



Comunicación y Gestión del Conocimiento del Sector Agropecuario en América Latina y el Caribe

Memorias de la II Reunión de la Red Regional de
Comunicación Agropecuaria

8 de Junio de 2018 - Washington D. C.





Copyright © 2018 Banco Interamericano de Desarrollo. Todos los derechos reservados; este documento puede reproducirse libremente para fines no comerciales.

FONTAGRO es un fondo administrado por el Banco pero con su propia membresía, estructura de gobernabilidad y activos. Se prohíbe el uso comercial no autorizado de los documentos del Banco, y tal podría castigarse de conformidad con las políticas del Banco y/o las legislaciones aplicables. Las opiniones expresadas en esta publicación son exclusivamente de los autores y no necesariamente reflejan el punto de vista del Banco Interamericano de Desarrollo, de su Directorio Ejecutivo ni de los países que representa.

Creditos y Contribuciones:

La presente memoria ha sido preparada con la colaboración de Juan Manuel Fernández Arocena, INTA Argentina, Alejandro Horack, INIA Uruguay, Cris Sotio, CATIE, Miriam Villeda, DICTA-SAG y ha sido editada por Carina Carrasco, Asesora de Gestión del Conocimiento y Comunicaciones, y miembros de la Secretaría de FONTAGRO.

Una copia electrónica de esta publicación puede descargarse en formato PDF en www.fontagro.org

FONTAGRO
Banco Interamericano de Desarrollo
1300 New York Avenue, NW, Stop W0908
Washington, D.C., 20577
Correo electrónico: fontagro@iadb.org



PRESENTACIÓN

La gestión del conocimiento (GC) es un proceso sistemático de comunicación y transmisión de datos, información, habilidades, tecnologías y saberes entre socios, clientes, agricultores, investigadores y consumidores que es clave para alcanzar el éxito de todo proyecto, institución u organización dedicada a la investigación y desarrollo tecnológico en el sector agropecuario.

Para FONTAGRO, la gestión del conocimiento es un conjunto de procedimientos, reglas y sistemas destinados a captar, recuperar, procesar, presentar y transmitir los datos, informaciones de una institución, tanto como la experiencia de sus funcionarios y empleados, con el objetivo de compartirlos, para beneficiar a otros. Los proyectos de FONTAGRO han generado conocimientos, tecnologías, e innovaciones exitosas, sin embargo, se ha observado que la misma a veces no llega fácilmente a los usuarios. De estamnera, trabajar en la mejora de la diseminación de los hallazgos, es clave.

El Consejo Directivo (CD) de FONTAGRO acordó fortalecer la gestión del conocimiento y comunicación, y gracias al apoyo del Fondo Coreano para la Reducción de la Pobreza y del Fondo Coreano de Alianza para el Conocimiento en Tecnología e Innovación (KPK), se lograron

importantes avances. Entre ellos, el desarrollo de una primera estrategia de Gestión de Conocimiento y Comunicaciones (GCyC), que permitió implementar diferentes acciones que mejoraron la visibilidad de los resultados de los proyectos de FONTAGRO. Y en 2017, se promovió una iniciativa conocida como Red Regional de Comunicación Agropecuaria, cuyo objetivo fue reunir a investigadores, profesionales y técnicos junto a los comunicadores, para presentar ejemplos de buenas prácticas comunicacionales, compartir experiencias acerca de su trabajo de diseminación de resultados de proyectos y otras iniciativas comunicacionales. La red ha realizado hasta el momento dos reuniones presenciales y ha mantenido intercambios virtuales.

El presente documento es un resumen de los casos y experiencias en comunicación y gestión del conocimiento de nueve institutos públicos nacionales de investigación agropecuaria (INIAs) en América Latina y el Caribe que participaron de las reuniones de la Red. En el documento se resumen experiencias del INTA de Argentina, AGROSAVIA de Colombia, del CATIE, INTA de Costa Rica, DICTA de Honduras, INIAP de Ecuador, INIA de Uruguay y de FONTAGRO.

FONTAGRO



ÍNDICE

ACRÓNIMOS	5
AGRADECIMIENTOS	6
1. SOBRE FONTAGRO	7
2. ACERCA DE LA RED	7
3. OBJETIVOS DE LA RED	8
4. I REUNIÓN PRESENCIAL DE LA RED EN LA CEIBA, HONDURAS	8
5. II REUNIÓN PRESENCIAL DE LA RED EN WASHINGTON D. C.	10
6. APORTE DE LOS COMUNICADORES AL POSICIONAMIENTO DE LOS INSTITUTOS NACIONALES DE INVESTIGACIÓN AGROPECUARIA	11
7. INTA ARGENTINA	13
8. CONCIENCIA AGROPECUARIA	16
9. LA GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN Y EL CONOCIMIENTO CIENTÍFICO EN EL INIAP, ECUADOR	18
10. RED DE COMUNICACIÓN EN CAMBIO CLIMÁTICO: LATINCLIMA	20
11. CÓMO TRANSFORMAR TEMAS DE CIENTÍFICOS AGROPECUARIOS EN TEMAS DE INTERÉS PERIODÍSTICO	22
12. ESTRATEGIA DE GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO Y COMUNICACIONES	23
13. CONCLUSIONES	26
14. ANEXO I. AGENDA DE TRABAJO	27
15. ANEXO II. LISTA DE PARTICIPANTES	29

ACRÓNIMOS

AF	Agricultura familiar
ALC	América Latina y el Caribe
BID	Banco Interamericano de Desarrollo
CATIE	Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza
CC	Cambio climático
CD	Consejo Directivo
DICTA	Dirección de Ciencia y Tecnología Agropecuaria de la Secretaría de Agricultura y Ganadería de Honduras. (DICTA/SAG)
FONTAGRO	Fondo Regional de Tecnología Agropecuaria
INIAS	Institutos Nacionales de Investigación Agropecuaria
INIA	Instituto de Investigaciones Agropecuarias, Chile
INIAP	Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias, Ecuador
INTA	Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria, Argentina



AGRADECIMIENTOS

FONTAGRO desea agradecer a todas las instituciones y personas que contribuyeron a la organización y realización de la II Reunión de la Red Regional de Comunicación Agropecuaria, y muy especialmente a las que se mencionan a continuación:

Al Director Nacional de Comunicaciones del INTA Argentina, Juan Manuel Fernández Arocena, a la Responsable de Comunicaciones del CATIE, Sra. Cris Soto, al Director de Investigación y Gestión del Conocimiento del INIAP Ecuador, Dr. José Luis Zambrano, al Especialista de Imagen Corporativa & Comunicación Institucional del INIA Uruguay, Sr. Alejandro Horack, a la Editora para América Latina del portal científico de noticias SciDev.Net, Daniela Hirschfeld, a la Jefa del Departamento de Transferencia e IT de INTA Costa Rica, Sra. Laura Ramírez y a la Jefa de Relaciones Públicas del IDIAP de Panamá, Sra. Carmen Donoso y representantes del INIA de Chile.

Un agradecimiento especial a la Sra. Liliana Rosestein, editora de la revista digital Valor Carne de Argentina y a Carmen del Río Paracolls, consultora de comunicación y prensa por su participación durante la reunión en Washington D. C.

