

Vitale, Gustavo

gvita@yahoo.com.ar

Departamento General de Irrigación (DGI), Argentina, Mendoza

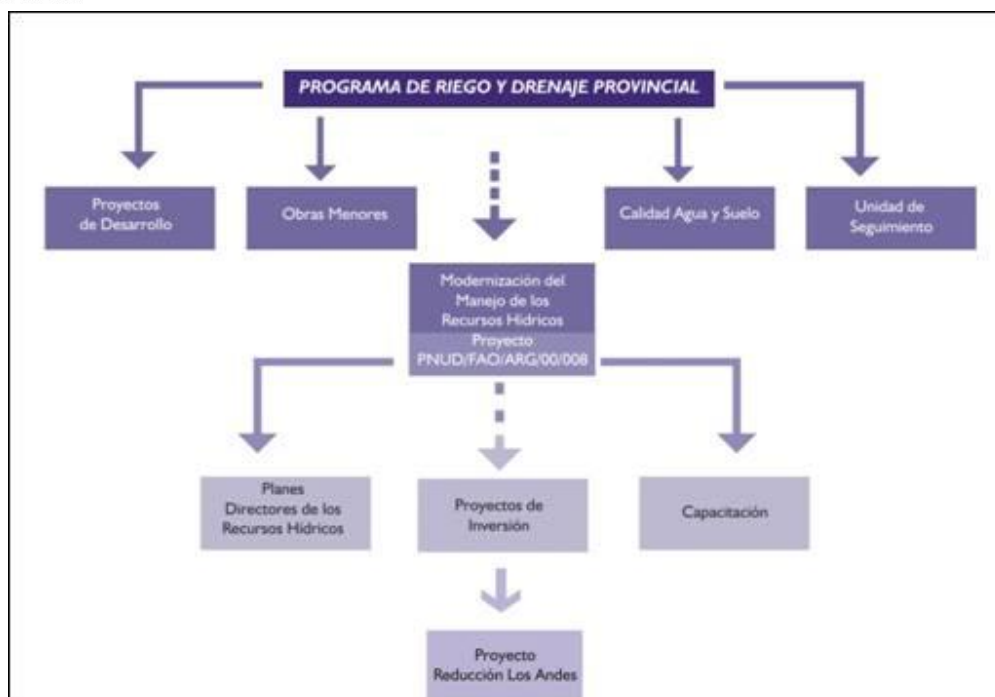
Área de interés: Estrategias de intervención social desde la comunicación

Palabras claves: comunicación, participación, desarrollo rural.

EXPERIENCIA DE COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA EN PROYECTOS DE MODERNIZACIÓN DEL RIEGO, MENDOZA, ARGENTINA

INTRODUCCIÓN

El trabajo expuesto aquí fue parte del Programa de Riego y Drenaje de la Provincia de Mendoza. El Proyecto PNUD/FAO/ARG-00-008, realizado por el Departamento General de Irrigación (Gobierno de Mendoza) y la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), ejecutó el componente de Modernización del Manejo de los Recursos Hídricos; el cual constó de tres componentes: Proyectos de Inversión, Planes Directores de Cuenca y Capacitación. En el marco del primero de estos componentes se realizó el Proyecto de Modernización del Sistema de Riego y Drenaje Reducción-Los Andes. La siguiente figura ilustra el esquema del Proyecto.



Ubicación

La zona estudiada de Reducción-Los Andes, se ubicada en el departamento de Rivadavia (centro norte de la provincia de Mendoza) y comprende los distritos de La Reducción, La Libertad, Los Campamentos y El Mirador. El número de usuarios del sistema es de 640; mientras que en el momento de realizar el estudio, la población total departamental era de aproximadamente de 50 mil habitantes en el año 2001 (INDEC[1]). Dicha zona representaba el 75% de la producción agrícola del departamento, demostrando su importancia para el desarrollo social y productivo departamental. Dicho impacto social y económico determinó la elección de la zona para la realización del proyecto de modernización del sistema de riego.

