

COMERCIO ELECTRÓNICO PARA PRODUCTORES LOCALES. UNA PROPUESTA DE INTERVENCIÓN DESDE LAS TECNOLOGÍAS DE LA DIFERENCIA.

Autoras:

Sandra Buso

DNI: 16469306

sandraebuso@gmail.com

Universidad Nacional de San Juan

Natalia Díaz

DNI: 27760461

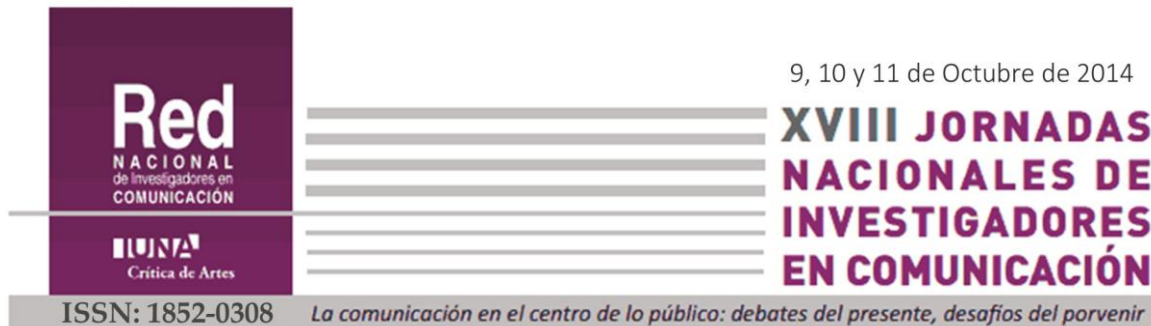
diaz.marianatalia@gmail.com

Universidad Nacional de San Juan

Eje: Prácticas comunitarias y experiencias colectivas de comunicación

RESUMEN

Esta ponencia expone una propuesta de intervención desde las tecnologías de la diferencia, en las cadenas productivas de departamentos de San Juan, para lograr un abordaje diferencial y soluciones innovadoras a la comercialización de productos locales. Para ello se expondrá el Proyecto **“TICS: estrategias para la incorporación de los productores al modelo económico de red para el desarrollo regional”** a partir de la convocatoria de la Secretaría de Ciencia y Tecnología de la Provincia bajo la denominación de Proyectos IDEA. La propuesta tiene como objetivo lograr la creación de valor agregado en la producción primaria a través de la creación de la identidad local facilitando el acceso de los pequeños productores agropecuarios a nuevos mecanismos de comercialización de su producción a través del uso de las TICS. Metodológicamente, se abordará desde la aplicación de las tecnologías sociales que apuntarán a modificar los mecanismos de



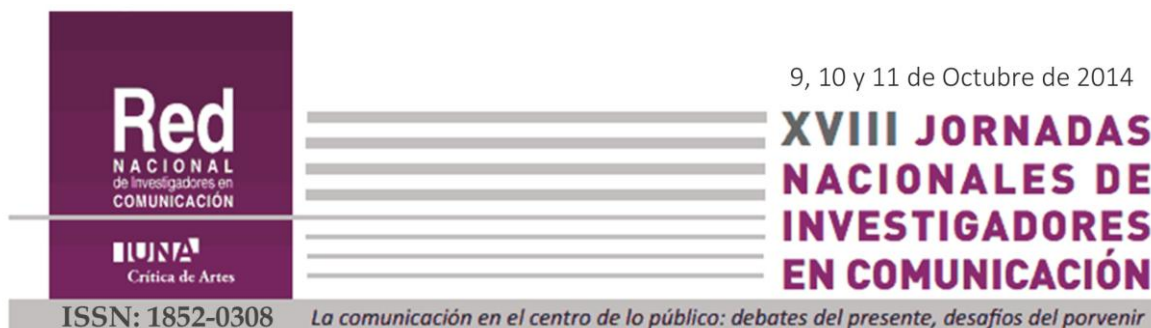
participación, involucramiento y toma de decisiones de los productores y de la comunicación estratégica para la identidad corporativa, promoviendo la región, su cultura y su gente a través del uso de las TICS.

Palabras claves: tecnologías sociales, comercio electrónico, identidad corporativ

DESARROLLO DE LA PROPUESTA

El Programa Provincial de Investigación y Desarrollo Aplicado (IDeA) tiene como objetivo impactar en la solución de las problemáticas que afectan a la población en general y al sector productivo de San Juan en particular. Este programa, promueve que la investigación científica y tecnológica local encuentre soluciones a las debilidades y amenazas detectadas en las doce (12) cadenas productivas estratégicas de la Provincia de San Juan, y espera resultados innovativos o de alto impacto socio-productivo para la Provincia de San Juan

Nuestro enfoque entiende que la importancia de esta convocatoria es considerarla como una política pública, desde la concepción de las políticas y las tecnologías de la diferencia. La noción de políticas de la diferencia, no son sólo las acciones gubernamentales o de organismos estatales, aunque son los ámbitos naturales donde se configuran y transforman estas políticas. Por *políticas de la diferencia*, se entiende la acción transformadora, que establece un puente entre el conocimiento, la sociedad civil y los sectores productivos. El antropólogo Eduardo Restrepo, en el libro *Hegemonía Cultural y políticas de la diferencia* compilado por Alejandro Grimson y editado por CLACSO- Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales-, señala que para la emergencia y despliegue de las políticas de la diferencia, es relevante el establecimiento académico y el saber experto, así como los



disímiles imaginarios sociales de la población en general, lo que Gramsci denomina el sentido común.

