En esta oportunidad, se invitaron también a los sectores relacionados de otros oasis de la provincia, para empezar a establecer lazos con todos ellos, a los que el programa alcanzará en las próximas etapas.

3.3.8. Capacitación

Desde el planteamiento general del programa, la capacitación merece un capítulo aparte, lo que se respeta en el planteo comunicacional.

En relación a este punto –como ocurre con los otros- la primer labor fue mediar el material técnico. Una vez que se concluyó este trabajo, se organizó todo el material y se diagramó un sistema de categorización de la información que rigiera cualquier tipo de soporte que se elaborara posteriormente.

Con la lógica de este “sistema” se articuló la información relativa a la capacitación en cada una de las herramientas y los canales que se eligieron a tal fin. El material ha sido ordenado en fichas temáticas, lo que permite incorporar nuevos temas cuando es necesario, así como ir sumando fichas que contengan glosarios, aclaraciones, definiciones o planillas útiles para el productor; a medida que se considere necesario.

Los cursos de capacitación se dividieron básicamente en dos, aunque se agregó un tercero a pedido de los productores. Como soporte escrito de estos cursos se utilizaron carpetas en donde las fichas temáticas pueden intercalarse. Esto permitió además, que en cada encuentro se entregaran sólo las fichas correspondientes a los temas profundizados ese día. La experiencia con este soporte fue muy gratificante, ya que al segundo y tercer curso los productores llegaban munidos de sus carpetas, esperando completar ese día los temas faltantes. A su vez, de la evaluación del curso y posterior testeo entre los participantes, se fueron resolviendo –también como fichas- las aclaraciones necesarias.

Estas mismas fichas fueron recogidas, bajo otro código en el programa de radio que se denominó “**Despacho por las Piedras**”. Éste aparece casi sobre el final de la campaña en respuesta a la necesidad de llegar a los productores que por un motivo u otro no habían asistido a la capacitación presencial.

“Despacito por las Piedras” es un microprograma radial que, con una duración de 15 minutos pretende convertirse en un espacio de referencia para los que trabajan el campo. Con un perfil cultural educativo, recoge anécdotas, vivencias, y “dichos” de la gente del Valle de Uco, es en este marco donde se inserta el módulo de capacitación que acerca lo dicho en los cursos a cada hogar.

El programa contiene entonces, diferentes segmentos que obedecen a distintos fines:

- Clasificados: una bolsa de avisos, donde los productores pueden comprar, vender, o permutar cualquier tipo de elementos. Los avisos se publican sin cargo, con el objeto de prestar un servicio comunitario.
- Entrevista: el fin de este segmento es mostrar a trabajadores y personajes de la zona, desde un punto de vista pintoresco y local. Por otro lado, con esto se espera generar expectativa, interés y, captar mayor cantidad de oyentes.
- Capacitación: este módulo responde al objetivo específico del programa y del área; se realizó pensando en evaluar distintas posibilidades para vehicular esta información, apelando a formatos como teatralizaciones o el discurso explicativo.

4. Conclusiones

En primer lugar, pudo caracterizarse con mayor nivel de detalle a los productores de más relación con el programa lo que nos permitirá llegar en el futuro a cada uno ellos con materiales cada vez más específicos, lo cual es posible gracias a la red de inspectores de trampas.

Un punto que es importante resaltar es el hecho de que todas las contrataciones se hicieron a hombres y mujeres de la zona donde se desarrolló esta etapa del programa, incluso los locutores ocupados en el programa de radio. Esto sin duda, potenció las posibilidades de relación y de “llegada” de nuestra red de inspectores y de cada cosa que realizamos; ya que cada uno sumó a la estrategia integral sus rasgos de “pertenencia”.

La distribución geográfica de la institución de referencia, implica la posibilidad de hacer pie en las peculiaridades de cada región en la que se desenvuelve un programa de acción determinado. Las experiencias previas permiten contar con un know How básico acerca de cómo acometer las necesidades de extensión, difusión o capacitación que se presentan. Sin embargo de ninguna manera aseguran el éxito; es imposible dominar el sinnúmero de variables que pueden actuar en desmedro de un evento de extensión o capacitación. el empleo de todas las herramientas disponibles, llámese medios masivos, folletería, voceo callejero, invitaciones personalizadas, etc., no garantizan el éxito; muchos otros factores entran en juego. De allí que se presenta como fundamental contar con una masa crítica de gente en relación con el “cliente” directo y con el resto de la comunidad, conscientes de la necesidad de brindar respuestas, generar adhesiones y motivar positivamente hacia el programa. Así las brigadas y encargados de las rutas de trampeo y muestreo son fundamentales para el ISCAMEN, son actores primordiales en el proceso de retroalimentación.

Las últimas novedades de Programas llevados a cabo en otras partes del país indican que el recurso tiempo es más escaso de lo previsto. La demanda de una solución rápida que traslada el eje hacia el accionar activo del Estado cae agudamente sobre la visión positiva de que es posible generar cambios actitudinales, transferir conocimientos, valores, etc que generen COMPROMISO. Se sostiene concretamente que si las curas en los momentos indicados no son llevadas a cabo por el Estado, distintos factores, sobre todo económicos, no permiten garantizar que las mismas se lleven a cabo y por lo tanto todos los esfuerzos están destinados indefectiblemente al fracaso.

Así la tendencia lleva a cambiar el foco original del programa provincial, el cambio de enfoque no debe ser entendido como un fracaso ya que política de acción activa o no la extensión seguirá constituyendo una pata fundamental del crecimiento económico.