Historia del Proyecto

Atendiendo las solicitudes de las organizaciones de usuarios de la zona (Inspecciones de Cauce Asociadas de Rivadavia e Inspección de Cauces Canal Matriz Reducción y Cauces Derivados), el Departamento General de Irrigación priorizó este proyecto para dar respuesta a los distintos problemas existentes en el sistema de riego y también a los graves problemas aluvionales que afectaban a la población e infraestructura del lugar. Fue así como, en el año 2002 se comenzó a trabajar desde el Proyecto en la identificación de los problemas del sistema de riego, así como también de las percepciones, necesidades e intereses de los regantes.

Algunos de los problemas principales identificados en la zona de riego fueron las: pérdidas por infiltración en los canales, por ser, en su mayoría de tierra; turnos de riego rígidos e inadecuados para el usuario; sistemas de operación y distribución del agua precarios (compuertas dañadas, acequias e hijuelas en mal estado y de demasiada extensión); sectores con insuficiente abastecimiento de agua; rotura de canales por aluviones y tormentas. Estos problemas afectaban la actividad agrícola de la zona, disminuyendo su producción y calidad; y en el caso de la organización de los regantes, generando debilidad en su funcionamiento institucional y operativo.

|

LA COMUNICACIÓN EN EL PROYECTO

Una de las áreas del Proyecto fue la de comunicación (además lo integraban las de ingeniería, agronomía, economía y ambiental). Entre sus objetivos principales estaba el de involucrar a los regantes en la formulación de proyectos, entendiendo que de esta manera, se conseguía realizar propuestas de solución más adecuadas a los problemas y a las expectativas y necesidades de los usuarios de los sistema de riego. La experiencia se enmarcó en las perspectivas de Comunicación para el Desarrollo y Comunicación Participativa, la primera de ellas apoyada por FAO para sus proyectos de desarrollo; y la segunda, como parte integrante de un complejo teórico conformado por la Comunicación Popular y la Educación Popular; desde la cual la participación popular es requisito para generar un proceso endógeno de desarrollo.

Dentro de este marco, se tomaron dos ejes conceptuales de trabajo: el primero de ellos el de “empoderamiento”, proceso por el cual las personas o grupos sociales van construyendo poder para intervenir activamente en su realidad; buscando desde sus propias capacidades y habilidades, solucionar los problemas que los afectan. Y el segundo el de “sostenibilidad”; entendiendo que la única manera de generar soluciones duraderas en el tiempo, es involucrar activamente a las personas en el proceso de análisis, elaboración y puesta en práctica de las soluciones. A partir de allí las acciones de comunicación fueron encaradas desde dichas perspectivas.

Esta actividad se realizó en etapas y tuvo como objetivo definir y ejecutar un Plan de Comunicación, a través del cual se buscó generar el necesario proceso de diálogo entre técnicos y regantes; para enriquecer y validar las propuestas técnicas elaboradas (nueva infraestructura de riego, asistencia técnica agrícola, desarrollo institucional y defensa aluvional); y llegar a la etapa de Proyecto Ejecutivo con una propuesta técnica lo más adecuada a las características físicas del sistema de riego y a los intereses y necesidades de los y las regantes.

A continuación detallamos de manera sintética el trabajo realizado en cada una de estas etapas, los resultados obtenidos en ellas y también algunas recomendaciones y lecciones aprendidas, en el capítulo de conclusiones; que se pueden extraer del trabajo comunicacional realizado en el Proyecto Reducción-Los Andes.

Primera etapa: el Diagnóstico Comunicacional Participativo

Para comenzar se realizó un Diagnóstico Comunicacional Participativo (DCP), con el objeto de conocer las características socioculturales de la población, y específicamente, aspectos comunicación de los regantes de Reducción- Los Andes. Como se verá luego, esta primera investigación sirvió para definir un Plan Comunicacional más adecuado a las características de dichos usuarios del sistema.

Los objetivos principales que se plantearon fueron: (i) identificar los medios de comunicación más utilizados por los regantes; (ii) realizar un mapa con la infraestructura socioeconómica más relevante de la zona (almacenes, estaciones de servicio, bodegas, industrias, clubes, escuelas, Centros de Salud, etc.); (iii) definir la red de comunicación directa (relaciones sociales) existente entre los miembros de la comunidad y los regantes en particular; (iv) realizar un análisis de conocimientos, actitudes y costumbres (CAC)^[2] de los mismos, para identificar sus necesidades e intereses e integrarlas a los estudios técnicos desarrollados; y (v) formar grupos de beneficiarios que participen como comunicadores directos del proyecto en campo.