Por su parte, *las tecnologías de la diferencia* son los procedimientos que abordan y modelan sectores poblacionales diferenciados mediante las políticas de la diferencia produciendo efectos de reforzamiento, transformación o borramiento de tales diferencias. En otras palabras, las tecnologías de la diferencia son el modo en que se implementan las intervenciones sobre conjuntos poblacionales determinados en nombre de la diferencia. Estas políticas y tecnologías de la diferencia devienen en acciones concretas que, basadas en el conocimiento experto, hace del bienestar de una población como su razón de ser.

En esta línea de pensamiento, se considera una *política de la diferencia*, el hecho de que por 1º vez la Argentina cuenta con un Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva creado en 2007 bajo la presidencia de Cristina Fernández de Kirchner y es el primero en Latinoamérica que contempló la innovación productiva asociada a la ciencia y la tecnología. En la misma línea en la provincia de San Juan se jerarquizó la Secretaría de Ciencia y Técnica dotándolo de infraestructura, personal experto y financiamientos que permite generar programas como el IDEA, con importantes subsidios para que, desde la Universidad pública, los investigadores se avoquen a solucionar las debilidades y a potenciar las fortalezas de los sectores productivos de San Juan.

Si por políticas de la diferencia se entiende la metodología de intervención con un colectivo social, por tecnologías sociales se entiende la capacidad de hacer propio y de incorporar aquello que no se tiene (tecnología) a partir de lo que ya se sabe y se tiene (competencias ideológicas y culturales).

La palabra apropiación apunta a la capacidad de hacer propio y de incorporar aquello que no se tiene (la tecnología) a partir de lo que ya se sabe y se tiene (cosmovisiones, imaginarios, lógicas de funcionamiento y organización).

Como señala Carlos del Valle (2006) lo fundamental no es la tecnología en sí misma, sino la forma en que es utilizada como modo de producción de los sujetos y de las subjetividades.

Cuáles son los rasgos de la identidad de una tecnología social?

- Elaborar contenidos de manera colectiva
- Es el resultado de la participación colectiva
- Reunir y compartir información.
- Compartir opiniones y encontrar consejo.
- Distribuir contenido.
- Llamar a la acción y realizar convocatorias.

Para hablar de los diversos niveles de complejidad en la apropiación social de las TIC, adoptamos el **concepto de capital informacional** (Cees Hamelink, 1999, 2000), que comprende: *“La capacidad financiera para pagar la utilización de redes electrónicas y servicios de información, la habilidad técnica para manejar las infraestructuras de estas redes, la capacidad intelectual para filtrar y evaluar la información, como también la motivación activa para buscar información y la habilidad para aplicar la información a situaciones sociales”* (Hamelink,2000:91).

A partir del concepto de capital informacional se pueden establecer distintos niveles en el proceso de apropiación social de las TIC. La palabra apropiación apunta a la capacidad de hacer propio y de incorporar aquello que no se tiene (la tecnología) a partir de lo que ya se sabe y se tiene (cosmovisiones, imaginarios, lógicas de funcionamiento y organización).

Los movimientos sociales se apropian de la Red a partir de sus objetivos de resistencia y transformación del proceso de globalización capitalista. Su proyecto alternativo de sociedad marca, de alguna manera, los usos que hacen de las herramientas comunicativas. Además, los movimientos sociales se apropian de la Red desde unas estructuras organizativas que buscan la horizontalidad y la participación de sus miembros. Se puede decir que, en los movimientos sociales, la lógica de la red antecede a la red tecnológica de Internet. Aquellos que se habían dotado de organizaciones flexibles, horizontales e interconectadas unas con otras, son las que mejor se están aprovechando de los nuevos medios.

Como señala Carlos del Valle (2006) lo fundamental no es la tecnología en sí misma, sino la forma en que es utilizada como modo de producción de los sujetos y de las subjetividades. Si se tiene en cuenta la capacidad transformadora de quienes están al otro lado de la Brecha Digital, o si estos sectores reproducen las lógicas de control y de reproducción social.

A partir del concepto de capital informacional se pueden establecer distintos niveles en el proceso de apropiación social de las TIC:

1. En primer lugar estaría el acceso a las herramientas, es decir, la dotación de las infraestructuras necesarias (energía eléctrica, líneas telefónicas, ordenadores,
2. Un segundo nivel de apropiación implica la formación necesaria para manejar los equipos y los programas informáticos. Sería el nivel instrumental de la formación tecnológica que asegura el manejo de los dispositivos tecnológicos.
3. Hace falta, por tanto, dar el salto a un tercer nivel de apropiación de las TIC, que permita:

- Situar el acceso a las TIC en un marco de reflexión más amplio. La comunicación y el acceso tecnológico debe relacionarse con los procesos de cambio social, verdadero eje vertebrador de las políticas de comunicación de los movimientos sociales.
- Descubrir las posibilidades que ofrecen las tecnologías de la información para el trabajo en red. La reflexión en materia de comunicación tiene que ir unida a la reflexión sobre los modelos organizativos de los movimientos sociales. Se produce un mayor aprovechamiento de las TIC cuando las organizaciones sociales cuentan con modelos de organización en red: horizontales, participativos y flexibles.
- Finalmente, articular mecanismos para el procesamiento y aprovechamiento de la información que fluye por la Red, de tal modo que se puedan aplicar a las situaciones reales y concretas de cambio social en las que se trabaja.

