

Actores y redes territoriales: su aporte en las estrategias de comercialización, comunicación y educación en el contexto por la pandemia COVID-19

Fabiana García, Verónica Iriarte, Claudia Ischia, Carolina Piscione y Constanza Villagra



Instituto Nacional de
Tecnología Agropecuaria



Instituto Nacional de
Tecnología Agropecuaria

Actores y redes territoriales: su aporte en las estrategias de comercialización, comunicación y educación en el contexto por la pandemia COVID-19

Estación Experimental Agropecuaria INTA Balcarce
2021

Este documento es resultado del financiamiento otorgado por el Estado Nacional, por lo tanto, queda sujeto al cumplimiento de la Ley N° 26.899.

Autoras:

Fabiana García¹
Verónica Iriarte²
Claudia Ischia¹
Carolina Piscione³
Constanza M. Villagra⁴

Diseño:

Federico Miri⁵

1 AER Benito Juárez, EEA Balcarce

2 AER La Madrid, EEA Balcarce

3 AER Mar del Plata, EEA Balcarce

4 AER Necochea, EEA Balcarce

5 EEA Balcarce

007 Actores y redes territoriales: su aporte en las estrategias de
Ac87 comercialización, comunicación y educación en el contexto por la
pandemia COVID-19 / Fabiana García... [et al.]. – Buenos Aires :
Ediciones INTA; Estación Experimental Agropecuaria Balcarce, 2021.
10 p. : il.

Otros autores: Verónica Iriarte, Claudia Ischia, Carolina Piscione y Constanza Villagra

ISBN 978-987-8333-78-6 (digital)

i. García, Fabiana. ii. Iriarte, Verónica. iii. Ischia, Claudia. iv. Piscione, Carolina. v. Villagra, Constanza.

COMUNICACIÓN – COMERCIALIZACIÓN – EDUCACIÓN – COVID-19 –
DESARROLLO TERRITORIAL

DD-INTA

*Esta publicación
cuenta con licencia:*



Prólogo

La dinámica de relaciones entre actores y redes territoriales como respuesta a la adaptación ante cambios abruptos de contexto, refleja el estado de desarrollo y maduración de la trama socio-técnica de cada territorio. El INTA, como institución abocada a la innovación de los sistemas agropecuarios, agroalimentarios y agroindustriales y actor relevante del desarrollo local, se constituye como parte de esta trama, y a su vez debe entender y asimilar estos procesos de cambio. La identificación de nuevas formas de relacionamiento entre actores y redes territoriales conlleva indefectiblemente a la aparición de nuevas demandas y oportunidades que atender desde nuestra institución.

El aislamiento social, preventivo y obligatorio (ASPO) y el distanciamiento social dispuesto por el Estado Nacional, como medidas principales para evitar la propagación de la pandemia COVID 19, impulsó transformaciones en los territorios y reconfiguró la producción y acceso a los alimentos en cada localidad, como así también a los procesos de comunicación y educación.

Esta publicación conjuga una aproximación al estudio de las nuevas formas de relacionamiento entre actores y redes territoriales ante el contexto COVID-19 que emergieron en un momento de alta restricción en la circulación debido al ASPO (fines de abril de 2020). La búsqueda de información incluyó a los 10 partidos que abarca la Estación Experimental Agropecuaria Balcarce de INTA (EEA Balcarce). A través de un intercambio enriquecedor entre los y las agentes de extensión, se relevaron las diferentes estrategias que desarrollaron los actores vinculados con la agricultura familiar para la producción y comercialización de sus productos - articuladas con distintas políticas públicas presentes en el territorio - y, también, aquellas sobre comunicación y educación implementadas por los técnicos y técnicas del INTA.

Se pudo identificar claramente como la Agricultura Familiar y las y los agentes de la EEA Balcarce, apelaron a las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) para adecuar las formas de vinculación, sostener las capacidades de organización y gestionar capacitaciones ante los cambios impuestos por el ASPO en los modos de producción, comercialización y comunicación.