Nuestro reconocimiento al ex Jefe de Comunicaciones del INIA de Chile, Luis Opazo, por sus ideas e iniciativas para la Red desde su conformación.

En especial a la Dra. Miriam Villeda de la Dirección de Ciencia y Tecnología Agropecuaria de la Secretaría de Agricultura y Ganadería de Honduras. (DICTA/SAG), por su gran aporte a la Red,

Al Consejo Directivo y en particular, al Presidente de FONTAGRO para el período 2016-2018, Ing. Armando Bustillo, por su apoyo a la Red.



1. SOBRE FONTAGRO

FONTAGRO es un mecanismo único de cooperación regional que promueve la innovación de la agricultura familiar, la competitividad y la seguridad alimentaria. Fue creado en 1998 y está integrado por quince países miembro que han contribuido con un capital cercano a los US\$83,05 millones. Es patrocinado por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y el Instituto Interamericano de Cooperación para la

Agricultura (IICA). FONTAGRO ha cofinanciado más de 135 proyectos e iniciativas a sus países miembro por un monto aproximado de US\$105,5 millones, incluyendo el aporte de otros financiadores e instituciones ejecutoras. Los países que lo componen son Argentina, Bolivia, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, España, Honduras, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, República Dominicana, Uruguay y Venezuela.

2. ACERCA DE LA RED

El 22 de junio de 2017 se lanzó la Red Regional de Comunicación Agrícola FONTAGRO, en el marco del XII Taller de Seguimiento Técnico de Proyectos FONTAGRO en La Ceiba, Honduras.

La red es un espacio para trabajar de forma colaborativa para el diseño de un plan de comunicación regional que tiene por objetivo diseminar conocimientos, innovaciones y tecnologías disponibles producto de los proyectos de investigación en innovación para la agricultura familiar de América Latina, el Caribe y España.

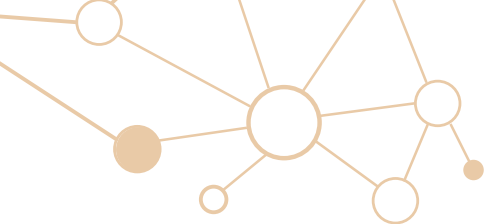
La red promueve el encuentro de investigadores, profesionales y técnicos junto a los comunicadores principalmente de los institutos nacionales de investigación agropecuaria, para compartir ejemplos de buenas prácticas comunicacionales y experiencias acerca de su trabajo de diseminación de resultados de proyectos y otras iniciativas comunicacionales.

Los participantes de la red son comunicadores e investigadores de 17 países (Argentina, Bolivia, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, España, Estados Unidos, Francia, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, República Dominicana, y Uruguay).

Los representantes de comunicación de los institutos nacionales de investigación comparten en distintas presentaciones en donde se presentan casos de éxito, acciones, planes y estrategias de comunicación y gestión del conocimiento.

La red se reúne regularmente de forma virtual para compartir y analizar las distintas acciones para posterior seguimiento.

En este [enlace](#) se puede acceder al sitio web de la red.



3. OBJETIVOS DE LA RED

Otros objetivos de la Red son:

- Identificar los temas o líneas estratégicas comunes de interés para las instituciones de investigación agrícola de América Latina y el Caribe.
- Elaborar un plan regional de comunicación para posicionar los temas acordados en las agendas públicas nacionales, regionales e internacionales.
- Diseminar mensajes comunes y coordinados, a las audiencias de interés, sobre los resultados de proyectos de los proyectos cofinanciados por FONTAGRO y las instituciones miembros y asociadas.
- Divulgar a los medios de comunicación y opinión pública nacionales, regionales e internacionales, los hallazgos científicos e innovaciones sobre las líneas estratégicas definidas y acordadas.

4. I REUNIÓN PRESENCIAL DE LA RED EN LA CEIBA, HONDURAS

La primera reunión de la red se llevó a cabo en Honduras, con motivo de la XII Taller de Seguimiento Técnico de Proyectos FONTAGRO, y reunió a profesionales de investigación y comunicación de instituciones nacionales e internacionales de la región Centroamericana.

Durante la misma se presentaron casos comunicacionales de éxito de los distintos institutos de investigación.

El programa inició con la presentación magistral titulada **“Conceptos clave para la divulgación de hallazgos científicos y uso de tecnologías”**, a cargo de la periodista científica Daniela Hirschfeld, editora regional de SciDev.Net., Uruguay. [Ver presentación.](#)

Los casos presentados por los participantes se encuentran publicados a continuación:

- i. Aporte de los comunicadores en los institutos nacionales de investigación agropecuaria en Centroamérica. Por: Miriam Villeda, Jefe de Comunicación Agrícola, DICTA-Honduras. [Ver presentación.](#)
- ii. Plataforma de tecnología, información y comunicación agropecuaria y rural-PLATICAR. Por: Laura Ramírez Cartín, Jefe del Departamento de Transferencia e Información Tecnológica, INTA-Costa Rica. [Ver presentación.](#)
- iii. Las nuevas tecnologías y la divulgación científica. Por: Nicolás Hartman, Comunicador, AGROSAVIA-Colombia. [Ver presentación.](#)

¹ Knight Fellow del MIT, evaluadora de proyectos de divulgación de la Agencia Nacional de Investigación e Innovación (ANII).

iv. Mejores prácticas comunicacionales y de gestión del conocimiento a cargo de INIAs del Cono Sur: “Los guardianes de la mesa chilena”. Por: Luis Opazo, comunicaciones, INIA-Chile. [Ver presentación.](#)

v. Lineamientos de la estrategia de gestión del conocimiento de la RedLAC. Por: Hugo Ojeda, Consultor y Enrique Bedascarrasbure, INTA-Argentina. [Ver presentación.](#)

vi. Escuelas de Campo: la experiencia del CATIE para la gestión del conocimiento. Por: Cris Soto Gómez, Encargada de la Oficina de Comunicación, CATIE-Costa Rica. [Ver presentación.](#)

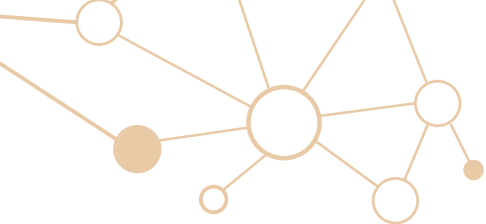
vii. Herramientas para la gestión del conocimiento y comunicación de los proyectos de FONTAGRO,

y presentación de los objetivos de la red y metodología de trabajo, a cargo de Carina Carrasco, Asesora de Gestión del Conocimiento y Comunicaciones de FONTAGRO. [Ver presentación.](#)

Luego de la conferencia magistral y las diferentes ponencias siguió un período de discusión con la audiencia en la que un punto central fue la vinculación entre la información científica y la toma de decisiones sobre políticas públicas. Al respecto, se mencionó que es necesario construir una interfaz entre los investigadores y los decisores políticos para facilitar el flujo de información relevante sobre grandes asuntos debatidos y evidenciados por la comunidad científica, y que deben informar a los formuladores de políticas y el sector en general.