La apropiación social de las TIC desde las claves que aporta el concepto de capital informacional permite resituar la experiencia acumulada por los medios comunitarios en el nuevo contexto de la Sociedad Global de la Información. Esta es la vía que abre la línea de investigación que se encuadra bajo el término de **Informática Comunitaria**. Para Michael Gurnstein (2000), uno de los impulsores de este enfoque, el objetivo final de la Informática Comunitaria (Community Informatics) es el de superar la Brecha Digital, y permitir a los sectores excluidos de la sociedad la puesta en marcha de procesos que conduzcan al desarrollo económico, a la justicia social y el empoderamiento político a través del uso de Internet.

José Sánchez Lugo (2007) plantea que “La concepción socio-técnica que implica la práctica de la Informática Comunitaria (IC) orienta la participación activa de los sectores populares. Las estrategias socio-técnicas permiten elaborar proyectos e iniciativas para habilitar individuos y comunidades en el proceso de apropiarse de las tecnologías de la información,

para que éstas sirvan para su desarrollo y bienestar. Entendemos la IC como un acercamiento estructurado para apoyar el desarrollo y la autogestión de las comunidades a través de la integración de las TIC” (Sánchez Lugo, 2007:4).

La puesta en marcha de la lógica de la apropiación social, y la comprensión de las tecnologías a partir de categorías como la de capital informacional, más coherentes con los objetivos y estilos de los movimientos sociales, permite el impulso de la línea de la Informática Comunitaria. Para Sierra Caballero (2008), este enfoque prioriza tres líneas principales de actuación:

1. El acceso a las redes y a los sistemas de comunicaciones.
2. La formación de competencias comunicativas.
3. La cooperación para el desarrollo local.

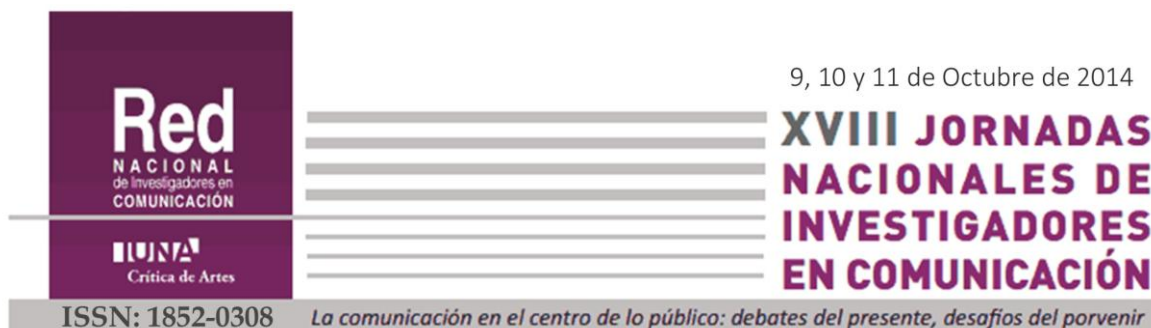
PROYECTO IDEA: TICS: ESTRATEGIAS PARA LA INCORPORACIÓN DE LOS PRODUCTORES AL MODELO ECONÓMICO DE RED PARA EL DESARROLLO REGIONAL

Nuestro trabajo es una propuesta de organización de los pequeños productores agroindustriales, tendiente a lograr su participación colectiva. Parte de la hipótesis de considerar que las acciones individuales de comercialización de los productores agroindustriales de los departamentos de Pocito, Rawson, Rivadavia, Zonda y Ullúm, no han tenido buenos resultados. Por ello, nos proponemos generar acciones tendientes a fortalecer la organización de los actores del medio rural a través de la incorporación de las TICS adaptándolas a las condiciones específicas de la región para insertar a la pequeña producción en las cadenas agroalimentarias con competitividad regional y equidad social. La finalidad de nuestra investigación es la de incrementar los niveles de participación, de los productores agroindustriales, agropecuarios y los productores familiares para dar

respuestas colectivas que mejoren la inserción de sus productos en la economía regional a través del uso de las TICS. Se pretende lograr un compromiso mutuo entre los distintos productores familiares con otras instituciones que actúan en ese ámbito para desarrollar los productos regionales con valor diferencial comercializándolos con ayuda de las TICS. El resultado esperado, no apunta sólo a vender un producto, sino también a modificar los mecanismos de participación promoviendo, las redes de actores y sus interacciones con capacidad de intercambiar experiencias y conocimientos mediados por las TICS.