Esperamos aportar al diagnóstico y posterior seguimiento de estas relaciones entre actores y redes para adaptar la estrategia y accionar institucional al nuevo contexto, a partir del fortalecimiento de la labor para contribuir desde la institución al desarrollo y sustentabilidad del sector rural y agroalimentario. Desde la EEA Balcarce transitamos hacia la integración de las capacidades y competencias territoriales con el propósito de viabilizar los procesos de innovación que se construyen en nuestros territorios. La presente publicación aporta significativamente a este objetivo.

Juan María Erreguerena
Coordinador de Área Territorial y Desarrollo Rural
Estación Experimental Agropecuaria INTA Balcarce

Facundo Quiroz
Director
Estación Experimental Agropecuaria INTA Balcarce

Actores y redes territoriales: su aporte en las estrategias de comercialización, comunicación y educación en el contexto por la pandemia COVID-19

Autoras: Fabiana García, Verónica Iriarte, Claudia Ischia, Carolina Piscione y Constanza M. Villagra.
Grupo Desarrollo Territorial
PIT Mar y Sierras
Estación Experimental Agropecuaria Balcarce
2021

Consideraciones sobre las dimensiones de comercialización, comunicación y educación

El aislamiento social, preventivo y obligatorio (ASPO) dispuesto por el Estado Nacional¹ en marzo de 2020, como medida principal para evitar la propagación de la COVID 19, impulsó cambios en los territorios y reconfiguró el acceso a los alimentos en cada localidad y los procesos de comunicación y educación. Todos los actores del territorio, como la Agricultura Familiar (AF) y las agentes y los agentes de la institución, necesitaron apelar a las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) para adecuar los cambios en las formas de vinculación, sostener las capacidades de organización, gestionar capacitaciones virtuales y afrontar los cambios en los modos de comercialización, entre otras cuestiones afectadas por las restricciones de circulación.

El grupo Ad Hoc de Desarrollo Territorial de la EEA Balcarce, se propuso realizar una primera aproximación con foco en los 10 distritos que abarca la experimental –Balcarce, Benito Juárez, Gral. Alvarado, Gral. Pueyrredon, Gral. La Madrid, Laprida, Lobería, Necochea, Tandil, Olavarría–; sobre las estrategias que los actores relacionados con la AF desarrollaron para la producción y comercialización de sus productos y, también sobre las acciones y líneas de comunicación y educación implementadas por los técnicos y técnicas del INTA desde el inicio del ASPO. Para la construcción de este documento se consultó a los y las extensionistas de las agencias sobre ambas dimensiones durante la segunda quincena del mes de abril del corriente año². Para el caso específico de estrategias de comercialización, se recabaron datos de los grupos o actores vinculados con los Programas Cambio Rural y ProHuerta –a través de Grupos de Abastecimiento Local (GAL) y Proyectos Especiales–, entre otras herramientas de política pública presentes en el territorio³.

La presentación de la información obtenida, se divide en dos secciones que se corresponden con las dimensiones mencionadas, por un lado *Comercialización* y por otro, *Comunicación y educación*.

¹ DNU-2020-297-APN-PTE - Aislamiento social, preventivo y obligatorio. Disponible en: <https://www.boletinoficial.gob.ar/detalleAviso/primera/227042/20200320>

² El apartado de Comunicación y Educación se nutrió además de datos recabados durante el mes de mayo, sobre todo los referidos a instancias de capacitación virtual realizadas posteriores al relevamiento.

³ Las experiencias relevadas fueron: Feria Verde Agroecológica de la ciudad de Mar del Plata, Grupo Cambio Rural Productorxs Frutihortícolas Agroecológicas del Sudeste Bonaerense (Gral. Pueyrredon), Feria Tierra Sana (Miramar, Gral. Alvarado), Feria Cuatro Estaciones (Balcarce), Grupo GAL Frescura Natural (Necochea), Huerta Comunitaria Frutos de la Tierra y Huerta Comunitaria Mov. Evita CTEP (Tandil), Grupo Manos La Madrid (Gral. La Madrid). Del partido de Lobería y de Olavarría se recabaron datos de productores hortícolas no agrupados, pero con vínculo con las agencias a través de sus técnicos.

