

La Investigación Enactiva Comunicacional (IEC) como alternativa metodológica para abordar la gobernanza, la gestión del conocimiento, la participación y el impacto en un proyecto de cambio climático.

Mariana Mascotti (1) Mariana Piola (2)

(1) INTA Rafaela. Argentina, Santa Fe, Rafaela. Ruta 34, km 227. +54 3492 672368

mascotti.mariana@inta.gob.ar

(2) INTA San Pedro. Argentina, Buenos Aires, San Pedro. Ruta 9, km 170. +54 3329 547239

piola.mariana@inta.gob.ar

Este trabajo presenta una experiencia de incorporación de la IEC en el entorno del proyecto “Vivir y producir en el Bosque Chaqueño” -componente Bosques, Biodiversidad y Ecosistemas (BBE) de Euroclima+-.

La IEC es una metaperspectiva teórico metodológica que introduce un registro multidimensional de lo comunicacional situado. Entiende a las estrategias de comunicación como dispositivos de cambio social conversacional, rebasando el estudio del impacto de los medios de comunicación y los sistemas de información.

La experiencia da cuenta de la implementación de algunas de las técnicas y herramientas metodológicas en el marco del proyecto, incluyendo el seguimiento y monitoreo de los procesos comunicacionales desplegados en el territorio a través del *Software IEC*.

A la vez, propone una conversación entre la propuesta de la IEC y algunas nociones clave en los programas financiados por organismos internacionales: **gobernanza, gestión del conocimiento, participación, impacto.**

Se trata de una propuesta de incorporación más efectiva y compleja de la comunicación a los proyectos de innovación y desarrollo.

Palabras clave: estrategia comunicacional, bosque chaqueño, metodología

La Investigación Enactiva Comunicacional (IEC) como alternativa metodológica para abordar la gobernanza, la gestión del conocimiento, la participación y el impacto en un proyecto de cambio climático.

Mariana Mascotti (1) Mariana Piola (2)

“Vivir y producir en el Bosque Chaqueño” es un proyecto internacional -Argentina, Paraguay, Brasil y Bolivia- financiado por el programa EUROCLIMA+ que busca mejorar la resiliencia socio-ecológica de las poblaciones locales a través del fortalecimiento de dispositivos de gestión de bosques y gobernanza territorial del Gran Chaco, y para eso promueve participativamente innovaciones a diferentes escalas.

En su estrategia, convergen diferentes aportes científicos y disciplinares y en el caso de la comunicación incorporó el aporte de la meta-perspectiva de la Teoría de la Comunicación Estratégica Enactiva (CEE) (Massoni 1990, 2003) y su correlato metodológico: la Investigación Enactiva en Comunicación (IEC) (Massoni 2003, 2013 y 2016).

El desarrollo del trabajo se realizó mediante la articulación con el PID radicado en la Universidad Nacional de Rosario “Visualización científica, Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) y trabajo interdisciplinario en entornos de Investigación Enactiva en Comunicación (IEC)”¹.

La IEC: una metaperspectiva que aborda la multidimensionalidad de lo comunicacional

La Investigación Enactiva Comunicacional (IEC) es un tipo de investigación que nos invita a transitar algunos desplazamientos nodales en las ideas dominantes de la planificación de la comunicación. Esas, que desde una sintonía prescriptiva, centrada en la transmisión y el control, se suelen colar aún con las mejores intenciones participativas y en las que solemos depositar cierta ilusión de *buen funcionamiento* aunque sobren experiencias cotidianas de su fracaso.

Uno de estos desplazamientos ocurre en la idea del conocimiento como enacción (Varela, 1990), que podría sintetizarse en que *el mundo que habitamos no es una representación mental de algo*

¹ El PID radicado como proyecto de investigación en el área de posgrado en la Facultad de Ciencia Política y RRII de la Universidad Nacional de Rosario, forma parte de la línea de Investigación de la Maestría en Comunicación Estratégica. Está integrado por Sandra Massoni (Directora), Mariana Piola, Mariana Mascotti, Javier Spagnolo, Luciana Margherit y Mateo Bussi.

exterior sino una emergencia situada, absolutamente dependiente de nuestro organismo en su relación con otros y con el entorno.

A partir de aquí, entendemos a los procesos comunicacionales como procesos cognitivos y entonces, la comunicación, más que de un *qué* se trata de un *cómo*. No es cuestión de informar y prescribir, ni basta con encontrar mejores canales y generar mensajes más adecuados, sino que se trata más bien de poder gatillar cambios sinérgicos con la intencionalidad del cambio buscado (el proyecto), a partir de lo que los actores traen y están siendo.