Foto del trabajo de la Red Regional de Comunicación Agropecuaria.



En su primera reunión, la red logró identificar temas de interés común para su agenda de trabajo: cambio climático y alimentos saludables y la elaboración de un plan regional de comunicación . Como resultado del trabajo posterior y acuerdos generados en

la primera reunión, la red preparó y diseminó el siguiente artículo:

Nueve iniciativas de la región para la producción de alimentos saludables basados en productos locales.

5. II REUNIÓN PRESENCIAL DE LA RED EN WASHINGTON D.C.

El 8 de junio de 2018, en el marco de la celebración de los 20 años de FONTAGRO llevada a cabo en Washington D. C., se realizó la **II Reunión de la Red Regional de Comunicación Agropecuaria**, con el objetivo de reunir a los profesionales y comunicadores del Cono Sur, para presentar ejemplos de buenas prácticas comunicacionales a nivel nacional y regional, así como sus planes a futuro.

En esta publicación se presenta un resumen de cada ponencia realizada por sus autores.



Foto: Reunión de la Red del 8 de junio de 2018. BID.

6. APOORTE DE LOS COMUNICADORES AL POSICIONAMIENTO DE LOS INSTITUTOS NACIONALES DE INVESTIGACIÓN AGROPECUARIA

Miriam Villeda², Jefe de Comunicación Agrícola, DICTA, Honduras



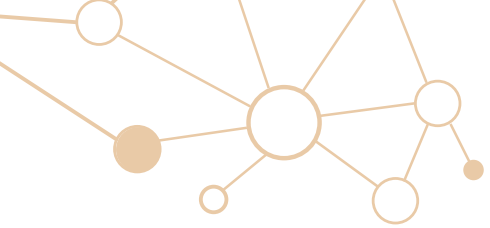
La razón de ser de los Institutos Nacionales de Innovación Agropecuaria de la región centroamericana es desarrollar y promover tecnologías para incrementar la productividad en el agro y su principal reto es la transformación de los Sistemas Nacionales de Innovación Agropecuaria para lograr la soberanía alimentaria.

El rol que los especialistas en comunicación ejercen en los INIA es un tema de reflexión para valorar su incidencia en el logro de la misión institucional. Estudios recomiendan que los comunicadores como autores de la estrategia de comunicación deben considerar productos

que vayan más allá de visibilizar, que lleguen a disponer la experiencia institucional desde el cambio social y para ello ejercer un rol integrador que articule visión con información, relaciones con espacios de reflexión, y metodologías con resultados de desarrollo.

Con base a los resultados de un estudio que su diseño metodológico se basó en los ámbitos cognitivo y estructural, para analizar el rol de los comunicadores desde las visiones de los actores, las plataformas comunicativas, la producción informativa y la experiencia propia, se encontró que los comunicadores cubren a cabalidad su

² Ph.D. Comunicación, Cambio Social y Desarrollo, jefe de la Unidad de Comunicación para la Gestión del Conocimiento de la Dirección de Ciencia y Tecnología Agropecuaria, dependencia de la Secretaría de Agricultura y Ganadería SAG- DICTA, Tegucigalpa, Honduras. C.A.



rol de visibilizadores, y están apropiados de ese rol específico, sin embargo, sin plasmarlo en una estrategia, también desempeñan otros papeles que aportan a la institución valores que deben reposicionarse para obtener un involucramiento estratégico de la comunicación como disciplina fundamental.

El rol de comunicador, aparte de visibilizar las actividades y logros institucionales, es de articulador estratégico, vincula la institución con los actores del sistema, recupera y fortalece la confianza y liderazgo de la institución, participa como elemento activo en los procesos de innovación y desarrollo social, consolida redes de conocimiento y de comunicación con una visión que traspasa las fronteras físicas, para ubicar a la institución en un ámbito más amplio y participativo. El comunicador es gestor de conocimiento, recuperando, sistematizando y socializando conocimientos valiosos para la innovación, motiva a la investigación, exploración, validación y tratamiento de la información del

sector para articularlo con otros, generar análisis, reflexión y toma de decisiones.

También cumple el rol de gestor de recursos, al posicionar la institución en un lugar dentro de un sistema de relaciones y de actores, ser actor de la ejecución de acciones donde los resultados generarán replanteamientos, continuidad y sostenibilidad. Y hay que profundizar en el impacto de otros roles como periodismo científico, transparencia, planeación estratégica y el fortalecimiento de capacidades funcionales.

En conclusión, los INIA incursionan en una filosofía abierta multidisciplinaria, que contribuyan a transformar el sistema, con una visión regional estratégica de la comunicación, que promueva el ejercicio de un periodismo especializado para la transferencia y gestión social del conocimiento, generar espacios de comunicación participativa e impulsar la investigación en comunicación, cambio social y desarrollo.



7. GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO EN EL INSTITUTO NACIONAL DE TECNOLOGÍA AGROPECUARIA DE ARGENTINA INTA DE ARGENTINA

Juan Manuel Fernández Arocena, Director Nacional de Comunicación del INTA, Argentina.
fernandezarocena.jm@inta.gob.ar



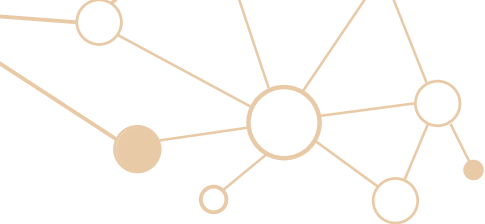
En la actualidad la gestión del conocimiento en una organización es la clave fundamental para su funcionamiento, los lineamientos estratégicos pueden cumplirse y ejecutarse de manera más o menos eficiente en función de cómo se gestione el conocimiento.

Desde INTA entendimos que la Gestión del Conocimiento no se puede dar de manera aislada y va ligada al funcionamiento de otras líneas de gerenciamiento ajenas a la microestructura, con visiones y objetivos diferentes; por ese motivo la actual organización de esta Dirección Nacional Asistente? (DNA), tiene su origen en la definición institucional de configurar el gerenciamiento de las áreas críticas que la componen, integrándolas desde la estructura organizacional para un

tratamiento conjunto que las potencie y les imprima una visión común. La integración de las áreas de procesos, informática, gestión de la información y comunicación como parte de una única Dirección Nacional Asistente responde a tres criterios que le dan fundamento y que condicionansusactividades: complementariedad, transversalidad y convergencia.

Complementariedad

El proceso de relevar requerimientos, conocer las vinculaciones y definir los circuitos de los procesos institucionales son insumos necesarios, para el desarrollo de los sistemas y para implementar soluciones informáticas.



La disponibilidad de sistemas que amplíen los accesos a la información (desde sistemas contables, patrimoniales, proyectos o tecnologías de la comunicación), contribuyen a que estén disponibles datos que antes estaban reservados o dispersos; y que son la base de la generación de cualquier proyecto de gestión y de comunicación. Todo proyecto de comunicación requiere que la recolección de información, en tanto insumo- sea suficiente, precisa y confiable. Desde el momento en que la comunicación trasciende su tarea original de acción (construir mensajes o producir contenidos y visibilizarlos en diferentes medios) se convierte en una tarea compleja, entramada, en la que muchos actores siguen una estrategia, desplegando herramientas y acciones diferentes, que es necesario sistematizar en procesos y optimizar en el uso de recursos.