Estrategias de comercialización durante la Covid-19

Las variables indagadas para la dimensión estrategias de *comercialización* de la AF abarcaron: la reorganización de la diversidad de actores integrados en los procesos de comercialización para dar continuidad a la actividad; el rol y aporte del INTA; los canales de comunicación desplegados en la adaptación a las nuevas condiciones; la recepción de esta reorganización por parte de los consumidores; la valoración por parte de la AF sobre la organización en este contexto y los aprendizajes obtenidos del conjunto de sujetos comprendidos en los casos analizados.

En este relevamiento se identificaron los siguientes emergentes: el cierre de espacios de venta directa como ferias, las dificultades iniciales para conseguir los permisos requeridos para trasladarse y ofrecer sus productos, una serie de obstáculos para el abastecimiento de insumos para la producción, el aumento del costo de los fletes y el incremento de los precios de los alimentos. Este entramado de factores afectó principalmente a los sectores más vulnerables, pero a su vez, generó la reorganización del ámbito de la AF. Pronto se activó toda una red de actores para garantizar la continuidad de su sistema productivo comprendiendo la relevancia que tienen las producciones familiares y los circuitos de proximidad en el abastecimiento de las comunidades, al evitar el traslado a través de grandes distancias de los alimentos frescos hacia los consumidores.

Los datos aportados por las nueve experiencias relevadas, independientemente de sus particularidades y grado de desarrollo, reflejaron una valoración positiva de la existencia de redes en las que la AF ya participaba. Estos entramados previos favorecieron el acceso a la información y la resolución dinámica de las distintas problemáticas que se fueron presentando. De esta manera, los productores obtuvieron la documentación para circular en cada una de las localidades y conocieron las medidas de cuidados para evitar contagios a partir de la difusión de recomendaciones y protocolos oficiales⁴. Asimismo, accedieron a beneficios otorgados por el Estado para aliviar la situación de los sectores sociales directamente perjudicados, como por ejemplo el Ingreso Familiar de Emergencia (IFE). Por otro lado, el Programa ProHuerta, a través del contacto directo les facilitó recursos como semillas a granel, pollitas ponedoras o el préstamo de motocultivadores para continuar con la producción en los espacios comunitarios.

Los agentes de INTA en el territorio propiciaron articulaciones con distintos organismos del Estado (Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria -Senasa- y Secretaría de Agricultura Familiar -SAF MAGYP-). En algunos casos, asumieron la interlocución con los gobiernos locales para continuar con la comercialización y facilitar donaciones realizadas por los agricultores, en el asesoramiento y la elaboración de recomendaciones para productores, intermediarios solidarios y consumidores; la animación de la comunicación entre los integrantes de los grupos; los roles operativos para la distribución y logística y el acompañamiento para el acceso a distintos beneficios.

En general, a raíz de las condiciones impuestas por el ASPO, el volumen de comercialización directa del sector de la AF disminuyó. Grupos de productores que trabajaban con bolsones, vieron reducidos sus volúmenes de venta por contar con menos intermediarios solidarios que actuaban como bocas de expendio a distintos barrios. En los casos en que las ferias pudieron seguir con sus actividades, se redujo la circulación de consumidores. Por esta razón, se puso en funcionamiento la venta por pedido y con entrega a domicilio. Esta estrategia permitió la llegada a nuevos consumidores y desencadenó un incremento en las ventas. Simultáneamente, los consumidores ponderaron la alimentación saludable y trazable y valoraron la producción local.

En cuanto a las acciones de comunicación implementadas, en todos los casos se destacó el aprovechamiento de la multiplicidad de redes sociales (WhatsApp, Facebook, Instagram, Twitter). De esta manera, pese al aislamiento físico, se vivenció un acercamiento a través del medio virtual para la evaluación de las estrategias y la toma de decisiones entre los productores, la difusión de los productos para la venta y el contacto con los consumidores.

⁴ <https://magyp.gob.ar/covid-19/>

La rápida resolución de las distintas problemáticas que se presentaron frente a la emergencia y la toma de decisiones en la búsqueda de soluciones y estrategias para dar respuesta, fueron muy valoradas por los agricultores familiares.