La comunicación enactiva es simbiótica porque está concentrada en el *encuentro* como categoría y experiencia vital clave del conocimiento y la transformación del mundo. Es una comunicación habitada, porque opera desde el reconocimiento de las lógicas de las Matrices Socioculturales (MS) implicadas, alimentando los vínculos deseables y posibles en el entorno situacional, a partir de comprender y valorar ese linaje y lo que las inquieta en la actualidad. Ese fluir acoge la posibilidad del cambio. Una Estrategia Comunicacional es, desde esta perspectiva, un dispositivo conversacional atento a los cambios que se van desplegando en el territorio y no un plan prearmado de acciones para que el otro cambie.

Así, la IEC se suma a las tipologías tradicionales en ciencias sociales con vistas a un trabajo necesariamente transdisciplinar que busca la enacción comunicacional, entendida como un especial “proceso cognitivo de reconfiguración micro-macro social en dimensiones múltiples “ (Massoni 2016). Para esto, propone una metodología específicamente comunicacional que consta de algunos pasos/etapas que avanzan en la planificación participativa:

1. Definición de la Versión Técnica Comunicacional (VTC)
 2. Análisis y prescripción mediante Marcas de racionalidad comunicacional (MRC)
 3. Mapeo de actores: reconocimiento y jerarquización de los actores vinculados a cada componente del problema comunicacional
 4. Caracterización de Matrices socioculturales (MS) en torno al problema
 5. Diseño del Árbol de soluciones (AS)
 6. Realización de la investigación de campo
 7. Diseño del Plan Operativo Inicial de la Estrategia Comunicacional
- (Massoni, 2013, 2020)

El modelo IEC considera dos momentos clave como algoritmos fluidos de la diversidad: el encuentro interdisciplinario de saberes en la concertación de la problemática a transformar, y el

encuentro de saberes del territorio, en tanto alteridades de los actores reconocibles en las MS con las que es necesario conversar para operar esa transformación.

Este trabajo busca explicitar la contribución de la Estrategia Comunicacional del Proyecto desde la metodología IEC, a ciertos componentes clave de Euroclima+. Propone un diálogo entre la IEC y las nociones de *gobernanza, gestión del conocimiento, participación e impacto* como puente para transitar los desplazamientos propuestos desde formas de investigación participativa menos escindidas. Se trata de una búsqueda de incorporación más efectiva y compleja de la comunicación a los proyectos de innovación y desarrollo. En los siguientes cuatro apartados intentaremos proponer y explicar estas conexiones.

1. La Versión Técnica Comunicacional (VTC) como acuerdo interdisciplinario e interregional. El mapa de lo que queremos transformar.

La VTC configura el territorio de la transformación buscada- lo que se denomina como *propósito* desde los organismos financiadores y consultores del proyecto-. Especifica lo que queremos cambiar a partir de lo que hay, desde una mirada compleja (multidimensional), y es la base para medir los cambios que se van produciendo..

Se denomina Versión Técnica *Comunicacional* porque no se trata de un constructo de verdad, sino que se reconoce desde el inicio como una *versión* de la problemática “para salir a conversar”, construida desde los equipos técnicos del proyecto reconociendo que en el territorio habitan otras, a las que se considera igualmente valiosas y con las que necesariamente deberá “negociar”. Aquí radica un primer desplazamiento. La IEC no busca comprobar ni confirmar nada, sólo comprender el fenómeno comunicacional que se aborda desde su situacionalidad para operar transformaciones en la dirección buscada contando con las trayectorias que configuran el presente en su historicidad.

La misma VTC del proyecto *Vivir y producir en el bosque chaqueño* se construyó en el marco del equipo interdisciplinario gestor del proyecto, con participantes de todos sus componentes y regiones. Aquí se presenta su versión sintética, que aporta a su operacionalización y visualización rápida (Tabla 1).

La *frase núcleo* de la VTC indica la dirección de la transformación buscada, demarcando el territorio de intervención de la Estrategia Comunicacional. A partir de ella, se despliega la

herramienta en sus diferentes dimensiones (componentes y aspectos del problema) y niveles (causas básicas, próximas, síntomas, consecuencias).