Hoy las herramientas son todas de base digital y su informatización es una condición sine qua non para que la gente las use y se las apropie. Las actividades y tareas de una gerencia son insumo y causa para el funcionamiento de otra gerencia. Esa vinculación, conlleva una dependencia eficiente de funcionamiento.

Transversalidad

La Dirección Nacional Asistente de Sistemas de Información, Comunicación y Calidad tiene como objeto global asistir a la Dirección Nacional en actividades ampliamente reconocidas como transversales, es decir actividades que impactan sobre los procesos de la organización: Gestión por Procesos, TIC y Comunicación Institucional. Los servicios que brinda esta Dirección Nacional Asistente son de naturaleza transversal e impactan sobre toda la estructura. La comunicación, gestión de la información y tecnología son procesos entramados que siguen la estrategia institucional y demandan arquitectura, canales, infraestructura y entornos para hacerla efectiva y potente. Implica integrar disciplinas, distintas áreas institucionales y crear redes entre agentes internos y externos.

Convergencia

La tecnología en el presente se constituye como ambiente para la producción cultural, comunicacional, de conocimiento y gestión. Las tecnologías de la comunicación, generan “ambientes” que impactan en el uso y modelan sentidos y experiencias.

Conocer y trabajar sobre el uso (comunicación), la estructura y la interacción (tecnología y procesos), los contenidos e impacto sobre la gente (comunicación) requiere un abordaje articulado y en conjunto. Se trata de un ecosistema de medios, ya no se puede pensar en medios y formatos por separado. Los medios interactúan entre sí y es lo digital el hilo de esa conexión. Entonces, hacer, pensar, y estar en comunicación y gestión de información requiere estar vinculado con lo digital, sus soportes, procesos y sus medios de circulación.

Este esfuerzo de integración comenzó en el año 2007, con la elaboración del Proyecto Estructurante I, un proceso del que participaron más de 100 agentes institucionales con diferentes perfiles profesionales, técnicos y de apoyo. Aquella elaboración colectiva, que se plasmó en un proyecto de mediano plazo, dio lugar a la constitución de una perspectiva institucional respecto a la definición del gobierno de la información y comunicación con un enfoque sistémico y la infraestructura tecnológica necesaria para su funcionamiento. Se avizoró el rol de las tecnologías de información y comunicación como un pilar estratégico y la necesidad de garantizar el acceso a la información y al conocimiento en un escenario de cultura digital creciente. Almacenamiento, redes y conectividad fueron tres grandes desafíos.

Arquitectura de la información e integración de sistemas de gestión comenzaron a ocupar un espacio en la agenda estratégica, así como



el diseño de una estrategia web, una política de gestión de la información interna y externa, el impulso de la capacitación a distancia, la digitalización de los centros de documentación, la consolidación de una identidad institucional, y el armado de la red de información agropecuaria nacional, entre otros nodos críticos. El presente encuentra a la Dirección Nacional Asistente de Sistemas de Información, Comunicación y Calidad con una estructura consolidada y con su alcance ampliado en términos institucionales en relación con la definición original, al liderazgo sobre el sistema de información, comunicación, procesos y calidad.

El proyecto estructurante marcó una ruta estratégica que orientó el accionar y la toma de decisiones y cuyos propósitos fueron en gran medida saldados, si bien algunos de los proyectos previstos no se materializaron de acuerdo al planteo original. Sentó el leit motiv para la gestión del área y en el 2017 se elaboró el Plan Estratégico de la Dirección al 2021.

En el Plan Estratégico de la Dirección Nacional Asistente del año 2017 asumimos que el INTA necesita del saber institucional, de la cultura, de procesos integrados y sustentables y de gobernanza de información producida por las actividades de los componentes estratégicos, tanto identitarios como articuladores, y por la gestión operativa para poder comunicarlos a la sociedad en términos que respeten la política y estrategia institucional. Nadie discute a estas alturas el rol imprescindible de las Tecnologías de Información y Comunicación en las organizaciones. Desde la mejora y eficientización de procesos o la agilización de las actividades estas aportan capacidad de captura de datos, comunicación, análisis de información y soporte fundamental al proceso de toma de decisiones.

El INTA, como lo expresa su definición, desarrolla acciones de investigación, experimentación y extensión agrícola en las cadenas de

valor, regiones y territorios para mejorar la competitividad y el desarrollo rural sustentable del país. Orienta sus esfuerzos a la innovación como motor del desarrollo e integra capacidades para fomentar la cooperación interinstitucional, generar conocimientos y tecnologías y ponerlos al servicio del Sistema Agropecuario, Agroalimentario y Agroindustrial a través de sus sistemas de extensión, información y comunicación.

Las Tecnologías de la Información (TI) deben alinearse y contribuir a estos propósitos resultando ser la herramienta que le permita al organismo asegurar que la información correcta sea entregada en el lugar y en el contexto adecuado. Con el objetivo de implementar con más fuerza la política de gestionar el conocimiento se crea bajo la órbita de la Dirección Nacional Asistente de Sistemas de Información, Comunicación y Calidad la Gerencia de Gestión de la Información asignándole como misión la de “Fortalecer los procesos de innovación institucional, a partir de una adecuada gestión de la información que permita generar y compartir nuevos conocimientos materializados en productos, servicios, sistemas y herramientas, garantizando su correcta organización, consistencia, trazabilidad y calidad”.

La gestión del conocimiento es posible a partir de un esquema de gobernanza de la información, que permita su disponibilidad y uso, garantizando su correcta organización, consistencia, trazabilidad y calidad. La gobernanza permitirá por un lado garantizar la coherencia, consistencia, sostenibilidad, escalabilidad y usabilidad de productos y servicios orientados a soluciones digitales; y por otro intervenir en la definición y gestión de los diversos procesos, canales y servicios de información e interacción con la comunidad, a fin de contribuir a los procesos de investigación, la ciencia de datos y la participación ciudadana.

8. CONCIENCIA AGROPECUARIA

Alejandro Horack, Especialista en Imagen Corporativa & Comunicación Institucional del INIA, Uruguay. ahorack@inia.org.uy



Uruguay se propone generar alimento para 50 millones de habitantes en el año 2030 con calidad, certificación, diferenciación y valor agregado ambiental. En los últimos diez años, el número de personas alimentadas por las exportaciones uruguayas aumentó 3 veces, de 9 millones en el año 2005 a 28 millones en el año 2014, sin embargo no estamos ajenos a la tendencia mundial, el éxodo del campo a la ciudad y la visión urbana del campo asociado a la falta de oportunidades.

Lograr la meta 2030 va a requerir mano de obra calificada, especialización, conocimiento y nuevas habilidades para generar innovación en las distintas cadenas de valor. El Ministerio de Ganadería Agricultura y Pesca profundiza se basa en seis lineamientos estratégicos de políticas públicas conocidas como “Uruguay Agointeligente”:

- Promoción de la competitividad e inserción internacional

- Intensi ficación sostenible
- Adaptación al cambio climático
- Desarrollo rural
- Fortalecimiento y articulación institucional
- **Conciencia Agropecuaria**

Este último punto busca promover una transformación social de identificación por parte de la ciudadanía para movilizar a los uruguayos entorno a las oportunidades de desarrollo laboral y profesional que ofrece el agro.