Actividades

Fueron varias las actividades que se realizaron para lograr los objetivos planteados, entre ellas: búsqueda, selección y análisis de información; recorridos por la zona del proyecto; entrevistas a regantes, personal de instituciones involucradas y periodistas locales. A continuación se describen algunas de ellas.

Mapeo:

Para comenzar, se confeccionó un mapa de la zona con personal de las organizaciones de usuarios y del DGI. Allí se identificaron: sectores o distritos del lugar; establecimientos más importantes, como escuelas, centros de salud, almacenes, estaciones de servicios, bodegas, clubes deportivos; problemas del riego por sector y regantes que se pudieran entrevistar. Este trabajo permitió identificar problemáticas particulares y focalizar lugares u establecimientos donde se podían realizar reuniones, colocar afiches y distribuir folletos informativos. Además, se consiguió un primer listado de regantes, que por su importancia dentro de la comunidad (social, histórica, económica o cultural), fuera útil contactar.

Salida a campo:

El trabajo anterior fue completado con salidas a campo, reconociendo por cada distrito los puntos obtenidos en el mapeo anterior y realizando entrevistas ocasionales con algunos productores y productoras encontrados en el recorrido. Este trabajo sirvió para conocer con mayor profundidad la realidad del lugar y las opiniones de las personas que vivían allí, especialmente las referidas al riego a la actividad agrícola.

Entrevistas:

Para completar el trabajo de Diagnóstico, se realizaron entrevistas tanto a regantes (en especial a aquellos que se habían identificado en el mapeo) como a otras personas integrantes del tejido social, económico y cultural de la zona. En ese sentido, también se entrevistaron a educadores, políticos, técnicos de otras instituciones del agro, representantes de asociaciones de productores y periodistas locales. El objetivo de esta investigación fue conocer las percepciones que estos grupos tenían sobre la problemática del riego y la situación social y económica de la zona. Además, a través de este trabajo también se pudieron conocer distintas redes de relaciones (comunicación directa); que existían en la

comunidad y realizar el análisis de CAC definiendo las prácticas, conocimientos y habilidades previas de dichos actores, que influirían en los cambios propuestos desde el Proyecto.

Análisis de medios masivos de comunicación:

En este sentido es que se entrevistaron a periodistas locales, fundamentalmente de las emisoras radiales. En esta investigación se pudieron identificar algunos de los programas radiales más escuchados por la población, sus horarios y estilos; y además el alcance radial de las mismas. Estas entrevistas también permitieron conocer el papel que jugaban estos actores dentro de la comunidad, y en particular entre los regantes. Se pudo apreciar que algunos de ellos eran reconocidos en la comunidad y que a través de ellos se podían conocer más productores vinculados con esta iniciativa de desarrollo. A partir e allí se logró integrar a varios de dichos periodistas al trabajo de comunicación del Proyecto y facilitar la llegada de información a los productores y a la comunidad en general, a través de sus programas radiales y de su red de relaciones.

El Plan Comunicacional

La posibilidad de realizar un diagnóstico específico de comunicación, cuando recién se iniciaba la elaboración del Proyecto, permitió definir un Plan Comunicacional más adecuado a las características y expectativas de regantes y la comunidad local. A partir de allí se definió trabajar dos ejes comunicacionales:

1. Apoyarse en la red de comunicación directa:

A través del Diagnóstico se pudieron identificar distintas redes de comunicación directa a través de las cuales los diferentes actores integrantes de la comunidad se relacionaban, en especial los regantes. Existían en este sentido, relaciones fuertemente establecidas, algunas con mayor nivel de interrelación que otras, pero la mayoría de ellas se desenvolvían de

manera permanente y continua (una de ellas se daba especialmente en los momentos de cosecha de la producción). Se entendió que estas redes permitirían establecer una comunicación directa con los regantes y toda la comunidad; mejorando la llegada de la información e incentivando la participación de los distintos actores involucrados en el Proyecto.

