

19, 20 y 21 Septiembre 2018

LUJÁN DE CUYO
MENDOZA
ARGENTINA



XIX Jornadas Nacionales
de Extensión Rural y
XI del Mercosur



USO Y RESIGNIFICACIÓN DE LAS TIC POR PARTE DE LAS ARTESANAS DE MANOS LA MADRID.

Autor/a/es:

Santini, Santiago
Centro Regional Buenos Aires Sur, INTA, Argentina.
santini.santiago@inta.gob.ar

Ghezan, Graciela
Facultad de Ciencias Agrarias, UNMdP, Argentina
ghezan.graciela@inta.gob.ar

Eje temático de presentación del trabajo: 4) Innovación en extensión.

Categoría: Trabajo de investigación.

19, 20 y 21 Septiembre 2018

LUJÁN DE CUYO
MENDOZA
ARGENTINA



XIX Jornadas Nacionales de Extensión Rural y **XI** del Mercosur



Título: USO Y RESIGNIFICACIÓN DE LAS TIC POR PARTE DE LAS ARTESANAS DE MANOS LA MADRID.

Eje temático de presentación del trabajo: 4) Innovación en extensión.

Categoría: Trabajo de investigación.

RESUMEN:

Las tecnologías de la información y comunicación (TIC) se pueden convertir en una herramienta importante para los productores de la agricultura familiar (AF) al favorecer la comunicación e integración de actores en el territorio, así como facilitar procesos de aprendizaje colectivo, promoviendo la cogeneración de conocimiento. Las artesanas textiles de La Madrid son un grupo de mujeres de pequeños productores y peones rurales que se propusieron aumentar los ingresos familiares a partir de una actividad textil que diera mayor valor a la lana obtenida en la región. A partir de una estrategia de extensión, se trató de trabajar en un marco de aislamiento y falta de visibilización de la actividad, llegando a la creación de una marca colectiva.

El objetivo de este trabajo es analizar el rol que cumplen las TIC en la actividad textil de las artesanas de Manos La Madrid. Se busca dar cuenta del proceso de creación social de una innovación organizacional, desde una concepción de la complejidad de los procesos de innovación y de comunicación, asumiendo a las TIC como medios de comunicación. Para ello, se utiliza el marco teórico de la Innovación, incorporando conceptos de la Teoría de la Comunicación.

Por tratarse de un caso grupal, se considera como principal objetivo del uso de las tecnologías de la información y de la comunicación la promoción de la organización interna. También se indaga sobre los intermediarios que participaron del proceso de incorporación de las TIC.

Del estudio surge la mejora en la autoestima del usuario al apropiarse de la tecnología y su valoración social en el terreno por parte de otros actores. Se observa además, la idea de proceso en la incorporación y uso de las TIC, así como el rol cumplido por los intermediarios y las políticas públicas.

PALABRAS CLAVE:

Tecnologías de la Información y de la Comunicación - TIC – Innovación - Estrategia de extensión – Agricultura familiar.

19, 20 y 21 Septiembre 2018

LUJÁN DE CUYO
MENDOZA
ARGENTINA



XIX Jornadas Nacionales de Extensión Rural y **XI** del Mercosur



1. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo busca dar cuenta del proceso de incorporación de las tecnologías de la información y de la comunicación (TIC) por parte de las artesanas de grupo la Cadena de Valor textil Artesanal de Manos La Madrid, como marco de una investigación que se está desarrollando sobre el uso y resignificación de las TIC por parte de los productores familiares.

Las tecnologías de la información y la comunicación constituyen importantes productos tecnológicos que van tomando preponderancia en las últimas décadas y atraviesan todos los aspectos de la vida humana. En la actualidad las TIC median la vida social, personal, familiar y económica. Algunos investigadores denominan el nuevo modelo social como Sociedad del Conocimiento. En esta nueva sociedad y a partir de las TIC se dan procesos de construcción social del conocimiento que pueden propiciar el desarrollo de innovaciones en los territorios.

En la información relevada en los últimos años se ha detectado que la problemática de las TIC en la producción agropecuaria generalmente es abordada desde una visión orientada a lo productivo. Principalmente enfocada en la agricultura de precisión, encontrando gran cantidad de productos tecnológicos propios de este modelo de productor, el empresario, cuyo objetivo es lograr una más eficiente aumentando los márgenes, es decir, con la racionalidad económica. El libro blanco de la Prospectiva TIC (Bosch et al, 2009), por ejemplo, realiza un análisis de prospectiva orientado a promover en Argentina el desarrollo de una oferta de Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) [...] con énfasis en la orientación exportadora y en el liderazgo innovativo, como los casos de Agricultura de precisión, Trazabilidad y Bioinformática.