Varios estudios realizados en el año 2017 marcan un escaso conocimiento de la realidad agropecuaria y el potencial que ésta tiene, sobre todo por el público urbano. La brecha cultural e informativa entre campo-



ciudad implica prejuicios y estereotipos, el desconocimiento sobre el sector, su incidencia en la economía, el ambiente y la sociedad así como el desconocimiento sobre su mapa de oportunidades. Los vertiginosos cambios que sufrió esta industria en la última década no han sido percibidos aún por la ciudadanía.

Es necesario contribuir a construir otro relato, visibilizar las oportunidades y el trabajo de calidad que se ofrece. Motivar las nuevas generaciones a emprender en el agro contando otras historias. Es en este marco, que la presentación pone a consideración la construcción de un parque temático rural de características únicas y destacadas a nivel país en el zoo de Montevideo, cerrado desde el año 2014. Este tradicional predio parquizado de 7 hectáreas se encuentra en una de las zonas más pobladas de la capital uruguaya.

La empatía parecería poder construirse desde los puntos de conexión más cercanos con el campo: **Alimentos y Naturaleza** (Relax) que provoca la evocación del campo en lo ciudadanos urbanos.

A partir de estos dos elementos, se planteó promover la conciencia agropecuaria a través de:

- Calidad de Alimentos
- Tecnología Aplicada

- Cuidado Medioambiental
- Bienestar Animal

Contar Historias positivas sobre la producción, tomar en cuenta el punto de interés que se abre con los cambios asociados con la innovación y la tecnología y un estilo de vida saludable, con conexión con el origen de los alimentos, parece ser un camino para desandar la historia de desencuentros.

La propuesta incluye mostrar:

- INVESTIGACIÓN
- INNOVACIÓN
- GESTIÓN DE RECURSOS AMBIENTALES
- GESTION EMPRESARIAL
- BIENESTAR ANIMAL
- BUENAS PRÁCTICAS DE PRODUCCIÓN
- DISTRIBUCIÓN
- COMERCIALIZACIÓN Y LOGÍSTICA
- ANÁLISIS DE MERCADOS Y PRODUCTOS



9. LA GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN Y EL CONOCIMIENTO CIENTÍFICO EN EL INIAP, ECUADOR

José Luis Zambrano Mendoza, Director de Gestión del Conocimiento Científico / Investigaciones del Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias - INIAP. Quito, Ecuador. jose.zambrano@iniap.gob.ec



La Gestión de la Información y el Conocimiento Científico (GICC) en el INIAP constituye una estrategia holística que sirve para que los procesos de Investigación, Desarrollo tecnológico e Innovación (I&D+i) sean más eficientes y con mayor impacto en la producción sostenible y procesamiento de alimentos y otros productos agrícolas, a fin de mejorar las condiciones de vida de los agricultores y agro emprendedores del país, especialmente de los pequeños.

Los Institutos Públicos de Investigación Agropecuaria (INIA) de Latinoamérica tienen similares objetivos, con problemas comunes por resolver, por lo que es necesario articular esfuerzos para fortalecer la GICC, que permita consolidar los sistemas nacionales de I&D+i, a fin de ofrecer productos y servicios oportunos y de calidad, en beneficio del sector agropecuario local y de la región.

En el 2016 el INIAP modificó su estructura y estatuto orgánico, creándose la Dirección de Gestión del Conocimiento Científico (DGCC), con el rol de: “Planificar, coordinar, compilar y difundir la investigación científica y desarrollo tecnológico del INIAP”. La DGCC se encuentra implementando un sistema de gestión de la información y conocimiento científico para mejorar la calidad de los procesos de Investigación y Desarrollo tecnológico (I&D), desde el levantamiento de la demanda, concepción de la idea, proceso de la investigación, hasta la difusión de los resultados. La GICC en el INIAP prioriza el fortalecimiento de capacidades para trabajar en equipos multidisciplinarios; organizar y compartir información y procesos de (I&D) apoyados en las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC); crear espacios de trabajo colaborativos; garantizar la retención



del conocimiento en la memoria institucional; mejorar la calidad del conocimiento generado e implementar la trazabilidad de la información y conocimiento.

La GICC es un proceso en donde se articulan la DGCC, la Dirección de Transferencia de Tecnología, y las unidades de TIC y Comunicación Social.

La GICC incluye siete intervenciones: **i)** planificación de la I&D, **ii)** desarrollo y uso de herramientas de GICC, **iii)** disponibilidad y accesibilidad del conocimiento e información generada, **iv)** compartir procesos de I&D, **v)** uso de TIC, **vi)** generación de productos para difusión de información y conocimiento, y **vii)** comunicación para el desarrollo.

i) La planificación de I&D se realiza de manera participativa con productores en campo y con base en las demandas establecidas en mesas técnicas lideradas por el Ministerio de Agricultura y Ganadería, donde participan la empresa privada y asociaciones de productores. **ii)** Se desarrollan y mejoran de manera permanente herramientas de gestión del conocimiento científico que aseguren la calidad e impacto de las investigaciones, como son los comités técnicos en las estaciones experimentales, publicación de protocolos de investigación, seguimiento en campo y discusión de informes o resultados con actores externos. **iii)** El conocimiento e información generada se pone a disposición de la institución y otros actores mediante informes técnicos, memorias de eventos científicos, artículos y realización de congresos y simposios. **iv)** Durante el proceso de I&D se comparte la información a través de investigación participativa y visitas de agricultores y agroemprendedores a centros experimentales y de bioconocimiento (conocimiento de las comunidades asociadas a las plantas y animales), manejados por el INIAP y grupos de agricultores, respectivamente. **v)** El INIAP dispone de TIC que permiten acceder de manera remota a la información

de las investigaciones que se llevan a cabo a través de la plataforma Data INIAP (<http://data.iniap.gob.ec/>). Se ha generado una plataforma o entorno virtual de aprendizaje (EVA), disponible en <http://eva.iniap.gob.ec/index.php/Inicio>, que permite acceder a videos, infografías y notas técnicas de los principales cultivos con los que el INIAP trabaja. El INIAP dispone de una biblioteca virtual con 4.994 documentos técnicos y divulgativos (<http://repositorio.iniap.gob.ec/>) y mapas temáticos por variedad, tipo de suelo, entre otros (<http://tecnologia.iniap.gob.ec/>). **vi)** Adicionalmente, se encuentra potencializando una herramienta virtual para la identificación de plagas de los principales cultivos para que también pueda ser utilizada a través de aplicaciones móviles. **vii)** Finalmente, en comunicación para el desarrollo, se realizan ferias, días de campo, cursos de capacitación, publicaciones y guías de manejo para productores y público en general. Adicionalmente se manejan redes sociales que sirven para difundir las actividades que realiza el instituto y enviar mensajes claves a productores y público en general.