Este proyecto tiene como punto de partida la hipótesis de que es necesario dirigir acciones concretas hacia territorios específicos de la provincia que por su contigüidad geográfica y sus similitudes productivas ameritan un enfoque diferencial. En esta propuesta, conocer especificidades del productor local, el entorno y su cultura, las materias primas y los productos locales, son el eje principal para lograr una identidad vinculada al origen con valor agregado en los procesos de producción, las tradiciones y la cultura local. La innovación de este enfoque es buscar estrategias diferenciales a través de la aplicación de las tecnologías sociales que apunten no sólo a vender un producto, sino también a modificar los mecanismos de participación, involucramiento y toma de decisiones de los productores locales, promoviendo, la región, su cultura y su gente. El uso de las TICS para la creación de una plataforma de comercio electrónico local, será la herramienta a través de la cual se capacite, acompañe y se vincule con el productor local para incorporar otras estrategias de comercialización tendientes a visibilizar la producción local.

La finalidad de nuestra investigación es la de incrementar los niveles de participación en la economía local, de los productores agroindustriales y para ello el objetivo principal de nuestra propuesta es el de favorecer la experiencia de una acción real de participación a través del uso de las TICS para dar respuestas colectivas que mejoren la inserción de los productores en la economía regional.



Nuestro trabajo es una propuesta de activación, tendiente a lograr la participación colectiva que parte de la hipótesis de considerar que las acciones individuales de los productores agroindustriales de los departamentos de Pocito, Rawson, Rivadavia, Zonda y Ullúm, no ha tenido buenos resultados. Por ello, nos proponemos generar acciones tendientes a fortalecer la organización de los actores del medio rural a través de la incorporación de las TICS adaptándolas a las condiciones específicas de la región para insertar a la pequeña producción en las cadenas agroalimentarias con competitividad regional y equidad social.

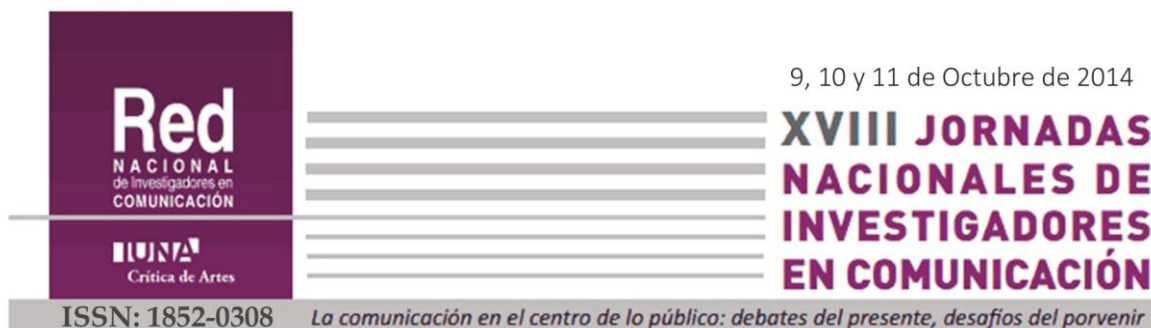
Nos proponemos lograr un compromiso mutuo entre los distintos productores familiares con otras instituciones que actúan en ese ámbito para agregar valor a los productos regionales utilizando las TICS. El objetivo no apunta sólo a vender un producto, sino también a modificar los mecanismos de participación en la economía local.-

ANTECEDENTES:

Respecto de los antecedentes hay numerosas políticas públicas nacionales generadas desde el gobierno nacional como:

Proyecto COCAP que Ejecuta el Ministerio de Producción y Desarrollo Económico de la provincia de San Juan se creó la USINA de Tecnologías de Información y Comunicación (TICs). Como fruto del trabajo realizado en esta Usina, y con el fin de dotar de una mayor competitividad al tejido productivo del territorio, se convalidó en el año 2010 la Idea Proyecto (IP) de “Generación de un Polo Tecnológico Virtual de Tecnologías de Información y Comunicación en la Provincia de San Juan”.

El objetivo general del proyecto es Generar un ámbito de trabajo donde interactúen y se potencien las sinergias de los empresarios del sector TIC, sector educativo, científico-técnico de investigación, Gobierno y sector productivo en general,



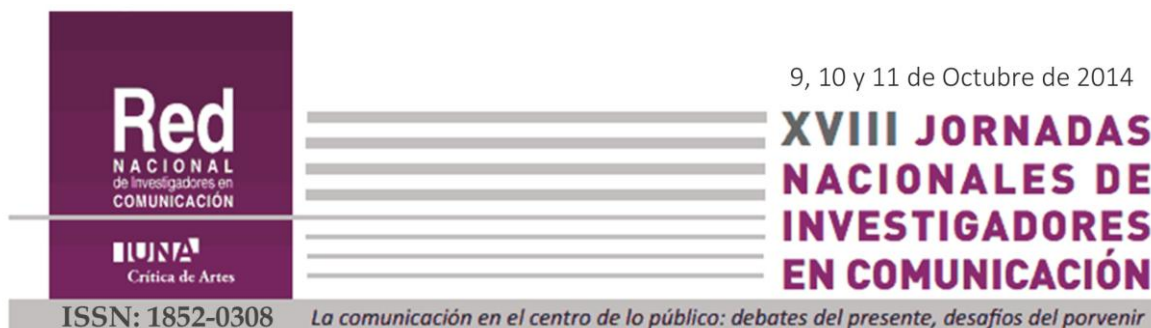
Subprograma de Comercio Electrónico cuyo objetivo es: acercar nuevas tecnologías, en este caso aplicadas a un sistema de comercialización vía Internet, a pequeños y medianos productores del país. A través de este sistema comercial se permite relacionar a estos pequeños y medianos productores con los consumidores. El INTI, en el marco del Programa de Extensión, ha visualizado a Internet como un medio que progresivamente va ganando espacios a los canales tradicionales y si bien en América Latina todavía la penetración es paulatina, se espera un crecimiento importante para los próximos años. Es por eso que desde el Subprograma de Comercio electrónico se incentiva, capacita y acompaña a productores argentinos, a acercarse a esta herramienta e ir constituyéndola de a poco en un elemento que complementará los canales habituales de venta y marketing.