Como estrategia de intervención se definió la formación de grupos de regantes para realizar un trabajo más particular y focalizado de comunicación y participación. De esta manera, se buscó realizar un intercambio de conocimientos e información más adecuado a las características de cada grupo, y contar con mecanismos más directos de evaluación y seguimiento del proceso. Esta estrategia tenía como fin generar el diálogo directo y fluido entre los y las regantes y los especialistas del Proyecto, para evaluar y corregir las propuestas técnicas a medida que se iban desarrollando.

Además, la formación de grupos permitiría coordinar con los mismos regantes las acciones comunicacionales planificadas, fundamentalmente las que se referían a reuniones y talleres con los mismos. A través de esta estrategia se buscó incorporarlos en el diseño, implementación y evaluación de todas las actividades; y estimular su involucramiento y participación.

2. Usar los medios masivos de comunicación locales y elaborar materiales comunicacionales de apoyo.

Se pudo identificar que la mayoría de los soportes comunicacionales (gráfico, sonoro y audiovisual) eran adecuados a sus características socioculturales. En cuanto a los medios masivos de comunicación, las radios locales eran las más escuchadas y utilizadas por la población. Por ello se propuso trabajar con estos medios de comunicación, a través de apariciones en programas informativos tipo entrevistas, boletines o microprogramas radiales que se emitieran en dichas radios.

Por otra parte, se decidió complementar esta intervención a través de la elaboración de materiales comunicacionales de apoyo (como afiches, folletos, cartillas y videos pedagógicos), para dar mayor sustentación a la comunicación participativa directa; brindando en ellos mayor información tanto a los beneficiarios directos del proyecto como al público en general. En este sentido se estableció que alguno de estos materiales, como por ejemplo los folletos y los afiches; podían entrar en una primera etapa para hacer conocer masivamente el Proyecto y lograr así una base de información mínima entre los regantes y en la comunidad.

En cuanto a materiales audiovisuales, se recomendó la realización de un video que sintetizara la propuesta elaborada por el Proyecto para la etapa de Factibilidad o en su defecto, en la última etapa de Proyecto Ejecutivo. Sí el proceso de comunicación directa era la intervención central de la propuesta comunicacional, el video serviría como apoyo a estas acciones a través de su aplicación en talleres y reuniones realizadas con regantes, utilizando una metodología participativa adecuada para ello.

Además, se estableció que la definición de los soportes comunicacionales, como también de los contenidos de los mismos, siempre partirían de un previo análisis de las necesidades de comunicación e información que fueran surgiendo en el proceso participativo; sumando a este proceso la necesaria validación de los mismos con los y las regantes para lograr mayor efectividad y conveniencia.

Aplicación del Plan

Como vemos, el Diagnóstico significó una etapa fundamental de investigación que sirvió para definir las líneas de acción desarrolladas en la Propuesta Comunicacional Participativa del Proyecto Reducción- Los Andes. Los resultados de este trabajo fueron entregados al Asesor Técnico Principal del Proyecto DGI/FAO para contar con su aceptación y darle la convalidación formal al plan. Luego, contando ya con dicha convalidación se pasó a implementar la segunda etapa del trabajo comunicacional, que era implementar las líneas

de acción antes citadas. Dichas acciones comenzaron a ejecutarse a partir de la etapa de Prefactibilidad técnica del Proyecto.

La primera tarea en la implementación de la Propuesta fue la organización del grupo de regantes que serían los encargados de preparar y realizar las reuniones informativas para sus pares. Como dijimos más arriba, este era un eje de la estrategia comunicacional participativa; ya que se buscaba generar involucramiento activo de los regantes de Reducción- Los Andes en el Proyecto, para que ellos sintieran como propia la modernización del sistema de riego. Estos grupos de regantes se organizaron a partir de los contactos establecidos en la etapa del diagnóstico, con ellos se comenzó a trabajar en la organización de las primeras reuniones de regantes. Para organizarlas, se siguió la pauta del mapeo realizado en la zona, preparándolas en los lugares que se habían identificado como más convenientes. Luego, los referentes identificados se encargaron de conseguir los lugares y convocar a los regantes.

A los encuentros asistieron 30 personas, mostrando que existía una situación compleja y crítica en cuanto a la participación de usuarios. Este bajo interés estaba relacionado con el hecho de que existía un estado de alejamiento y poca identificación de los mismos con su organización. En este contexto se comenzó a trabajar con mayor decisión en las acciones comunicacionales del Proyecto. Se comprendió que era necesario profundizar la estrategia diseñada, para que los regantes fueran involucrándose más en las instancias organizadas, y así en el Proyecto.