A pesar del avance de la GICC, es necesario continuar trabajando para sobrellevar los siguientes retos: **a)** empoderar y capacitar a los técnicos e investigadores en socializar la información y el conocimiento, con fortalezas científicas pero con pocas habilidades comunicacionales e impericia en el manejo de TIC; **b)** potenciar la labor de los comunicadores sociales para que transmitan de mejor manera la ciencia y tecnología generada; **c)** es necesario la participación efectiva de más actores, sobre todo privados, en los procesos de I&D+i para que los resultados sean más efectivos; **d)** fortalecer el uso de TIC para la gestión de la masiva información y conocimiento que se va generando dinámicamente en el proceso de I&D+i; y, **e)** implementar procesos de calidad para la gestión del Sistema I&D+i que permitan mejorar, entre otros, la GICC (Norma UNE 166.002 y Good Laboratory Practice - FDA).

10. RED DE COMUNICACIÓN EN CAMBIO CLIMÁTICO: LATINCLIMA

Cris Soto, Encargada de Comunicación del **CATIE**, Turrialba, Costa Rica
csoto@catie.ac.cr



LatinClima es una gran comunidad y centro de información sobre el tema de la comunicación en cambio climático para América Latina y el Caribe, a la cual pueden integrarse periodistas y comunicadores, así como otros profesionales, organizaciones y redes.

Fue creada en abril de 2015 por el Ministerio de Ambiente y Energía de Costa Rica (MINAE), el Ministerio de Vivienda, Ordenamiento Territorial y Medio Ambiente (MVOTMA) de Uruguay; y el Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza (CATIE), con el apoyo semilla de la Agencia Alemana de Cooperación Internacional (GIZ) por medio de su Programa AcciónClima.

Actualmente cuenta también con el apoyo de la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID) por medio de su Programa Arauclima y ha establecido alianzas

con numerosas organizaciones a nivel global y de la región.

LatinClima busca posicionar el tema del cambio climático en el público hispanoamericano desde un punto de vista de acción tanto sobre lo que es posible hacer para disminuir los gases de efecto invernadero, que causan el calentamiento global, como para adaptarse a los impactos del cambio climático a todo nivel.

Trabaja con nueve enfoques temáticos: agricultura y ganadería; agua dulce; bosques y biodiversidad; cambio climático en cifras; ciencia en el clima; ciudades; energía verdes e inclusiva; gobernanza; y mares y costas.

La plataforma de LatinClima permite exponer y dar seguimiento a los principales eventos sobre cambio climático en la región y el mundo;



la creación de capacidades mediante foros, seminarios y cursos virtuales y presenciales; el desarrollo de iniciativas y herramientas periodísticas; y la generación, difusión e intercambio de información sobre cambio climático en América Latina y el Caribe, con la visión y realidad de nuestra región, más allá de las fronteras nacionales y en idioma español.

La cantidad de periodistas y comunicadores adscritos a LatinClima se incrementa todos los meses. Actualmente 238 periodistas y comunicadores de países hispanoamericanos cuentan con perfil en la plataforma y 150 más de bases de datos en proceso de afiliación.

También, más de 1000 tomadores de decisión, organizaciones, profesionales y suscriptores al boletín de noticias.

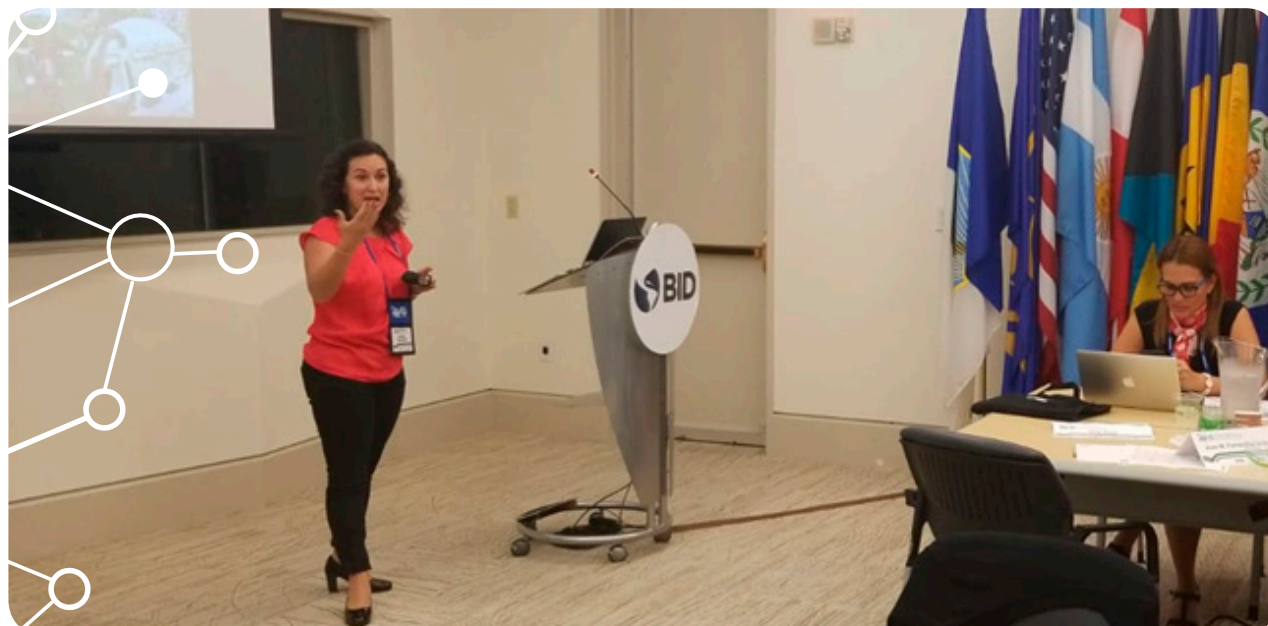
Como forma de autofinanciamiento, la red también realiza consultorías para organizaciones en temas de comunicación, con el fin de darle continuidad a iniciativas permanentes, como la actualización de la plataforma, el boletín de noticias y la difusión de información.

Asimismo, se presentan propuestas en conjunto con otras organizaciones para obtener financiamiento que permita realizar, por ejemplo, talleres presenciales con periodistas.



11. CÓMO TRANSFORMAR TEMAS DE CIENTÍFICOS AGROPECUARIOS EN TEMAS DE INTERÉS PERIODÍSTICO

Daniela Hirschfeld, Knight Fellow del MIT, editora regional de SciDev.Net., Uruguay.



En la Reunión de la Red de Comunicación Agropecuaria realizada en Washington en julio de 2018, la presentación a cargo de la periodista científica Daniela Hirschfeld estuvo enfocada en “Cómo (y por qué) transformar temas científicos agropecuarios en información de interés periodístico”.

En primer lugar, la charla dio ejemplos sobre la manera en que actualmente se presentan los temas científicos agropecuarios en los medios de comunicación. Esos ejemplos permitieron observar que a menudo estos temas están asociados al uso de productos tóxicos, desastres naturales como seguías, cultivos transgénicos, pérdidas de biodiversidad y cobertura forestal, enfermedades ganaderas.