En la consulta realizada por el equipo Ad Hoc de Desarrollo Territorial, se presentó el grupo de artesanas Manos La Madrid, único emprendimiento relevado de producción no alimenticia. Dedicado a hilados y tejidos artesanales, principalmente se abocó a responder la demanda de un cliente de la ciudad de Bariloche y de una empresa de ciudad de Buenos Aires. La organización de ambos pedidos, fue posible con reuniones presenciales previas al ASPO. Al igual que en los casos de comercialización de alimentos, la red de Whatsapp fue el medio más utilizado para mantener la comunicación grupal y con los clientes. Por otra parte, el INTA colaboró en la logística para lograr la entrega comprometida. El cierre del distrito obstaculizó seriamente el aprovisionamiento de fibra y el envío de los productos terminados. El impedimento para transitar, también provocó la caída de las ventas en el punto fijo que tienen en la ciudad. No obstante, intentaron mantener la comercialización a través de publicidad por radio para recepción de pedidos. En el aspecto organizacional, el tipo de producción hace que el emprendimiento sea de carácter colectivo, por lo que las estrategias individuales son definidas a partir de un proceso grupal. En ese sentido, no identificaron una diferencia específica respecto de la etapa previa al ASPO.

Imágenes sobre las estrategias de comercialización de la AF durante la COVID 19



Comercialización semanal de bolsones del grupo Frescura Natural en la Biblioteca Popular Sarmiento Barrio Puerto, Necochea.



Donación de 500 kilos de hortalizas por parte del Grupo Frescura Natural, Necochea.



Distribución de bolsones de hortalizas de Feria Verde Agroecológica, Mar del Plata.



Producción de alimentos de la Feria Verde Tierra Sana, Miramar.



Producción de alimentos en Lobería.



Producción de alimentos en Sierras de los Padres Grupo Cambio Rural Productorxs Frutihortícolas Agroecológicxs del Sudeste Bonaerense (Gral. Pueyrredon)

Estrategias de Comunicación y Educación durante la COVID-19

Las variables indagadas para la dimensión de comunicación y educación fueron: estrategias de comunicación para llegar a los distintos actores del territorio, formatos para la difusión de contenidos de capacitación elaborados y actores destinatarios de los dispositivos de capacitación planteados.

En cuanto a las estrategias de comunicación, se reconoció el rol protagónico que ocuparon las Redes Sociales (RRSS) y los servicios de mensajería como WhatsApp que ante la imposibilidad de la presencia física en espacios de comercialización y capacitación, aumentaron su frecuencia de uso y de interacción con diversos actores.

Las mediaciones de los dispositivos digitales propusieron una diversidad de estrategias que fueron diferenciándose en la práctica concreta. Algunas, por conocimientos previos y familiaridad en el uso, respetaron las narrativas particulares de las RRSS, otras se abordaron desde la urgencia de llegar a tiempo ante las demandas crecientes que imponía la situación, pero todas desplegaron una capacidad de encuentro con los distintos actores del territorio que dio cuenta de la trayectoria y del trabajo cotidiano.

El WhatsApp se posicionó como la herramienta por excelencia para comunicarse entre técnicos, técnicas, participantes de las organizaciones y promotores voluntarios y promotoras voluntarias del Programa ProHuerta y también para sostener las dinámicas de organización y decisión desde las posibilidades de instantaneidad que ofrece.

En general, se identificó el uso de grupos pero no se diferenció de la utilización de las listas de distribución, que pueden potenciar las estrategias de difusión, promoción y comercialización.

No se pudo detectar la presencia de alguna elección estratégica entre medio/dispositivos y tipo de destinatario.

Facebook y Twitter ocuparon el lugar principal en cuanto a medios de difusión de información. Apareció recurrentemente el diseño de flyers para la promoción de espacios comerciales, como así también de materiales de capacitación dirigidos a la comunidad en general, a consumidores y consumidoras, huerteros y huerteras (sic), productores y productoras agropecuarios, entre otros.