Es necesario aclarar algo en este punto, a nivel cualitativo el resultado obtenido fue importante por dos razones: la primera de ellas porque las actividades se habían realizado de manera conjunta con algunos referentes, mostrando la posibilidad cierta de trabajar desde la red de relaciones que existía en esta comunidad. Pero además, porque a pesar de haber sido pocos los beneficiarios que participaron, con ellos se pudo comenzar a validar y evaluar las primeras propuestas técnicas elaboradas en la etapa de Prefactibilidad del Proyecto, incorporando sus conocimientos y opiniones a dichos estudios.

Sin embargo, eran pocos los regantes a los que se había podido informar sobre el Proyecto, por lo tanto era necesario implementar el segundo eje de trabajo planteado a nivel comunicacional, es decir, la de realizar actividades masivas de comunicación que garantizaran la llegada de la información a los 640 usuarios de este sistema de riego y a la comunidad en general. Esta segunda línea se comenzó a desarrollar en la etapa de Factibilidad del Proyecto, complementando, como se había fijado, la estrategia de comunicación directa antes implementada.

Replanteo y continuación del trabajo comunicacional.

Luego de esta primera etapa de trabajo, se comenzó a trabajar en los pasos siguientes de la implementación de la Plan. Para ello, en primer lugar, se realizó una evaluación de lo realizado hasta el momento, con el fin de identificar los puntos débiles que debían ser corregidos y las líneas de intervención que habían resultado positivas.

La segunda fase se implementó durante la etapa de Factibilidad del Proyecto, impulsando y profundizando las acciones desarrolladas hasta el momento con los y las regantes. Por ello se buscó fortalecer dos procesos que a criterio de los especialistas de comunicación del Proyecto, eran centrales en la nueva etapa de trabajo. Uno de ellos era el proceso participativo logrado con el grupo de regantes con los que se había trabajado las primeras actividades de comunicación (reuniones, talleres, etc.), tratando de fortalecer su involucramiento en las nuevas acciones a desarrollar. Y el segundo proceso era iniciar acciones de comunicación masiva que permitieran ampliar la llegada de información a más productores y a toda la comunidad de Rivadavia.

Para ello, desde el equipo de comunicación del Proyecto se comenzó a trabajar en la elaboración y el diseño de materiales comunicacionales que servirían tanto de apoyo a las actividades de comunicación directa como a las masivas. En este sentido, se elaboraron tres materiales gráficos, un folleto y un afiche de divulgación masiva; y una cartilla para

regantes con información más detallada. En un segundo momento se comenzó a trabajar en la elaboración de un video, con el fin de unificar la información compartida con los distintos destinatarios y lograr un consenso con respecto al diagnóstico de la situación actual del sistema de riego de la zona y de las propuestas técnicas planteadas para solucionarlos. Este último material fue realizado por un especialista en Comunicación para el Desarrollo de FAO, con el apoyo del equipo local.

Paralelamente a estas actividades de elaboración de materiales comunicacionales, se realizaron acciones tendientes a mejorar y profundizar la participación del grupo de regantes con los que se habían organizado las reuniones informativas en la primera etapa de trabajo. Para ello se pensó en desarrollar dos tipos de estrategias puntuales: la primera fue sumar nuevos integrantes a este grupo de promoción y la segunda fue incorporarlos en las acciones de comunicación masiva. De esta forma se buscó ir haciéndolos partícipes directos de las actividades planificadas y mejorar así su involucramiento en el Proyecto.

Dentro de este marco, comenzó a desarrollarse la segunda etapa de trabajo, con el objetivo de mejorar la participación de los regantes conseguida hasta el momento y aumentar el número de beneficiarios informados. La primera acción realizada, fue nuevamente la organización de reuniones dirigidas a los y las regantes de Reducción-Los Andes. En tal sentido, se siguió trabajando según el mapeo de la zona del Proyecto, buscando organizar los encuentros en las dos áreas identificadas como más convenientes para realizar estas actividades (distritos La Libertad y El Mirador); e incorporando una tercer área, que comprendía el distrito de Los Campamentos, con el objeto de contar con la participación de la población de dicha zona.