Se han encontrado pocos estudios sobre el uso de las TIC en Agricultura Familiar. Inclusive, Vacchieri y Jure (2008) remarcan el escaso conocimiento sobre el acceso y uso de servicios y tecnologías de la comunicación en los pueblos rurales. Las tecnologías de la información y comunicación (TIC) se pueden convertir en una herramienta importante para los productores de la agricultura familiar (AF) al favorecer la comunicación e integración de actores en el territorio, así como facilitar procesos de aprendizaje colectivo, promoviendo la cogeneración de conocimiento.

En una investigación exploratoria realizada en 2017, se identificaron experiencias de agricultura familiar localizadas en el sur - sudeste de la provincia de Buenos Aires, que utilicen TIC. De dicho trabajo surge una base de datos donde se encuentra el caso de Manos La Madrid.

En la misma se muestra que los productores familiares también utilizan TIC pero que lo hacen de otra manera, con objetivos diferentes al productor empresarial (Santini, Ghezan, Bontempo, 2017). Los productores familiares se apropian de las TIC vinculadas más con el comercio y la organización que con lo productivo, en coincidencia con Libro Blanco de las TIC en el sector comercio minorista (2010) que refiere que los principales beneficios que aportan las TIC se destacan la mejora de la organización interna y los procesos de negocio. Se da cuenta, entonces, que los principales objetivos por los cuales los productores familiares utilizan Tic son la Promoción; la Organización interna y el Comercio electrónico. Tomando mayor preponderancia la organización Interna en los casos grupales.

Las artesanas textiles de La Madrid son un grupo de mujeres de pequeños productores y peones rurales que se propusieron aumentar los ingresos familiares a partir de una actividad textil que diera mayor valor a la lana obtenida en la región. A partir de una estrategia de extensión, se trató de trabajar en un marco de aislamiento y falta de visibilización de la actividad, llegando a la creación de una marca colectiva.

19, 20 y 21 Septiembre 2018

LUJÁN DE CUYO
MENDOZA
ARGENTINA



XIX Jornadas Nacionales de Extensión Rural y **XI** del Mercosur



El objetivo de este trabajo es analizar el uso de las TIC por parte de las artesanas de la Cadena de Valor Textil Artesanal Manos La Madrid. Se busca dar cuenta del proceso de creación social de una innovación organizacional, desde una concepción de la complejidad de los procesos de innovación y de comunicación, asumiendo a las TIC como medios de comunicación. También se indaga sobre los intermediarios que participaron del proceso de incorporación de las TIC y sobre el rol que cumple la extensionista en la formación y evolución de grupo. Para ello, se utiliza el marco teórico de la Innovación, incorporando conceptos de la Teoría de la Comunicación.

Por esto, surge como interrogante: ¿Qué oportunidades brindan las TIC a los agentes de extensión para propiciar la cocreación de innovaciones en la agricultura familiar?

2. MARCO TEÓRICO Y METODOLÓGICO

Las tecnologías de la información y de la comunicación (TIC) integran en la actualidad un extenso entramado de dispositivos, procesos, redes y servicios que propician la comunicación y el intercambio y almacenamiento de información, conformando un nuevo entorno social que algunos autores denominan Sociedad del Conocimiento, Sociedad red o Era de la información (Castells, 2000) o Nuevo Modelo de Desarrollo Informacional (Castells, 2016).

Este nuevo modelo social, en un marco de la comunicación entendida como un proceso complejo en el cual los interlocutores crean sentido, nos da un contexto favorable para la construcción social del conocimiento a partir de una vinculación a través de las TIC y de los espacios y lenguajes que éstas proponen [...] y sienta bases en la relación de lo tecnológico, lo cultural y los imaginarios sociales, ya que la propia realidad material-simbólica de las personas se desarrolla, por un lado, en un contexto de imágenes virtuales (en un mundo de representación) y, por otro, en la experiencia física enmarcada en contextos específicos (Bontempo et al., 2017).

Crovi Druetta y Sierra (2005) reconocen que la aplicación de las TIC es un factor determinante que facilita el cambio social y el desarrollo de mejores condiciones y calidad de vida. A su vez, Dussel y Quevedo (2010) dicen que las TIC han modificado las formas de producir riqueza, de interactuar socialmente, de definir las identidades y de producir y hacer circular el conocimiento. Estos procesos de cogeneración del conocimiento pueden propiciar el desarrollo de innovaciones en los territorios.