La radio también se posicionó como una importante aliada en las distintas localidades, revalorizando al medio como un servicio y las posibilidades de acceso de la comunidad. La televisión, portales digitales de información y el email, en menor medida, continúan siendo utilizados para la difusión de información técnica.

Teniendo en cuenta que la emergencia sanitaria se generó en plena temporada de la campaña otoño invierno, con la entrega de semilla del Programa ProHuerta en marcha, los equipos locales de las agencias asumieron el rol de capacitadores virtuales o a distancia. Muchos técnicos y técnicas, desarrollaron ideas con vistas a generar productos, sea cual fuere su formato, en conjunto con los comunicadores de la EEA.

En este sentido, desplegaron estrategias que incluyeron la producción de micro radiales, audiovisuales y flyers, o utilización de materiales institucionales existentes para potenciar las actividades de acompañamiento a la siembra y manejo de los cultivos.

Ante la imposibilidad de realizar capacitaciones presenciales, se comenzó a utilizar el servicio de videoconferencia a través de la plataforma Zoom, que posibilita el intercambio simultáneo entre

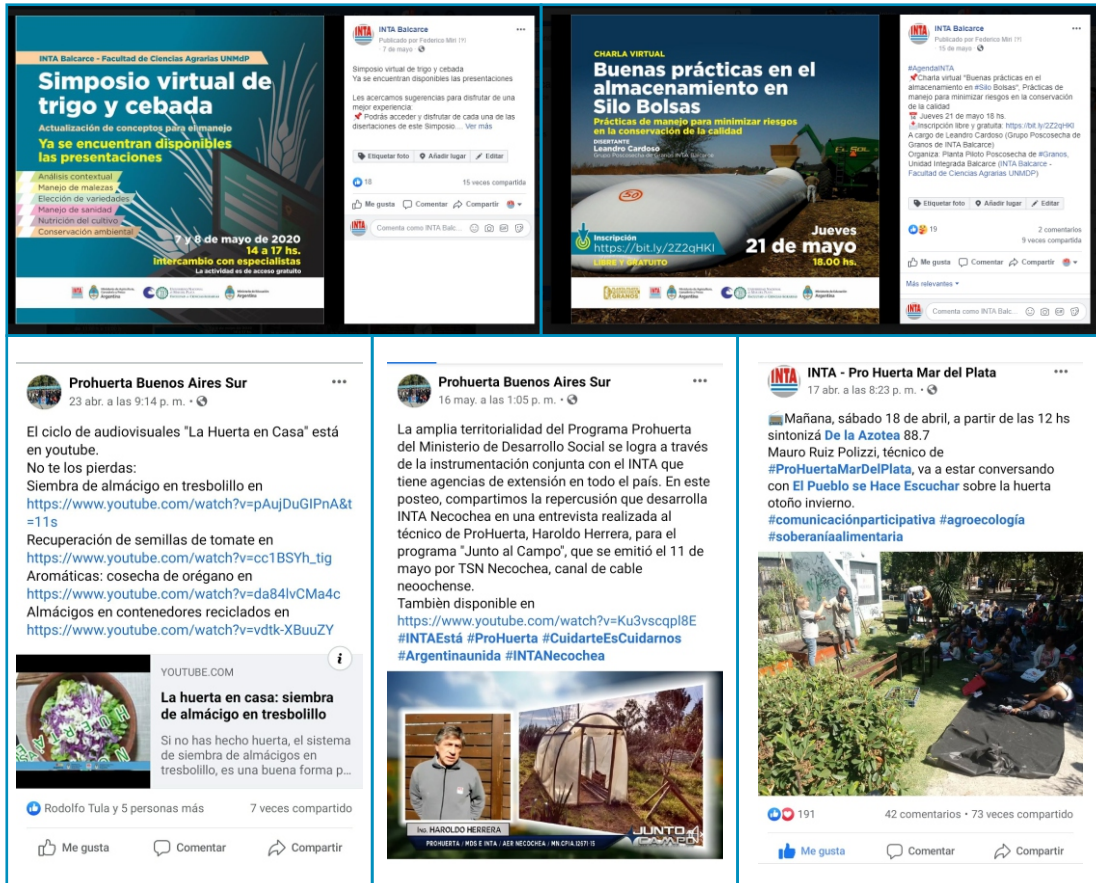
⁵ El Simposio Virtual de Trigo y Cebada organizado por el INTA Balcarce y la Facultad de Ciencias Agrarias UNMDP, los días 7 y 8 de mayo de 2020 contó con 750 inscriptos. Las 12 presentaciones más las 2 en vivo, que quedaron alojadas en el canal de youtube de la EEA Balcarce, tuvieron en total: 5503 visualizaciones al 15/5/2020. Durante la primera jornada participaron en vivo 180 personas y en la segunda, 80.