Además, en esta etapa también se realizaron actividades con respecto a la elaboración de materiales y a la difusión masiva; involucrando activamente a personal de las organización de usuarios y a los regantes mismos, en el proceso de filmación del video explicativo, la validación de todos los materiales producidos (video, folleto, afiche y cartilla) y en la distribución y uso de estos materiales comunicacionales. Además, participaron en las

distintas entrevistas radiales que se realizaron en las FM del departamento, expresando sus comentarios e intereses. Producto de este trabajo, durante la etapa de Factibilidad del Proyecto se contó con la colaboración de varios de los periodistas locales, fundamentalmente de las emisoras FM. Gracias a su colaboración, se pudo participar gratuitamente de las salidas radiales antes señaladas, pero también se contó con su ayuda en otras acciones de comunicación; promoviendo el Proyecto dentro de la comunidad del departamento y ofreciendo información sobre aspectos comunicacionales que sería utilizada para diseñar un Sistema de Información y Comunicación, como parte de las propuestas de fortalecimiento institucional de las organizaciones de usuarios de esta zona de riego.

De esta manera, poco a poco se fue profundizando el proceso participativo desarrollado con los beneficiarios del Proyecto, y con otros actores vinculados directa o indirectamente con este (personal de las organizaciones de usuarios y el DGI, periodistas, políticos, empresarios, actores de la sociedad civil, etc.), quienes aportaron conocimientos, opiniones, sugerencias e intereses particulares, para realizar un proyecto adecuado a las características específicas de la región y a sus necesidades concretas. A través de los talleres, se pudo trabajar de manera directa y efectiva con los y las regantes, permitiendo evaluar las propuestas que se iban diseñando a medida que se avanzaba en la formulación del Proyecto, y sobre todo, ir generando un sentimiento de pertenencia de ellos y ellas hacia el Proyecto. Por otra parte, las acciones de comunicación masiva sirvieron como apoyo a esta línea de intervención, ampliando la llegada de información a más destinatarios y a la comunidad en general; pero también posibilitando profundizar el involucramiento de los y las regantes en el Proyecto, a través de la puesta en marcha de algunas de las actividades diseñadas.

Por último, es necesario aclarar que a nivel comunicacional desde el enfoque participativo se trabajó hasta la etapa de Factibilidad del Proyecto, encontrando hasta ese momento un camino rico de posibilidades y potencialidades ciertas y concretas de desarrollar estrategias integrales de involucramiento planificado de los beneficiarios en las distintas etapas de formulación del Proyecto. Los resultados obtenidos alientan a sistematizar y profundizar las

herramientas antes mencionadas, para permitir así desarrollar mucho más el trabajo que se había hecho con los y las regantes de Reducción- Los Andes y con otros actores involucrados. De esa manera se podrán corregir, mejorar y/o reencauzar las estrategias, metodologías y técnicas participativas puestas en práctica. Así mismo, se podrá corroborar en forma más específica la utilidad de instrumentar una Propuesta de Comunicación Participativa de manera continua en los Proyectos de Modernización de los Sistemas de Riego. Estos y otros aspectos se analizarán con mayor detalle en el apartado siguiente.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En el Proyecto Reducción- Los Andes desde el principio se definió un Plan de Comunicación en donde se establecieron claramente metas, objetivos, acciones y recursos necesarios, para implementar una estrategia continua de comunicación participativa. En ese momento se contaba con la experiencia de otro de los Proyectos de Inversión encarados desde DGI/FAO. Nos referimos al caso de Luján Sur, en donde no se pudo implementar de una propuesta comunicacional continua y sistemática. Varios factores colaboraron en esta situación, pero uno de los más importantes; según la opinión de quien escribe, fue la falta de definición de un Plan de Comunicación acorde a los requerimientos y necesidades puntuales de los usuarios. Muchas líneas de acción se plantearon y desarrollaron, pero ninguna de ellas se encuadró en un plan que les diera la suficiente integralidad y la continuidad necesaria para su aplicación adecuada y oportuna.