Tabla 1. VTC sintética del Proyecto “Vivir y producir en el bosque chaqueño”

VTC – Versión Técnica Comunicacional del Proyecto IEC “Vivir y producir en el bosque chaqueño” VTC SINTÉTICA		HERRAMIENTA Nº 01 Fecha 15/10//2019
Síntomas	<ul style="list-style-type: none"> ● NBI del sector campesino y pueblos originarios ● Poca información productiva ● Grandes superficies con cultivos extensivos ● Manejo ganadero basado en pasturas implantadas a campo abierto ● Campos degradados y abandonados ● Poca superficie de bosque nativo con MBGI ● Escasos ingresos económicos de los productores ● Migración ● Cambio de hábitos alimentarios ● Nuevas enfermedades ● Inundaciones ● Pérdida de idiomas originarios ● Ausencia de herramientas de visualización de la organización territorial político administrativa 	
Consecuencias	<ul style="list-style-type: none"> ● Disputas por el territorio entre diferentes actores productivos ● Desertificación ● Pobreza ● Baja implementación de propuestas alternativas ● Pocos trabajos sistematizados de manejo de bosque con mirada compleja ● Pérdida de lógicas comunitarias y tradiciones locales ● Desconocimiento de leyes nacionales a nivel local y provincial ● Permanencia del modelo cortoplacista 	
Frase núcleo de la VTC	Las alternativas existentes a los modelos productivistas/cortoplacistas no están siendo lo suficientemente eficaces/buenas	
Componentes del problema	<p>Aspectos técnico productivo ambiental</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Distintas capacidades de inversión de los productores ● Poco conocimiento de alternativas de manejo ● Propuesta técnica inapropiada para el Gran Chaco <p>Aspectos socioculturales</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Abandono de prácticas tradicionales eficientes ● Dificultad de diálogo técnico-productivo y sociocultural ● Estrategias de reproducción socioeconómica con otras lógicas <p>Aspectos económico y de mercados</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Discurso difícil de las propuestas alternativas ● Relación desfavorable tiempo/ingresos ● Percepción simplificadora del problema-solución <p>Aspectos político-institucional legislativo</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Abandono de prácticas tradicionales eficientes ● Distancia ley-implementación ● Inadecuación de normas de manejo a las formas de producción campesinas e indígenas ● Visión del Gran Chaco Americano no consolidada 	

<p>Causas próximas</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Escasas políticas que promuevan la inversión en el bosque nativo ● Pocos recursos destinados a investigación y validación de propuestas técnicas alternativas ● Poca valorización de los SE del bosque ● Lenguaje difícil de las propuestas alternativas ● El cortoplacismo extractivista es una propuesta de las propias instituciones ● Las propuestas técnicas no incorporan planes de negocio ● Las currículas reproducen el modelo extractivista ● Falta de enfoque intercultural al generar las propuestas alternativas ● Tibia implementación de la legislación ● Complejidad jurídica de los países de la región ● Incongruencia entre delimitación ecológica y políticas institucionales ● Diferentes relevancias de la cuestión en agendas nacionales y subnacionales ● Los actores no participan en la definición de las normas
<p>Causas básicas</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Modelo económico agropecuario de maximización de ganancias que oculta eficazmente sus consecuencias socioambientales ● Modelo educativo que reproduce el modelo hegemónico ● Débil presencia estatal en el territorio ● Políticas coyunturales discontinuas ● Asimetrías de poder ● Contexto de lucha permanente por el reconocimiento de derechos

Elaboración propia en base a: Massoni, 2013.

2. Las Matrices Socioculturales (MS). De los temas y los públicos a la Gobernanza del territorio.

A diferencia de la práctica habitual de definir actores (instituciones, grupos, personas) previos al recorte del problema, en la IEC los mismos se especifican a partir del despliegue de la VTC para cada componente y nivel del problema. En lugar de plantearse como *generales* y *universales* se sitúan y caracterizan a partir de este vínculo, que se entiende como “ámbito de conversación”, no como verdad quieta y definida sobre la que transmitir soluciones-recetas.

Estos actores se agrupan en las MS que identifican y caracterizan lógicas de funcionamiento en relación al mismo. Así, la conversación sociocultural propuesta por la Estrategia Comunicacional se entabla en unos términos que, aún cuando una acción de comunicación particular esté organizada para un actor específico, recupera las formas de ser y de pensar de un colectivo al que pertenece y lo trasciende, identificado como un autodispositivo colectivo en torno a la problemática del proyecto. Las MS son, como todas las categorías de la IEC, una operación desde la autoorganización y situacionalidad de lo vivo.

Consideramos a las MS como un aporte a la *Gobernanza* ya que recuperan, a manera de *guiones narrativos*, los saberes, los modos de comunicación/conocimiento, los intereses-necesidades, y también los sueños-expectativas-aspiraciones existentes en el territorio. Los actores en la IEC no se

entienden como públicos, ni como destinatarios o beneficiarios sino como alteridades en red con otros, conformando una trama fluida, en movimiento, que genera nuevas prácticas y sentidos convergentes, contrapuestos, indiferentes entre sí, que configuran la situación presente.