La capacitación virtual por zoom sobre "Experiencias prácticas en manejo del pastoreo de forrajeras templadas", organizada por los extensionistas Kevin Leaden (INTA Laprida), Paulo Recavarren (INTA Olavarría), Agustín Figliuolo (INTA Benito Juárez) y Francisco Caldentey (INTA Azul), superó las expectativas al alcanzar 485 inscriptos, aunque la plataforma admitía 100 participantes. Se encuentra alojada en el canal de youtube de la EEA Balcarce y hasta el día 15/5/2020 tuvo 3612 visualizaciones.

los participantes. Además, este producto queda disponible en el canal de YouTube de INTA Balcarce para otros momentos. Hubo una buena recepción⁵ por parte de las distintas audiencias, ampliándose las mismas a otras localidades fuera del área de influencia de la EEA lográndose incluso un alcance nacional.

Finalmente, en algunos casos se promocionaron encuentros o charlas virtuales de formación, debate o reflexión generadas por el INTA a través de Instagram o Youtube Live.

Imágenes sobre las estrategias de comunicación y educación durante la COVID 19



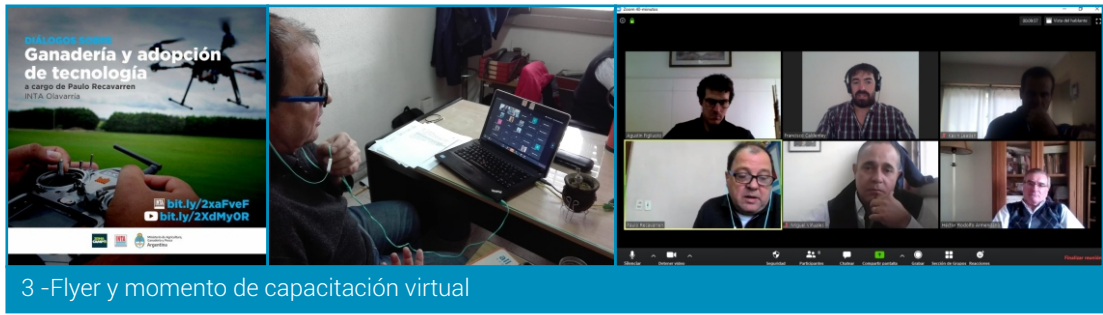
Contenidos compartidos en Facebook: capacitaciones, apariciones en medios locales y comunitarios.

Zoom como plataforma elegida para organizarse y realizar capacitaciones



1. Reunión coordinación proyectos escolares de Huerta con ámbito educativo Benito Juárez.

2. Reunión virtual de organización del equipo ProHuerta Mar del Plata.



3 -Flyer y momento de capacitación virtual



Ejemplo del contenido elaborado para RRSS



Las Ferias también eligieron Facebook como uno de los medios de comunicación

Reflexiones generales

La actual situación derivada de la ASPO a causa de la pandemia por la COVID-19, provocó disrupciones en la cotidianeidad de los canales de producción y comercialización de los sistemas de proximidad y por lo tanto, en los hábitos de la comunidad para el acceso a los alimentos. Ante problemáticas emergentes de esta situación, se puso en relieve el rol resolutorio del Estado.

En este sentido, los actores del Estado en sus distintos niveles aportaron de manera articulada a la vehiculización de redes pre-existentes para acompañar a la agricultura familiar en el territorio, así como la gestión de herramientas de política pública y el desarrollo y difusión de los diferentes protocolos con medidas preventivas. Es preciso recordar, que en los últimos años estos lazos fueron resentidos por la ausencia de determinados actores claves para la AF como la Secretaría de Agricultura Familiar, que se tradujo también en la discontinuidad de políticas que apoyen al sector.