La experiencia de Reducción- Los Andes mostró la importancia de esta instancia, que podríamos resumir en las palabras dichas por Alberto Troilo, consultor de FAO en elaboración de paquetes pedagógicos multimediales, encargado de la realización del material pedagógico audiovisual utilizado en el mencionado Proyecto: “si no hay estrategia de comunicación (escrita, discutida y distribuida a todos los actores institucionales involucrados), apuntando a los componentes de desarrollo que implemente el Proyecto; no habrá decisión, no se usaran los recursos disponibles; y el componente tendrá la culpa”.

Por ello, en el caso de Reducción- Los Andes era necesario comenzar de otro modo, y una forma de hacerlo era realizando un Diagnóstico Comunicacional que permitiera conocer con mayor detalle las características y condiciones socioculturales de los distintos actores involucrados, identificando sus modos y prácticas comunicacionales más habituales, sus redes de comunicación directa más utilizadas y los medios de masivos de comunicación con mayor llegada a dicha población. Estas acciones se comenzaron a realizar desde el principio del Proyecto, pudiendo acompañar e integrar las actividades que realizaban las otras áreas de estudio también cuando ellas se iniciaban.

Esto posibilitó coordinar el trabajo para que la investigación sirviera tanto para el componente de comunicación como para las otras áreas, aprovechando la información que se iba obteniendo de manera integral. Por ejemplo, muchas de las tareas se desarrollaron en conjunto con el componente de agronomía, tanto en el caso de las entrevistas que se hicieron a referentes productores de la zona, como al diseño e implementación de una encuesta que dotó de información a los dos componentes (realizándose a un número de 140 regantes con el objetivo de conocer sus características productivas y sus necesidades y percepciones con respecto a la problemática hídrica que los afectaba). En gran medida, mucho de lo que se obtuvo en esta primera actividad, fue producto de un trabajo interdisciplinario que permitió contar con una mayor riqueza de las perspectivas de análisis utilizadas.

Ahora bien, mucho de resultados obtenidos durante la implementación de la propuesta, se relaciona con la capacidad institucional de responder a las características particulares desde una perspectiva comunicacional que incentiva y dinamiza el involucramiento y la participación de los distintos actores, durante la formulación del Proyecto. Para ello se requería contar antes con un consenso general, respecto de que la participación de los usuarios era central en el desarrollo de una propuesta de modernización válida y apropiada. Sin ella, se correría el peligro de formular un proyecto poco útil técnicamente y alejado de los intereses de los destinatarios.

Las diferentes estrategias, metodologías y técnicas utilizadas desde el componente comunicacional buscaron concretar este principio, requiriendo siempre del apoyo de las autoridades y los especialistas del Proyecto, incentivando su implementación adecuada y su desarrollo armónico y sistemático. Para ello, se buscó aplicar cada uno de los ejes establecidos en el Plan, analizando continuamente la conveniencia de cada uno de ellos a medida que se producía el proceso participativo.

En la primera etapa de trabajo, se pudo observar que la estrategia de comunicación directa era adecuada para incentivar el involucramiento activo de los beneficiarios en el proceso de formulación del Proyecto. Sin embargo, el contexto de baja participación de los regantes en su organización demostró que esta estrategia debía ser apoyada por otras acciones, con el objetivo de fortalecerlas y ampliarlas. Fue así como, luego de realizadas las primeras reuniones donde participaron un número limitado de regantes (aproximadamente 30, de un total de 640 regantes), se vio la necesidad de sumar acciones de comunicación masiva, para llegar con la difusión del Proyecto a un mayor número de usuarios y a la comunidad en general. No obstante, a pesar de que esta línea de intervención ya había sido identificada y planeada desde el inicio del trabajo comunicacional, recién comenzó a aplicarse durante la segunda etapa de trabajo, cuando ya se habían identificado algunas necesidades generadas durante la primera etapa. Por ello, los distintos materiales comunicacionales producidos (folleto, cartilla, afiche, material pedagógico audiovisual), como también las entrevistas radiales en las que se participó; fueron realizadas tratando de reflejar las temáticas y los contenidos que mostraron los actores involucrados en este proceso.

Durante la segunda etapa, se aplicaron conjuntamente los dos ejes de la estrategia, profundizando y mejorando las acciones de comunicación directa que se habían realizado e implementando actividades de comunicación masiva destinadas a difundir los avances del Proyecto. Todas estas actividades se encararon desde una perspectiva integradora, ya que se buscó incentivar tanto la participación directa de los regantes como informar de forma masiva las distintas propuestas elaboradas por el Proyecto.