Así, la *Gobernanza* es un *proceso vincular*, una topología de relaciones de fuerza relativas y móviles que la IEC operacionaliza a través de la VTC y las MS. A partir de allí, no sólo es posible identificar la parte del problema por la que “conviene” *iniciar la conversación* con cada una de las MS (porque conecta con sus intereses/necesidades), sino que *proceso comunicacional* deberemos activar en cada una de ellas, a partir del reconocimiento de las Marcas de Racionalidad Comunicacional (MRC) detectadas.

En la Tabla 2 se incluyen caracterizaciones de algunas de las MS identificadas realizadas por el equipo del proyecto “Vivir y producir en el bosque chaqueño”.

Tabla 2. Matrices Socioculturales identificadas y caracterizadas en el Proyecto “Vivir y producir en el bosque chaqueño”

MS – Matrices Socioculturales del Proyecto IEC “Vivir y producir en el bosque chaqueño” RECONOCIMIENTO DE MS	HERRAMIENTA Nº 01 Fecha 11/2019
<p>Los que viven en el bosque Tienen la expectativa de vivir bien y asegurar su reproducción social por sobre la subsistencia. Esperan que las propuestas alternativas, sean efectivas para poder permanecer en el territorio y en este sentido, quieren participar activamente en su construcción y ejecución. Les interesa optimizar y asegurar sus propios sistemas de vida. Poseen destacados saberes sobre su propio entorno: conocimientos ecológicos tradicionales (agricultura, ganadería, pesca, tejido, uso de hierbas, creencias religiosas, hábitat), claves en la construcción de las propuestas alternativas. Sus modos de comunicación son las relaciones interpersonales, las redes sociales, la radio y entre sus espacios, predominan los organizativos comunitarios. Sus emociones dominantes son la fortaleza y el entusiasmo.</p>	
<p>Los que viven del bosque Quieren mejorar sus ingresos maximizando ganancias y algunos también mejorar su calidad de vida. Sus intereses son predominantemente económicos y de influenciar políticamente. Conocen la lógica del mercado y el juego de la oferta y la demanda. Su modo de comunicación predominante son las relaciones interpersonales con los intermediarios, proveedores y en el caso de los ambientalistas (“venidos”) las redes sociales. En los empresarios tradicionales la emoción dominante es el “progreso económico” y en el sector ambientalista el “romanticismo”.</p>	
<p>Los que militan Desean incidir en el diseño de propuestas alternativas al modelo hegemónico de producción, están interesados en participar de su desarrollo. Saben de organización, marcos legales, economía social y agroecología. Sus modos de comunicación preferidos son los debates colectivos en asambleas, las manifestaciones. Utilizan los medios de comunicación (especialmente radios) y las redes sociales. Sus emociones predominantes son el optimismo, el compromiso y la fortaleza.</p>	
<p>Los que investigan y que trabajan en desarrollo Tienen expectativas de aportar al desarrollo sostenible, generar conocimiento situado, mejorar la formación de los profesionales. En este marco, les interesa la conservación del ambiente, la adopción y apropiación de tecnologías, gestionar proyectos para otorgar sostenibilidad a las organizaciones. Quieren posicionarse en el sector académico y en el de la producción. Tienen saberes técnicos, académicos y políticos institucionales. Sus modos de comunicación dominantes en lo académico institucional son la experimentación, las publicaciones científicas y los espacios de</p>	

articulación y formación. Como espacios alternativos participan de peñas e intervenciones artísticas. Sienten orgullo y pasión por el conocimiento que pueden aportar a la problemática.

Los que asesoran

Tienen expectativas de multiplicar la demanda y mejorar sus ingresos económicos. Les interesa poner en práctica sus conocimientos para la sostenibilidad del bosque nativo y la actualización profesional para tener disponible “la novedad”, ya que de eso depende su estabilidad laboral. Poseen saberes técnicos, académicos y comerciales. Sus modos de comunicación más usados son el boca a boca, la publicidad, y las redes sociales, y como espacios, los colegios de profesionales y ministerios. Sus emociones predominantes son el orgullo y la pasión por la tarea que desarrollan.