Por su parte el gobierno nacional acordó con las autoridades del portal Mercado Libre la creación de un servicio gratuito de comercio electrónico para las Pymes que deseen hacer uso de dicha plataforma de ventas.

La creación del programa La Marca Colectiva es una política pública enmarcada en la Ley Nacional N° 26.355 de “Marca Colectiva”, sancionada el 28 de febrero de 2008, para mejorar la calidad de los productos y/o servicios de la economía social y facilitar su inserción en el mercado. Desde su puesta en marcha, apoya a los emprendedores en la consolidación de sus identidades, los acompaña en el diseño de su imagen y los asesora en lo referido a los trámites necesarios para su registro ante el Instituto Nacional de Propiedad Industrial (INPI).

PLANTEO Y FUNDAMENTACIÓN DEL PROYECTO

Esta investigación se enmarca dentro de las líneas prioritarias definidas para la convocatoria, específicamente en el punto 4.5 que agrega el “aglomerado productivo TICs

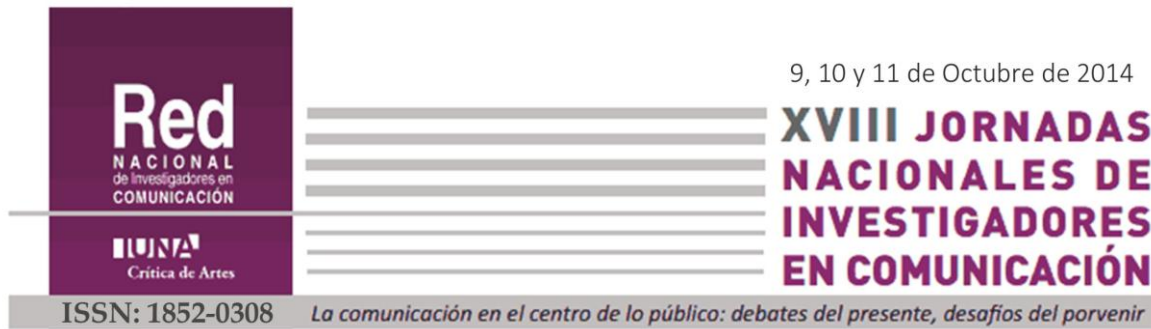


elaborado en el marco del Proyecto COCAP del Ministerio de Producción y Desarrollo Económico de la Provincia”.

Si bien es cierto que en este informe, se elabora un diagnóstico que indica la necesidad de generar un polo tecnológico para el desarrollo de las tecnologías de la información y de la comunicación, no es menos cierto, que el alcance del proyecto incluye a productores, empresarios, y potenciales recursos humanos para el desarrollo de la industria informática en general. Lo expuesto, se ve reflejado en el I objetivo propuesto que es generar un ámbito de trabajo donde interactúen y se potencien las sinergias de los empresarios del sector TIC, sector educativo, científico-técnico e investigación, Gobierno y sector productivo en general.

Del análisis efectuado a los Proyectos para la Elaboración de Planes de Mejora de la Competitividad de las Cadenas Productivas de la Provincia de San Juan CADENA DE HORTALIZAS INDUSTRIALIZADA Y CADENAS DE SEMILLA, se infiere que hay un alto grado de informalidad en las operaciones de venta, que los canales comerciales son diversos para cada productor y que existen distintas formas de venta de las semillas, ya que a veces se venden procesadas, limpias y envasadas con marca, y otras veces se entregan a otro eslabón de la cadena solamente cosechadas y secas, sin procesar ni envasar. Estos estudios señalan que existe una gran heterogeneidad de PyMEs en cuanto a tamaño, desarrollo empresarial, capacidad productiva, desarrollo comercial, liderazgo y vocación para realizar acciones conjuntas que mejoren el “negocio” de la cadena.

Este proyecto tiene como punto de partida la hipótesis de que es necesario dirigir acciones concretas hacia territorios específicos de la provincia que por su contigüidad geográfica y sus similitudes productivas ameritan un enfoque diferencial. Las investigaciones señaladas, tienen como objetivo lograr la creación de valor agregado en la producción primaria y facilitar el acceso de los pequeños productores agropecuarios a nuevos mecanismos de



comercialización de su producción. Esto es posible a través de un mejoramiento en la optimización técnica y organizacional de los productores, poniendo en foco, las especificidades culturales del entorno, las materias primas y los productos locales, para lograr una identidad vinculada al origen con valor agregado en los procesos de producción, las tradiciones y la cultura local.