Sin embargo, hacer un esfuerzo proactivo desde las instituciones agropecuarias por comunicar el resultado de sus investigaciones de un modo que sea atractivo para los medios de comunicación, que considere al público no especializado y sus intereses más cotidianos, redundará en la mejora de la comunicación de buenas noticias del agro, ayuda a erradicar prejuicios basados en argumentos erróneos y aumenta la valoración del sector. Para eso, la charla continuó haciendo un recorrido por los diferentes tipos de actividades de divulgación que pueden surgir de la actividad agropecuaria y cómo se pueden identificar en ellos los aspectos que podrán tener interés periodístico.

Se analizó también la dinámica interna de los medios de comunicación, se caracterizaron las diferentes secciones dentro de un medio, los posibles ángulos de una noticia, el perfil de los periodistas que trabajan en diferentes secciones, y las formas más efectivas de lograr un buen vínculo entre los periodistas y los comunicadores instituciones.

A continuación se detallaron las diferencias entre una gacetilla de prensa y un artículo periodístico, y se observó la utilidad de elaborar,

desde las áreas de comunicación institucional, productos comunicaciones específicos para captar mayor atención de los periodistas.

Finalmente se presentaron ejemplos de notas publicadas en las páginas web de varias de las instituciones representadas en la reunión para analizar de qué manera y con qué criterios se puede transformar una información aparentemente técnica en una nota de interés periodístico.

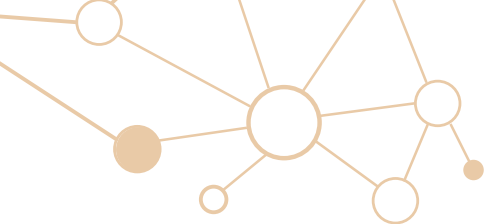
12. ESTRATEGIA DE GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO Y COMUNICACIONES DE FONTAGRO

Carina Carrasco, Asesora de Comunicaciones y Gestión del Conocimiento de FONTAGRO.



En el año 2015, el Consejo Directivo de FONTAGRO decidió fortalecer la gestión del conocimiento y las comunicaciones, siguiendo el mandato establecido en el **Plan de Mediano Plazo 2015-2020**, de mejorar la gestión del conocimiento y difusión de los resultados de los proyectos para multiplicar el impacto de FONTAGRO, incluyendo el uso intensivo de redes sociales.

En ese sentido, la Secretaría había gestionado apoyos con el Fondo Coreano para la Reducción de la Pobreza y el Fondo Coreano de Alianza para el conocimiento en tecnología e innovación, para trabajar en un diagnóstico de las comunicaciones, el diseño y la implementación inicial de una estrategia en el tema para FONTAGRO.



La metodología implementada para el desarrollo de la estrategia incluyó el análisis del mapa de públicos de FONTAGRO y un relevamiento del estado de la gestión del conocimiento en las instituciones vinculadas. Además se llevó a cabo un diagnóstico de las comunicaciones, un relevamiento de procesos y prácticas, así como su imagen a identidad gráfica. Asimismo se analizaron las herramientas de comunicación utilizadas al momento, los productos de conocimiento, las actividades de diseminación y se llevó a cabo una auditoría del sitio web.

Los resultados de la encuesta demostraron que si bien las instituciones cuentan con programas y estrategia activas para la gestión del conocimiento, existen desafíos y obstáculos recurrentes para compartir el conocimiento. Más del 65% de los encuestados mencionaron las dificultades que existen para retener el conocimiento y la memoria institucional debido al egreso de funcionarios con gran experiencia y el insuficiente relevo generacional. En cuanto a la imagen y posicionamiento se ha reconocido a FONTAGRO como un mecanismo articulador de plataformas de cooperación, sin embargo la imagen institucional y la identidad visual requieren ser actualizadas y modernizadas para proyectar este posicionamiento.

Para que FONTAGRO pueda almacenar y compartir el conocimiento generado por sus proyectos se visualizó la necesidad de sistematizar la captura del conocimiento generado por los proyectos, por una parte y por la otra, documentarlos para su diseminación efectiva. En cuanto a los canales de comunicación,

las herramientas digitales, web y las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) son los medios preferidos por las instituciones para recibir y compartir información institucional y de los proyectos.

La estrategia desarrollada tiene tres pilares:

El primero de ellos es **comunicar la nueva visión y foco**: Implementar la nueva misión y visión de FONTAGRO así como el nuevo foco de innovación, por medio de la mejora de la imagen institucional y la visibilidad de los resultados de la investigación, a través de la adopción de nuevos procedimientos y de herramientas web y tecnologías de la información y la comunicación.

El segundo pilar es **gestionar el conocimiento eficientemente**: Incrementar la diseminación y gestión del conocimiento de FONTAGRO y de las instituciones nacionales de investigación con sus audiencias, estimulando el intercambio de conocimientos y las actividades de diseminación conjuntas.

El último es **facilitar el fortalecimiento de capacidades**: Contribuir al fortalecimiento de las capacidades de gestión del conocimiento y de comunicaciones de los investigadores participantes en los proyectos de FONTAGRO por medio del diseño de actividades colaborativas y programas de capacitación.

Las acciones para implementar esta estrategia incluyen:

Objetivo 1:

- Adaptar y modernizar la imagen institucional y el logotipo de FONTAGRO a la nueva misión y visión.
- Mejorar la diseminación de conocimientos generados por los proyectos y las comunicaciones en general, por medio del fortalecimiento de las herramientas actuales de comunicación y el diseño de acciones coordinadas de prensa, redes sociales y organización de eventos estratégicos.



- Actualizar y mejorar el diseño gráfico y estructura de contenidos del sitio web www.fontagro.org y fortalecer sus funcionalidades (mejorar sus plataformas, bibliotecas, repositorios).

Objetivo 2

- Sistematizar la captura y documentación de los resultados y avances de los proyectos y las mejores prácticas con herramientas web y nuevas tecnologías de la información.
- Diseñar y organizar un plan de actividades colaborativas e intercambios y la organización de eventos estratégicos institucionales y temáticos, con las instituciones miembros, agencias internacionales, socios y patrocinadores.

Objetivo 3

- Diseñar un programa de incentivos y mecanismos para promover el intercambio interinstitucional de conocimientos.
- Diseñar actividades de capacitación -presencial y en línea- para la comunicación efectiva y uso de la tecnología para la disseminación de resultados de proyectos a las distintas audiencias.





13. CONCLUSIONES

El evento dejó las siguientes conclusiones:

La gestión de la información y el conocimiento es un proceso importante para el funcionamiento de los INIAS de la región. Existen institutos con mayor madurez y experiencia en el tema que pueden servir de modelos a replicar en otros institutos públicos de investigación.

El uso de técnicas de información, herramientas web, repositorios, redes, entre otros, son aspectos fundamentales en la gestión de la comunicación y el conocimiento, y son utilizados frecuentemente por los INIAS.

La comunicación en la mayoría de los Institutos debe ser fortalecida con personal especializado o capacitado en periodismo científico que permita un mayor flujo de información entre investigadores y comunicadores.