Los que financian el desarrollo

Tienen expectativa en el impacto que puedan generar los proyectos que financian y en la posibilidad de capitalizarlos políticamente. Les interesa ser vistos como eficaces, “protectores de los recursos naturales”. Para eso, se “pintan de verde” buscando contrarrestar la imagen negativa que provocan políticas y prácticas que deterioran el medio ambiente. Saben administrar fondos, gestionar políticas públicas y seguir y evaluar planes de manejo. Como burócratas, tienen acceso privilegiado a los medios de comunicación masiva pero están distantes de los territorios, vienen “de visita”. Su modo de conversación es la auditoría. Los proyectos productivos de escalas mayores son mirados con recelo, sin embargo, la producción a pequeña escala es una “canción que les gusta escuchar”.

Los que gobiernan

Quieren controlar las cadenas productivas y mercados de insumos y productos, alcanzar el mayor grado de influencia en la toma de decisiones políticas y económicas de un territorio o región y desresponsabilizarse (cintura) y poder “culpar a otros” de los errores para sostenerse en el sistema y darle continuidad a su proyecto político. Les interesa permanecer en la memoria de su comunidad. Saben persuadir, tienen capacidad de convencer, de justificar, de gestionar, negociar y, de capitalizar vínculos sociales y personales. Sus espacios de comunicación incluyen actos públicos, festividades, oficinas ministeriales.

Se manejan con intermediarios como punteros o referentes de la línea partidaria: reuniones pequeñas o visitas personales; segundas y terceras líneas de técnicos. Usan los medios de comunicación principalmente locales. Sus emociones más características son la ambición, la autosuficiencia, la pasión, la vocación y el coraje.

Elaboración propia en base a: Massoni, 2013

La comunicación y sus (también) múltiples dimensiones

No sólo los problemas deben reconocerse y habitarse en su multidimensionalidad para tener más posibilidades de propiciar el cambio buscado. Cuando hablamos de comunicación solemos abordarla desde lo comunicativo: productos y espacios en sí mismos, perdiéndonos los procesos, modalidades del vínculo intersubjetivo que constituyen su fluidez. Promover la enacción de nuevas acciones y sentidos compartidos requiere comprender que al otro *no se lo informa, no se lo hace participar, no se le entrega un paquete, sino que se lo invita a una conversación en función del estado actual de su vínculo con la situación.* La comunicación estratégica aborda el *Encuentro sociocultural* deseable y posible a partir de la identificación del proceso comunicacional/cognitivo en el que cada uno de ellos se encuentra.

¿Es necesario sensibilizar antes de informar porque existen mitos y estereotipos asentados que obturan la posibilidad de que la información sea escuchada? ¿Falta información y hay que buscar formas de circularla, o elegir los modos más adecuados para ponerla en común? ¿La información

existe pero no está suficientemente apropiada y debemos propiciar espacios de interacción que faciliten este proceso? Algunas de estas preguntas son claves para diseñar acciones que desplieguen la multidimensionalidad de la comunicación, ingresando a la espesura y potencia de lo comunicacional simbiótico, con más chances de incidir en la transformación buscada. En la Tabla 3 se muestra una síntesis de las dimensiones, los procesos comunicacionales correspondientes y los procesos cognitivos a los que aporta

Tabla 3. Dimensiones y procesos comunicacionales desde la Comunicación Estratégica

Dimensión comunicacional	Proceso comunicacional	Proceso al que aporta
IDEOLÓGICA	Sensibilización	A la motivación, al <i>darse cuenta</i> , a mover los sentimientos profundos de las creencias
INFORMATIVA	Información	A la transferencia, porque es elaborado en el registro de cómo opera el dato
INTERACCIONAL	Participación	A la interacción con otros, a la apropiación, al empoderamiento.
COMUNICACIONAL	Encuentro sociocultural	A las acciones y sentidos compartidos con otros, a poner en marcha transformaciones en torno a problemas situados. Incluye a los otros procesos.

Elaborado sobre Massoni, S. (2013)

Desde la IEC, la comunicación se entiende en un registro que sobrepasa la difusión de información para integrarse como saber transdisciplinar cuyo principal aporte es al encuentro sociocultural capaz de propiciar un cambio social conversacional situado.

La hegemonía del mensaje se relativiza, entonces, porque el sentido siempre se *completa* en el otro. Nunca está dado de antemano. Al considerar al otro como otro, ni público ni destinatario, *la comunicación es una negociación* de significados que se juega en la arena de los modos de comunicación y se tratará del reconocimiento y operación de los más pertinentes para cada MS en relación a su vinculación actual con la situación.