Es posible interpretar que las acciones articuladas y organizadas, favorecieron una mayor visibilización de los sistemas locales de abastecimiento de los alimentos, posibilitando su resignificación frente al Estado Municipal y a las consumidoras y los consumidores. Consecuentemente, quedó de manifiesto el rol clave de la AF para la provisión de productos alimenticios en los circuitos de proximidad. Como aprendizaje, sería oportuno el diseño e institucionalización a futuro de políticas públicas locales orientadas a este sector.

Asimismo, fue reconocida la importancia de la organización y los diferentes grados de empoderamiento y resiliencia que tuvo la AF en este proceso. Los productores atomizados o individuales, comenzaron a valorar las estrategias de acompañamiento para la organización.

Además, la nueva situación puso en evidencia la importancia del registro y formalización de la AF, para colaborar en el acceso a las herramientas de las políticas públicas. En muchas ocasiones, el rol del estado como promotor se encuentra con ciertas resistencias en el sector, pero quedó reflejado en el relevamiento la estrecha vinculación entre el pleno ejercicio de derechos por parte de los agricultores y las agricultoras familiares y la formalidad. Por otro lado, se observó que cuando el sector se fortalece, se generan prácticas de reciprocidad solidaria que benefician a su vez al Estado. Constituyen un ejemplo, los casos de donación de mercadería para responder a la emergencia alimentaria local.

Frente a la disminución en los volúmenes de comercialización en puntos fijos de venta, la complementariedad que se dio entre el uso de las TIC y la entrega a domicilio, tomó mayor preponderancia, aportando un nuevo abanico de posibilidades. Además, se reconoció una mayor puesta en valor de la producción local. Ambos aspectos deberían ser tenidos en cuenta como oportunidades, en función de implementar campañas de consumo local que puedan mantener la demanda más allá de los límites establecidos por el ASPO.

Ante el incremento de los precios en los alimentos producidos en el cambio de escenario y la relación de éstos con los sistemas locales de producción, es conveniente evaluar su correspondencia con estructuras de costos reales de la AF a fin de prevenir distorsiones propias de mercado globales. Para ello, es recomendable avanzar en el acompañamiento a los grupos de la AF para la construcción de espacios de análisis de los costos incluyendo a los consumidores, para definir el precio final de sus productos y cuánto corresponde a cada tramo de la cadena con equidad y beneficio para todas las partes. Existen muchos ejemplos en marcha de los cuáles se puede aprender y capitalizar desarrollos otorgándoles identidad propia de acuerdo a las características del territorio como las comercializadoras populares.

En cuanto a las estrategias de comunicación implementadas en el marco de las experiencias de comercialización, se visualizaron tramas consolidadas de relaciones entre los distintos actores involucrados, que en la mayoría de los casos pudieron ser sostenidas a partir de la utilización de diferentes medios y dispositivos digitales. Por ejemplo, el WhatsApp contuvo la organización y garantizó la participación y la toma de decisiones. Asimismo, potenció la difusión para mantener las ventas, mientras que las redes sociales fortalecieron y generaron vínculos con las nuevas consumidoras y los nuevos consumidores o con grupos específicos.

La pandemia irrumpió modificando la vida cotidiana. Las formas habituales de trabajo exigieron una adaptación a las condiciones impuestas por el ASPO. Los trabajadores y las trabajadoras de INTA como la diversidad de actores con quienes se articula, debieron abordar las TIC para poder continuar algunas de las actividades planteadas, entre ellas la formación, y afrontar emergentes. La urgencia del contexto impulsó la utilización de herramientas virtuales para abordajes específicos, en muchos casos de manera intuitiva apelando a las diferentes y dispares capacidades adquiridas, lo cual nos remite a diversos niveles de alfabetización digital.