La red decidió concentrar como primer público, a la prensa especializada en temas de agricultura en la región, con el objetivo de poner en valor el trabajo de FONTAGRO y los INIA a nivel regional.

Se mencionaron y analizaron los retos que enfrenta el trabajo de comunicación y diseminación destacando entre ellos:

- 1) La necesidad de mayor integración. “Todas las instituciones estamos para un fin común”.
- 2) La necesidad de fortalecer la articulación entre las instituciones a nivel de la red, por medio de la complementariedad de las acciones y buscando la convergencia de los temas.
- 3) La necesidad de implementar herramientas comunes que ayuden a mejorar la comunicación en las instituciones.

14. ANEXO I. AGENDA DE TRABAJO



XIII Taller de Seguimiento Técnico de Proyectos FONTAGRO

Del 4 al 8 de junio de 2018 - Washington D. C.

2º REUNIÓN DE LA RED REGIONAL DE COMUNICACIÓN AGROPECUARIA FONTAGRO CAPÍTULO CONO SUR-ANDINO

La segunda reunión de la red se llevará a cabo con motivo de la celebración del 20º Aniversario de FONTAGRO y el XIII Taller de Seguimiento Técnico de Proyectos FONTAGRO, en la ciudad de Washington D. C.

El objetivo de la red es reunir a profesionales y comunicadores, quienes presentarán ejemplos de buenas prácticas comunicacionales a nivel nacional, compartirán experiencias acerca de su trabajo de diseminación de resultados de

proyectos, y otras iniciativas de comunicación y gestión del conocimiento a nivel regional.

Como resultado de estas reuniones, se trabajará de forma colaborativa para el diseño de un plan de trabajo para posicionar el trabajo de los INIAS y de la red, y diseminar las innovaciones y tecnologías disponibles, producto de los proyectos de investigación de la agricultura de América Latina, el Caribe y España.

VIERNES 8 DE JUNIO DE 2018

- | | |
|----------------------|---|
| 9:00 - 9:15 | Apertura de la reunión a cargo de Carina Carrasco, Asesora de Gestión del Conocimiento y Comunicación de FONTAGRO. |
| 9:15 - 10:00 | “Aporte de los comunicadores al posicionamiento de los institutos nacionales de investigación agropecuaria” , a cargo de Miriam Villeda, Jefe de Comunicación Agrícola, DICTA Honduras |
| 10:00 - 10:30 | “Presentación de INTA Argentina” a cargo de Juan Manuel Fernández Arocena, Director Nacional de Comunicación del INTA, Argentina |



10:30 - 11:00	Café
11:00 - 11:30	“Iniciativa: Conciencia Agropecuaria” a cargo de Alejandro Horack, Especialista de Comunicación, INIA Uruguay
11:30 - 12:00	“Prácticas comunicacionales y de gestión del conocimiento” a cargo Liliana Ferreira, Directora de Comunicación, de IPTA Paraguay
12:00 - 12:30	“Gestión de la información y el conocimiento científico en INIAP” , José Luis Zambrano, Director de Investigación y Gestión del Conocimiento, INIAP Ecuador.
12:30 - 13:30	Almuerzo
13:30 - 14:00	“Presentación de la Red de Comunicación LatinClima” , Cris Soto, Encargada de la Oficina de Comunicación, CATIE
14:00 - 14:30	“Cómo transformar temas de científicos agropecuarios en temas de interés periodístico” , a cargo de periodista Daniela Hirschfeld, Knight Fellow del MIT, editora regional de SciDev.Net., Uruguay.
14:30 - 15:30	Presentación y metodología del Plan de Implementación Regional de la Estrategia de Gestión del Conocimiento y Comunicaciones. Nodos Centroamérica, Región Andina y Cono Sur
15:30 - 16:00	Café
16:00 - 18:00	Trabajo en grupo: Elaboración del “Plan regional de comunicación y diseminación 2018-2019” . Presentación mecanismos de gobernanza de la Red. Compromisos de los participantes de la red para la puesta en marcha del plan de comunicación regional. Pasos a seguir.

Organizado por:



Con el apoyo del Fondo Coreano de Alianza para el Conocimiento en Tecnología e Innovación



FONTAGRO es patrocinador por:



15. ANEXO II. Lista de participantes



Miembros de la Red participantes					
País	Nombre	Apellido	Posición	Institución	Mail
Argentina	Juan Manuel	Fernández Arocena	Director Nacional de Comunicaciones	INTA Argentina	fernandezarocena.jm@inta.gob.ar
Costa Rica	Laura	Ramírez	Jefa de Depto Transferencia e IT	INTA Costa Rica	lr Ramirez@inta.go.cr
Chile	Luis	Opazo	Encargado de Comunicaciones INIA Remehue	INIA Chile	lopazo@inia.cl
Costa Rica	Cris	Soto	INIA Remehue	CATIE	cris.soto@catie.ac.cr
Ecuador	José Luis	Zambrano	Director de Investigación y Gestión del Conocimiento	INIAP Ecuador	jose.zambrano@iniap.gob.ec
Estados Unidos	Carina	Carrasco	Asesora de Gestión del Conocimiento y Comunicaciones	FONTAGRO	ccarrasco@iadb.org
Honduras	Miriam	Villeda	Jefa de Comunicación Agrícola	DICTA	miriam_villeda@yahoo.es
Panamá	Carmen	Donoso	Jefa de Relaciones Públicas	IDIAP Panamá	carmen.do19@gmail.com
República Dominicana	Jose Richard	Ortiz	Encargado División Comunicación	IDIAF	joserichardortiz@gmail.com
Uruguay	Alejandro	Horack	Imagen Corporativa & Comunicación Institucional	INIA Uruguay	ahorack@inia.org.uy
Uruguay	Daniela	Hirschfeld	Editora para ALC	SciDev.Net	daniela.hirschfeld@gmail.com



Otros participantes

País	Nombre	Apellido	Posición	Institución	Mail
Panamá	Próspero	Aguirre	Jefe de Cooperación Internacional	IDIAP Panamá	prosperoas@gmail.com
Panamá	José Alberto	Yau	Investigador	IDIAP Panamá	yau_55@yahoo.com
Panamá	Omar	Alfaro	Investigador	IDIAP Panamá	omar04alf@gmail.com
Guatemala	René	León-Gómez	Investigador	PROMECAFE-IICA	rene.leon-gomez@iica.int
Perú	Carlos	Gómez Bravo	Investigador	Universidad Agraria La Molina	cagomez@lamolina.edu.pe
Nicaragua	Humberto	Blandón	Investigador	Heifer	Humberto.Blandon@heifer.org
Argentina	Liliana	Rosestein	Editora	Revista Valor Carne	lrosenstein@valorcarne.com.ar
España	Carmen	Del Río	Consultora en Comunicación	Banco Mundial	carmen.criopak@gmail.com





Este informe fue preparado por la
Secretaría Técnica Administrativa



Con el apoyo del Fondo Coreano de Alianza para
el Conocimiento en Tecnología e Innovación



Con el apoyo de sus patrocinadores



FONTAGRO
1300 Avenida New York NW
Parada W0502 Washington DC 20577,
Estados Unidos
Correo electrónico: fontagro@iadb.org

www.fontagro.org