Si el conocimiento es siempre situado, la IEC permite promover sinergias específicas. En este sentido, es un aporte a la *Gestión del Conocimiento* que trasciende a las “personas” reconociendo y aprovechando el conocimiento circulante en el territorio en un registro colectivo, sociocultural.²

3. El Árbol de Soluciones (AS). De las acciones dispersas a mover sinérgicamente lo que tenemos que mover

El AS es una propuesta estratégica que aporta a la *Gobernanza* de un territorio específico, articulando aspectos de la problemática (dimensiones) con MS y procesos comunicacionales/de conocimiento, en cada acción planificada. La *brecha* se resignifica en la IEC como *obstáculo a la transformación buscada* que constituye la frase núcleo del problema, en este caso “Las alternativas existentes a los modelos productivistas/cortoplacistas no están siendo lo suficientemente eficaces/buenas” (Tabla 1)

Así, más que como *distancia que falta para alcanzar el modelo*, hay una identificación del aporte que el proyecto puede realizar a la situación que se busca sintonizar con el conocimiento actual circulante en el territorio para aportar a su reconfiguración. Un árbol que nos deja ver el bosque.

La *Gestión del conocimiento* hace referencia, desde Euroclima+, a la solución de necesidades a partir de problemas reales para cumplir con una demanda social. En la IEC, los problemas se acoplan *entre escalas* desde la frase núcleo como *paraguas*, desplegando el dispositivo que constituye la Estrategia Comunicacional.

Estrategia Comunicacional.

La *visión* en este caso, no es un *deseo escindido* sino el registro de las movilizaciones que se reconocen posibles y probables a partir de la caracterización de las MS en vinculación con el problema, la identificación del proceso comunicacional actual en el que se encuentra cada MS en relación al mismo y la planificación de la modalidad del vínculo más potente para conversar con ellas en cada dimensión y escala de la situación (EC)

² **Posibilidades en Investigación de campo.** El *Test de la Fotoproblema* es un instrumento metodológico de la IEC que aporta más específicamente al “diagnóstico inicial” propuesto por los consultores. Se trata de un modo de preguntar que prescinde inicialmente de la descripción lingüística (siempre realizada desde los saberes técnicos científicos que a veces impiden escuchar otras lógicas sobre todo cuando son radicalmente diferentes) apostando a captar el reconocimiento del problema y las conceptualizaciones clave a partir de fotografías de los síntomas de la problemática a una muestra en “clusters” de las MS. Un modo también situado e inclusivo de captar la diversidad sociocultural y hacer Gestión del conocimiento.

La construcción de la VTC, las MS y el AS representan un producto de Gestión del conocimiento también de los equipos del proyecto, ya que recuperan sus saberes y experiencias en un constructo operativo para la reflexión y acción comunicacional en el territorio de investigación.

4. El Software IEC. Una plataforma de que mide lo que hacemos mientras lo vamos haciendo.

El conocimiento es un estado del mundo, un proceso dinámico, fluido y emergente. La IEC es simbiótica porque no separa los actores del territorio en el que se juegan las transformaciones. Tampoco los entiende como previos a la acción del Proyecto sino que los reconoce como *matrices* (que *dan forma y crean, hacen nacer*) a partir de la configuración del territorio.

Y entonces, la *medición comunicacional* es también situada, anclada en el territorio específico que se busca aportar a transformar. *Está viva, como viva está la comunicación*. En lugar de trabajar con temas a comunicar, verdades a transmitir, se enfoca en *reconfigurar un territorio como escenario conversacional del cambio*.

Se trata de un *sistema cooperativo con enfoque de sistemas complejos* que enmarca el problema (situación), lo abre multidimensionalmente (*pensamiento bosque*), opera los vínculos en ese territorio particular en el marco de una Estrategia Comunicación como dispositivo de cambio social conversacional.

La IEC aporta a los acoplamientos dinámicos entre realidad y sujetos alimentando el *bucle del conocimiento* (emergencia/enacción de nuevas acciones y sentidos compartidos). Esta forma de trabajo apuesta a una inclusión más efectiva porque promueve una articulación a escala superior desde las prácticas de cada una de las MS identificadas.

El *Software IEC* (Figura 1) cumple con el objetivo de tener disponible en tiempo real y en múltiples nodos a la vez las acciones realizadas en el proyecto. En este sentido, es también un inventario de espacios y productos comunicacionales posible de ser consultado permanentemente. Pero su principal oferta es la de constituirse en un *sistema abierto y emergente de información* que da cuenta de la reconfiguración que se va produciendo en el territorio de la investigación.. Es un software que sistematiza y clasifica el conocimiento circulante en términos de mapa orientador del encuentro sociocultural de *Vivir y producir en el bosque chaqueño*.