De este modo, se advirtió la posibilidad de producir contenidos propios y se comenzó a indagar sobre la multiplicidad de plataformas, aplicaciones y dispositivos a utilizar. Se aprendió sobre la base del ensayo y error, dando lugar a la conformación de espacios colaborativos virtuales donde solidariamente se compartieron los conocimientos alcanzados en el uso de las TIC. Del mismo modo, este intercambio se materializó con otros actores del territorio.

La buena recepción de las instancias virtuales de formación utilizadas como recurso para el trabajo a nivel territorial, puso en evidencia las capacidades del INTA, abriendo la posibilidad de seguir generando este tipo de espacios virtuales más allá de la pandemia.

A partir de esto, se identificaron oportunidades para la incorporación de las herramientas digitales en las estrategias de comunicación en todos sus niveles, requiriendo una planificación integral de las acciones que tenga en cuenta sus potencialidades. Para ello es recomendable fortalecer las capacidades comunicacionales de los equipos de trabajo, acordes a los actores destinatarios.

Sin embargo, es preciso remarcar que muchas localidades no cuentan con buena conexión a internet, situación que se agrava en los ámbitos rurales y que limita las oportunidades que brinda el mundo digital. Hay amplios sectores de la población con dificultades para sostener sus servicios y cuya conectividad es intermitente. Son cuestiones que conspiran contra las propuestas que se desarrollen para sostener la democratización tanto en la producción como en el acceso al conocimiento. Se considera necesario reforzar la circulación de materiales de apoyo en papel y, cuando se disponga la finalización del ASPO, recuperar los encuentros cara a cara donde se generan vínculos interpersonales que son insustituibles.

Por otra parte, es importante subrayar cómo la radio, en sus modalidades analógica y digital, continúa siendo una estrategia elegida en las distintas localidades. Asimismo, las radios comunitarias que han podido iniciarse o han visto fortalecidas sus capacidades con el apoyo de INTA y de Proyectos Especiales de ProHuerta⁶, pueden ser buenas aliadas para fortalecer la inserción institucional en las comunidades. De esta manera, se constituyen en una alternativa para democratizar el acceso a la comunicación y a la educación, por lo que el fortalecimiento de las capacidades institucionales para el desarrollo de contenidos de acuerdo a las reglas específicas del formato radiofónico es fundamental.

Se podría considerar que la omnipresencia de lo digital ha predisposto en el relato de las experiencias relevadas una mirada focalizada en las redes y en el uso de herramientas virtuales, favoreciendo el subregistro de la utilización de los medios de comunicación tradicionales como la televisión y periódicos gráficos, entre otros.

Finalmente, a la luz de la COVID 19 es oportuno recordar que la sociedad y las tecnologías no son espacios separados, sino que construyen procesos sociotécnicos históricamente situados. Queda demostrado que ni las tecnologías determinan el cambio social; ni la sociedad determina la tecnología; lo que da cuenta de una particular configuración de la compleja trama de actores sociales, artefactos y sistemas que se relacionan y construyen mutuamente en los territorios⁷.

⁶ Radio De La Azotea (Mar del Plata) y Radio Comunitaria Ore Tape "Nuestro Camino" (Benito Juárez).

⁷ Thomas, H.; Juárez, P. y Picabea, F. (2015): ¿Qué son las Tecnologías para la Inclusión Social?, Bernal, RedTISA y Universidad Nacional de Quilmes.

El aislamiento social, preventivo y obligatorio (ASPO) dispuesto por el Estado Nacional en marzo de 2020, como medida principal para evitar la propagación de la COVID 19, impulsó cambios en los territorios y reconfiguró el acceso a los alimentos en cada localidad y los procesos de comunicación y educación. En el presente trabajo, el grupo Ad Hoc de Desarrollo Territorial de la EEA Balcarce realizó una primera aproximación en los 10 distritos que abarca la experimental sobre los procesos de adecuación de los actores relacionados con la Agricultura Familiar y los técnicos y las técnicas del INTA al nuevo contexto y garantizar la continuidad de actividades. Las Tecnologías de la Información y la Comunicación resultaron ser las aliadas principales de las múltiples estrategias.



INTA | Ediciones



Ministerio de Agricultura,
Ganadería y Pesca
Argentina