Por ello, es que se pretende lograr acciones colectivas entre los distintos productores familiares con otras instituciones, programas y políticas públicas que actúan en ese ámbito, para desarrollar los productos regionales con valor diferencial utilizando las tecnologías de la información y de la comunicación. El objetivo es la aplicación de las tecnologías sociales que apuntan no sólo a vender un producto, sino también a modificar los mecanismos de participación, involucramiento y toma de decisiones de los sujetos promoviendo, la región, su cultura y su gente.

OBJETIVOS

Objetivo General:

- Generar acciones tendientes a fortalecer la organización de los actores del medio rural a través de la incorporación de las TICS adaptándolas a las condiciones específicas de la región para insertar a la pequeña producción en las cadenas agroalimentarias con competitividad regional y equidad social.

Objetivos Específicos:

1. Hacer un relevamiento de las capacidades, fortalezas y debilidades de los productores que producen o consumen los productos de las cadenas productivas vinculadas a INTA Agencia de Extensión Rural (AER) Pocito



9, 10 y 11 de Octubre de 2014

**XVIII JORNADAS
NACIONALES DE
INVESTIGADORES
EN COMUNICACIÓN**

ISSN: 1852-0308

La comunicación en el centro de lo público: debates del presente, desafíos del porvenir

2. Elaborar un mapeo y el perfil socio productivo sobre los distintos tipos de productos que se generan en los departamentos de Pocito, Rawson, Rivadavia, Zonda y Ullum
3. Fortalecer acciones cooperativas entre productores, artesanos, Ongs, municipios tendientes a potenciar la dimensión colectiva local con vistas a la conformación de asociaciones con identidad local.
4. Generar espacios de comunicación e intervención donde se privilegie la escucha atenta, las especificidades culturales del entorno, las materias primas y los productos locales, para lograr una identidad vinculada al origen con valor agregado en los procesos de producción, las tradiciones y la cultura local.
5. Generar instancias de aprendizaje para uso y apropiación de las TICs (desde la web 2.0, al uso de radios comunitarias,) de modo de facilitar a los usuarios las herramientas propuestas que cada uno adoptará según sus intereses.
6. Formar en estrategias de comercialización para la puesta en valor de los productos a través distintos medios tales como el comercio electrónico, la publicidad local, los blogs, las paginas institucionales de los municipios.
7. Proponer la creación de una plataforma de Comercio electrónico propia, para la visualización y comercialización de los productos nucleados en la red.
8. Elaborar y registros orales, escritos y audiovisuales de las experiencias recopiladas para ser difundidas a modo de cartillas.

METODOLOGÍA Y FORMA DE INTERVENCIÓN

Pensamos la intervención y la construcción de proyectos desde una mirada con el Otro, en un nosotros simétrico, que articule acciones en una praxis *“conjunta entre dos tipos de agentes de transformación y de conocimiento: los agentes externos, que aportan a cada situación, su saber técnico, y los agentes internos a ella, que aportan saber popular históricamente desarrollado”*.¹

La participación ciudadana es el eje a partir del cual estamos basando nuestras estrategias para la organización de los productores con el propósito de aprovechar las oportunidades de agregar valor a sus productos para su comercialización, por ello consideramos que el concepto de tecnologías sociales es pertinente para abordar este tipo de investigaciones. Una tecnología social tiene por finalidad actuar en diferentes ámbitos concernientes a la calidad de vida, mediante la participación de la gente en su propio desarrollo socio-cultural (Ander-Egg. 1995). Es el conjunto de acciones realizadas por individuos, grupos o instituciones sobre una comunidad (o un sector de la misma) y en el marco de un territorio concreto, con el propósito principal de promover en sus miembros una actitud de participación activa en el proceso de su propio desarrollo, tanto social, como cultural. (Jaume Trilla y colaboradores)

De estas dos definiciones y nuestra experiencia en campo, planteamos la necesidad de crear las condiciones para la participación libre de los productores locales, partiendo de sus conocimientos previos, de sus intereses y experiencias, para desarrollar un proceso educativo motivador, del cual son los actores principales.

Las tecnologías sociales son una metodología de participación, por tanto son instancias en las que se propone, discute, aprueban, reflexiona y aceptan las propuestas del grupo. Esto nos lleva inevitablemente a una programación flexible y dinámica, entendida como cambiante y activa.