Figura 1. Captura de pantalla inicial del Software IEC

El *Software IEC* es un aporte a la *Gestión del Conocimiento* en tanto medición viva y emergente. Asume que los efectos lineales no existen y ofrece una medición multidimensional que aporta datos vinculados como una posibilidad de reflexión al interior de los equipos interdisciplinarios capaz de *reorientar la intervención de un modo más eficiente*.

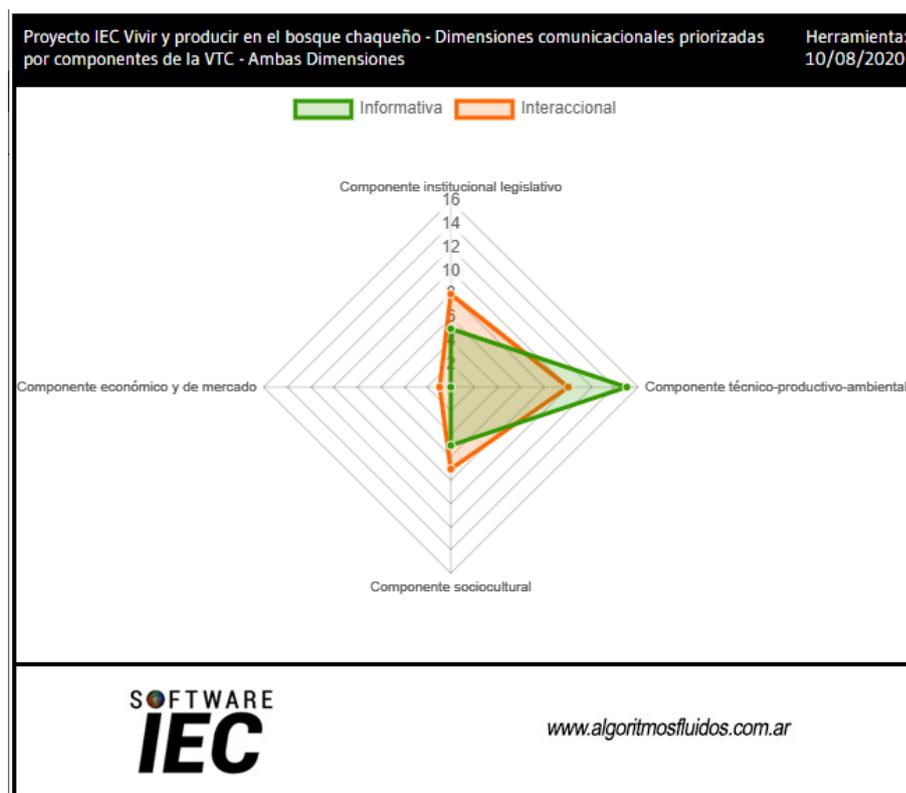


Figura 2. Informe autogenerado del Proyecto IEC Vivir y producir en el bosque chaqueño, con Dimensiones informativa e interaccional priorizadas por componentes de la VTC

La IEC resignifica el impacto -parado en una idea efectista, lineal y bélica de la comunicación- para permitir la visualización de *cómo se está moviendo* la problemática y cuál está siendo nuestro aporte a la conversación sociocultural en ese entorno. El sistema autogenera dispositivos visuales que nos permiten *seguir, monitorear y alimentar* la Estrategia Comunicacional de *Vivir y Producir en el Bosque Chaqueño*.

Conclusiones

A lo largo de este trabajo fuimos generando las correspondencias entre la propuesta IEC y algunas conceptualizaciones clave de Euroclima+ a partir de la experiencia en el proyecto “Vivir y producir en el bosque chaqueño”. La Tabla 4 recupera y establece un paralelo entre algunas de estas categorías y sus implicancias.

Tabla 4. Aporte metodológico de la IEC en relación a la propuesta conceptual Euroclima+ para las nociones de gobernanza, gestión del conocimiento, participación e impacto.

	Propuesta conceptual Euroclima+	Aporte metodológico de la IEC
Gobernanza	Es un proceso de interacciones entre estructuras, procesos y tradiciones que determina cómo el poder y las responsabilidades son ejercidos, cómo se toman las decisiones y cómo tienen voz los ciudadanos y otros interesados. Supone la coordinación de roles de los diferentes gobiernos, agencias y organizaciones. Define quién decide, qué hacemos, cómo lo hacemos, cómo rinden cuentas.	La Versión Técnica Comunicacional (VTC) es un mapa situado que sirve para transitar la gobernanza. Despliega el escenario vivo de la transformación buscada en su complejidad (niveles y dimensiones). El mapeo comunicacional de actores (MCA) se construye en relación específica con cada dimensión y nivel del problema. Esos actores se reúnen y describen en términos de lógicas de funcionamiento, sin cosificarlos, como Matrices Socioculturales (MS) que permiten operar las decisiones como procesos distribuidos, identificando nodos de articulación posible en diferentes momentos. Facilita la coordinación a partir de la “parte” del problema que cada uno puede “escuchar”
Gestión del conocimiento	Es la combinación de diferentes procesos de identificación, creación, captura, intercambio y uso del conocimiento. Diferencia conocimiento explícito (documentos, etc) de tácito (portado por la persona).	El análisis y prescripción mediante Marcas de Racionalidad Comunicacional (MRC), identifica procesos de comunicación / conocimiento actuales y a promover en cada Matriz Sociocultural (MS) en relación a la problemática y en función de sus intereses-necesidades (el tipo de encuentro en la