Debemos agregar aquí la importancia que tuvieron los materiales comunicacionales y las intervenciones en los medios masivos de comunicación locales, para apoyar el proceso participativo que se había generado con los interlocutores principales. En este sentido, podemos decir que se convirtieron en verdaderas herramientas de apoyo a las acciones de comunicación directa realizadas con los y las regantes, ya que a través de ellos se pudo ofrecer información tanto a los beneficiarios que asistieron a las reuniones como también a aquellos que no pudieron asistir. Además, también sirvieron para hacer conocer el Proyecto a toda la comunidad local y a las instituciones públicas y privadas vinculadas con esta iniciativa de desarrollo. Cabe desatacar el papel dinamizador que tuvo el material pedagógico audiovisual utilizado en las reuniones, ya que sirvió para hacer más entendible los estudios realizados, y mejor el intercambio de conocimientos y sugerencias entre técnicos y regantes

En esta línea también fueron de gran importancia las apariciones en las emisoras radiales locales, a través de las cuales se pudo difundir masivamente el trabajo que se iba realizando a medida que se avanzaba el estudio, a veces participando directamente en entrevistas realizadas en vivo en los programas matutinos más escuchados por la comunidad y otras veces a través de coberturas que hacían los periodistas de estos medios sobre los avances que se producían. Podemos decir además que estos trabajadores de la comunicación se convirtieron en verdaderos promotores del Proyecto, apoyando su realización y desarrollo a través de los espacios con los que contaban en estos medios masivos de comunicación.

En el caso de las reuniones realizadas durante las etapas del Prefactibilidad y Factibilidad del Proyecto, podemos concluir que fueron el eje central de la estrategia comunicacional participativa; ya que a través de ellas se trabajó distintos aspectos conceptuales y metodológicos que buscaban propiciar de manera sistemática el involucramiento de los beneficiarios del Proyecto en todas sus etapas de formulación. En primer lugar, se pudo trabajar eficientemente con el grupo de referentes identificado en la etapa de Diagnóstico, quienes se convirtieron en impulsores del Proyecto. En segundo lugar, porque ellas

significaron instancias de diálogo concreto, a través del cual se pudo realizar un trabajo conjunto de análisis y evaluación de las distintas alternativas técnicas presentadas.

De esta manera, ellos y ellas pudiendo integrarse activamente en el proceso incorporando sus conocimientos, dudas y sugerencias a los estudios realizados por los técnicos de las distintas áreas del Proyecto. Estas instancias posibilitaron trabajar distintas metodologías y técnicas grupales, que incentivaron la cooperación y la búsquedas de consensos; pudiendo probar su efectividad y conveniencia.

El proceso participativo vivido con los beneficiarios del Proyecto, permitió iniciar una dinámica de fortalecimiento institucional dentro de la organización de usuarios, cuestión que fue derivándose del trabajo que se realizó con el grupo de regantes referentes que apoyaron las acciones comunicacionales del Proyecto; quienes comenzaron a interesarse más sobre la gestión del recurso por parte de su organización. Se buscó así crear las condiciones necesarias que permitieran dar sustentabilidad a los cambios institucionales que generaría el Proyecto (nuevo sistema de distribución del agua de riego, operación de la nueva infraestructura de riego, etc.).

Ahora bien, podemos expresar que el proceso participativo mostró tener una gran potencialidad para enriquecer y mejorar el desarrollado del Proyecto, como también para fortalecer la relación de los usuarios con su propia organización. Sin embargo, fue un punto de partida que debió ser continuado. Para ello, era necesario realizar más reuniones, incorporar a más regantes y ampliar la convocatoria a otros actores de la comunidad.

Para concluir este trabajo, podemos decir que la experiencia de Reducción-Los Andes fue una muestra del papel que puede cumplir la comunicación en iniciativas de desarrollo, como en este caso en los proyectos de riego; para lograr involucramiento activo de las personas involucradas y lograr así mejores propuestas de solución a los problemas que los afectan.

- [1] Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, Gob. de la Nación Argentina.
- [2] Metodología utilizada por FAO para conocer las prácticas y conocimientos previos de los beneficiarios de proyectos y programas de desarrollo.