De allí que para cumplir con los objetivos propuestos se trabajará la Comunicación como eje transversal desde distintos enfoques:



UNA
Crítica de Artes

9, 10 y 11 de Octubre de 2014

XVIII JORNADAS NACIONALES DE INVESTIGADORES EN COMUNICACIÓN

ISSN: 1852-0308

La comunicación en el centro de lo público: debates del presente, desafíos del porvenir

- La etnometodología de la comunicación para trabajar el enfoque participativo promoviendo estrategias metodológicas que ponen atención especial en los sistemas de diagnóstico participativo, en los relatos orales, en la escucha atenta de modo tal que el diseño de las propuestas sea consistente y se adapte a las realidades de cada lugar.
- La comunicación comunitaria: que permite el relevamiento en terreno de voces de distintos actores sociales. La inclusión del enfoque de la comunicación comunitaria como práctica de interacción entre los distintos actores/productores locales permitirá un permanente rediseño de las estrategias de intervención / extensión con claros objetivos de inclusión social, empoderamiento, autogestión, y promoción de la autonomía de los sectores menos visibles socialmente.
- La educación en alfabetización digital: desde esta perspectiva se concibe el conocimiento como bien público, la formación y educación digital da la posibilidad de potenciar el esfuerzo cooperativo, la construcción grupal, y la libertad de la circulación del conocimiento. El conocimiento y apropiación de las redes sociales, los blogs y las páginas web, creadas por los usuarios locales, constituye una clara expresión de la democratización del conocimiento. Será necesario relevar el nivel de alfabetización digital de los grupos que conforman la red y evaluar la utilidad de los distintos sistemas y el modo en que los usuarios se relacionan con ese sistema para su funcionalidad.
- La comunicación estratégica para la identidad corporativa que se refiere a la diferenciación del producto en el mercado por los rasgos que lo identifican y lo distinguen de otros, como una característica importante para poner en valor. Será fundamental, evaluar los distintos productos y generar la identidad colectiva combinando los factores humanos y naturales de producción vinculados al territorio a

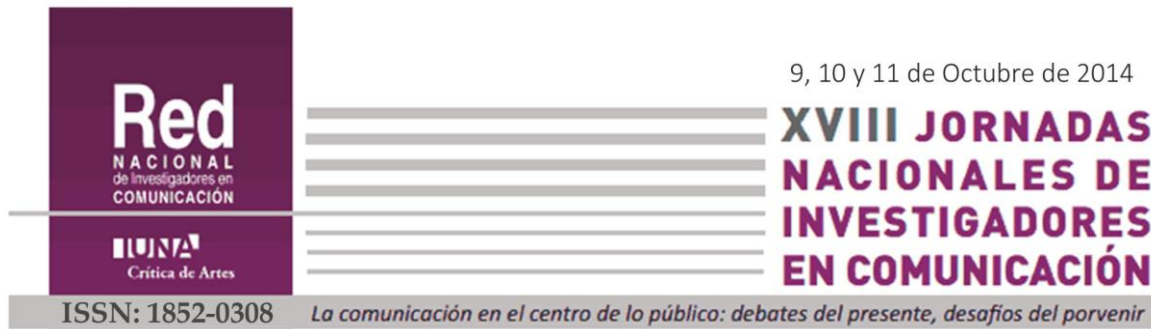
la gente y a su cultura (de cada zona o producto). Una identidad colectiva , representa los valores del trabajo asociativo y rescata identidades locales, así como también métodos y estándares de producción compartidos por emprendedores y artesanos locales. Esta previsto formar a los productores en estrategias básicas para la comercialización del producto a través de un plan de mercadeo.

Estrategias metodológicas:

El mapeo sociocultural hará posible operar en un marco socio-institucional muy complejo, donde se ven interacciones entre distintas organizaciones las cuales puedan operar al nivel local, regional, nacional. La metodología del análisis de redes sociales aplicada como una herramienta de diagnóstico permite comprender las redes locales mostrando las interacciones entre actores y las personas con influencia. Los mapas creados por esta herramienta tienen mucho potencial a la hora de informar acerca de la realidad a través de sociogramas muy útiles donde el nivel de alfabetismo es a veces muy bajo, lo que ocasiona la falta de interés en participar o leer informes escritos.

También se priorizarán acciones que posibiliten una alta participación de los distintos actores, incorporando un fuerte valor de lo testimonial o vivencial y recuperando las experiencias de los productores locales. El registro oral, las asambleas, las entrevistas a informantes claves constituirán la base para conocer las subjetividades de los actores locales, sus intereses y expectativas respecto al uso y apropiación de las TICs

Se prevé la realización de encuentros de intercambio de saberes y experiencias con la población objetivo, para el reconocimiento y valorización de recursos presentes en el medio, la adquisición de conocimientos y habilidades como estrategia de desarrollo de competencias y la mejora de las relaciones interpersonales y con el medio ambiente



Nuestra unidad de análisis son los pequeños y medianos productores agropecuarios, artesanos, agricultores familiares, etc de los departamentos de Pocito, -Rawson, Rivadavia Zonda y Ullum, que cumplan o no con las normativas para la venta de sus productos (inocuidad), nucleados en organizaciones de productores u organismos como el INTA, o las municipalidades