	Identifica cinco pasos de operación: diagnóstico inicial, definición de objetivos de conocimiento, producción del conocimiento, difusión del conocimiento, medición del desempeño.	diversidad posible). Como el conocimiento es una emergencia situada (enacción) producto de la conversación sociocultural que está ocurriendo en el territorio (y no como paquete a difundir según destinatarios) constituyéndose en un aporte a la movilización de los procesos deseables y posibles en la situación.
Participación	Es la existencia de procesos y estructuras efectivos y accesibles para la toma de decisiones. La cantidad de participantes en función de la convocatoria es un valor fundamental de la medición.	Aporta al empoderamiento de los actores a partir de la consideración de los saberes presentes en el territorio. Se desplaza de la participación convocada a la participación enactuada (emergente) y a las tramas en las que se produce el encuentro, en tanto articulación de intereses-necesidades capaces de propiciar el cambio buscado.
Impacto	Es el lugar a alcanzar, el efecto generado en función de lo prescrito mensurable: positivo, negativo, nulo. Suele ser visto como una línea de causalidad más o menos compleja, en la que el resultado se atribuye a la recepción “adecuada” o no de una acción en el marco de un proyecto, programa o política, en relación con lo previsto.	La transformación se piensa en términos de cambio social conversacional. El seguimiento y monitoreo de los procesos de comunicación que se están desplegando en el territorio se recuperan en íntima vinculación con los objetivos de transformación propuestos y como dispositivo de reflexión, ajuste y rediseño de la intervención. El <i>Software IEC</i> es una herramienta de análisis de la evolución de la estrategia comunicacional como dispositivo de ese cambio conversacional a diferentes escalas.

El componente Comunicación en los proyectos suele aparecer escindido de los demás procesos, al igual que su medición. La IEC se propone como una metaperspectiva teórico metodológica capaz de realizar una inscripción más conectada y potente de la Comunicación en los proyectos de desarrollo. En este trabajo nos ocupamos de especificar esta modalidad innovadora en términos de su vinculación con algunas categorías clave de los mismos: gobernanza, gestión del conocimiento, participación e impacto.

En la Tabla 4 sistematizamos sus diferencias y aportes en cada una de estas categorías. La intención es avanzar hacia modalidades más integrales, transdisciplinarias, complejas, de acompañar las transformaciones socioculturales de nuestros territorios.

Agradecimientos:

Gastón Godoy Garraza, Walter Mioni, Lucio Auhad, y al equipo con el que se armó la Estrategia comunicacional y que fueron cargando en el Software IEC

Bibliografía:

Sandra Massoni; Mateo Bussi. Guía IEC: Investigación Enactiva en Comunicación: la ciencia de la articulación / - 1a ed. - Rosario: Sandra Massoni, 2020. ISBN 978-987-86-5007-4

Massoni, S. 2016. Avatares del comunicador complejo y fluido. Del perfil del comunicador social y otros devenires. (216 páginas) Ediciones Ciespal. Quito, Ecuador, abril 2016. ISBN 978-9978-55-141-7

Massoni, S. 2013. Metodologías de la comunicación estratégica. Homo Sapiens Ediciones. Rosario.

Massoni, S. 2003. Estrategias de comunicación: un modelo de abordaje de la dimensión comunicacional para el desarrollo sostenible entendido como cambio social conversacional. Resumen de Tesis doctoral en Revista científica Temas y Debates Universidad Nacional de Rosario, Rosario, Argentina.

Massoni, S. 1990. "La comunicación como herramienta estratégica". Editado por Secretaría. de Estado de Agricultura, Ganadería y Pesca, INTA, Pergamino, Argentina, 1ª edición .

Varela, F. 1990. Conocer. Las ciencias cognitivas: tendencias y perspectivas. Cartografía de las ideas actuales. Barcelona, Gedisa.