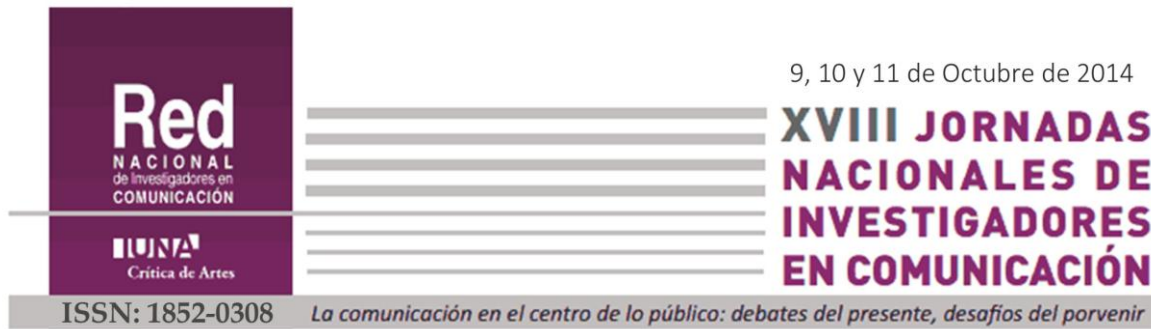
RESULTADOS ESPERADOS:

- 1- El empoderamiento de los agricultores familiares con menos acceso a los mercados a partir del asociativismo.
- 2- El incremento en la aplicación y uso de las herramientas de las TICS en las distintas cadenas productivas
- 3- La sostenibilidad del sistema de producción y promoción de los productos basado en la identidad local y la calidad de los productos locales
- 4- El aumento de la competitividad y el reconocimiento del producto a partir de su visibilidad por el uso de las TICS
- 5- La disminución de la brecha digital entre los productores locales
- 6- La adopción de los organismos gubernamentales de los programas para su sostenibilidad cuando los investigadores se retiren del proceso.

BIBLIOGRAFÍA:

Armenta J. “Diálogo y amistad: una propuesta centrada en la persona” en “Olas de cambio” N°2 / 2008

Alfonso Malena, Ciafardo Amalia, Picco Sofia “Extensión y formación de formadores:



concepciones prácticas y procesos” EPC Educación. Bs. As. 2009

Fundación de la Innovación Bankinter en el libro “*Tecnologías Sociales. El poder de las conversaciones en red*”. Madrid. 2012

Carniglia, Edgardo: “Las ruralidades de la prensa” Agronegocio, tecnología y agrarismo. Universidad nacional de Río Cuarto, 1| Ed. 2012

Costa Joan “la imagen de marca. Un fenómeno Social” Paidós. Barcelona 2004

Capriotti Paul “Gestión de la marca corporativa” La Crujía. Bs. As. 2004

Coscarelli Raquel “La extensión universitaria. Sujeto, formación y saberes” Ediciones de Periodismo y Comunicación. Bs. As. 2009

Dede, Chris (2000): *Incorporación progresiva de las innovaciones educativas*. En Aprendiendo con tecnología. Barcelona. Paidós. Cap I

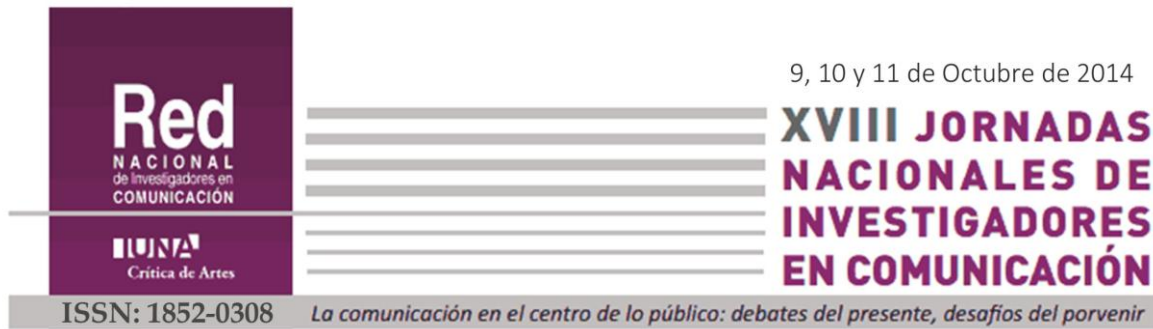
Emilie Vandecandelaere, Filippo Arfini, Giovanni Belletti, Andrea Marescotti “Uniando personas, territorios y productos. Guía para fomentar la calidad vinculada al origen y las indicaciones geográficas sostenibles”. La presente guía ha sido producida de manera conjunta por la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO) y SINER-GI 2010

Huergo, Jorge, “Construyendo comunidades. Reflexiones actuales sobre comunicación comunitaria” La Crujía. Bs. 2009

Mendez Laura “Construir comunidades... desde la universidad” Bs. As. La Crujía 2009

-Informes de cada cadena productiva se pueden encontrar en la página: www.calidadsj.com.ar. -

Oswaldo León, Sally Burch, Eduardo Tamayo en “ *Internet y organizaciones sociales: Un estudio exploratorio*” ALAI, septiembre 2 <http://alainet.org/publica/msred/>



-Proyecto para la Elaboración de Planes de Mejora de la Competitividad de las Cadenas Productivas de la Provincia de San Juan “Cadena de hortalizas industrializada”

Proyecto para la elaboración de planes de mejora de la competitividad de las cadenas productivas cadena de semillas

Agenda y Manual de Autoproducción de Alimentos Seguridad Alimentaria y Desarrollo Local. INTA- Ministerio de Desarrollo Social de la Nación 2010

La matriz TIC . Una herramienta para planificar las Tecnologías de la Información y Comunicación en las instituciones educativas. IPE UNESCO, Sede.Regional Buenos Aires