Con respecto al sector agroalimentario y agroindustrial, en estudios anteriores se observó que en Agricultura familiar, se utilizan las TIC con objetivos diferentes al productor empresarial y que los productores familiares se apropian de las TIC vinculadas más con el comercio y la organización que con lo productivo (Santini et al., 2017). Entonces, las TIC (entendidas como medios de comunicación), presentan una oportunidad para la agricultura familiar y grupos asociativos, como actores de la economía social, dado que actúan en un marco comunicacional que apoya procesos de toma de decisiones y acción colectiva en las bases de la sociedad y construye ambientes de comunicación favorables al crecimiento del poder de la sociedad (Díaz Bordenave, 2004)

Coraggio (2011) entiende la economía social como aquel espacio de acción constituido no por individuos que buscan ventajas materiales, sino por individuos, familias, comunidades y colectivos de diverso tipo que se mueven dentro de instituciones decantadas por la práctica o acordadas como arreglos voluntarios, que actúan haciendo transacciones entre la utilidad material y los valores de solidaridad y cooperación, limitando (no necesariamente anulando) la competencia. En este marco es posible, construir mercados donde los precios y las relaciones resultan de una matriz social que pretende la integración de todos con un esfuerzo y unos resultados distribuidos de manera más igualitaria. En este enfoque, Coraggio (2010) define al precio justo como aquel que tiene en cuenta

19, 20 y 21 Septiembre 2018

LUJÁN DE CUYO
MENDOZA
ARGENTINA



XIX Jornadas Nacionales de Extensión Rural y **XI** del Mercosur



mis necesidades de trabajador consumidor pero también las necesidades del otro como trabajador-productor, [...] tiene que ver con si nos alcanza o no para vivir dignamente.

Las TIC son herramientas de la comunicación que pueden colaborar con procesos de la Economía Social, dado que entre sus características encontramos el agilizar las comunicaciones (por el intercambio de información en tiempo real) y facilitar procesos de diálogo asincrónicos y ubicuos, posibilitar el comercio electrónico o aumentado¹ y el trabajo colaborativo (Cope et al., 2009). En este último sentido, permiten que actores de la Economía Social, puedan implementar estrategias de colaboración con otros actores mediante la especialización.

Para posibilitar el acceso, uso y apropiación de las TIC, en la Agricultura Familiar, como en otros sectores de la sociedad, se observa la presencia de intermediarios, que operan como facilitadores de este proceso.

En la sociedad del conocimiento, los jóvenes se constituyen en intermediarios de la tecnología y las innovaciones. Para definir a estos nuevos intermediarios, podemos recurrir al concepto de nativos digitales propuesto Prensky (2001) al referirse a los jóvenes nacidos en los años 80, en ambientes digitales, que piensan y procesan la información de modo significativamente distinto a sus predecesores y tienen una destreza superior a las generaciones anteriores en el manejo y utilización de la tecnología.

Esta era de la información con nuevas tecnologías, dispositivos, procesos e intermediarios, presenta, entonces, nuevos desafíos y posibilidades a los agentes de extensión de organismo de investigación, ciencia y tecnología agropecuaria, en particular los dirigidos a la Agricultura Familiar. En este marco comunicacional complejo sustentado en el diálogo y la interacción, las TIC son medios especiales para la promoción de la creación de conocimiento y la innovación. Giovannini y Cimadevilla (2017) refieren a la importancia de los agentes de extensión en los procesos de adopción de innovaciones tecnológicas, como agentes que pueden intervenir promoviendo el intercambio de conocimientos y saberes entre los centros académicos-científicos y los productores. También es importante la acción de estos agentes con respecto a las innovaciones organizacionales, promoviendo el cambio hacia nuevas prácticas en las organizaciones o en las relaciones de éstas con el exterior; o en la promoción del asociativismo y la organización de distintos actores.

Ilkka Tuomi (1999) considera que la innovación sucede cuando hay un cambio en las prácticas sociales, colectivas y propone un enfoque en el cual las tecnologías son interpretadas y apropiadas por actores existentes, en el contexto de prácticas concretas. A lo que Finkelievich (2007) agrega que el "usuario" de una tecnología no es una persona individual, sino un miembro de la comunidad de práctica que utiliza esta tecnología. Artur Serra (2010) sostiene que, la nueva internet 2.0 nos ha enseñado que la innovación ya no se encuentra exclusivamente en las universidades, las grandes empresas o los organismos públicos de investigación, sino que también proviene de los propios usuarios organizados en forma de redes sociales, wikis, blogs y social medias. Que la innovación viene de abajo hacia arriba. Por lo tanto, es fundamental conocer los modos en que los ciudadanos se posicionan ante el uso de las TIC.

Por todo esto, abordamos esta investigación, buscando dar cuenta del proceso de creación social de la innovación, desde la Sociología de la Innovación que enlaza sociología y tecnología y,

¹ Se entiende por comercio aumentado los casos en los cuales los actores comercializan su producción a través de locales físicos y amplían la oferta a través de las TIC, dado que las TIC amplían los límites físicos espacio y temporales (Santini et al., 2017), diferenciándolo del comercio electrónico donde se da el total o un porcentaje de la transacción comercial a través de medios digitales pero el oferente no posee un lugar físico para la venta.

19, 20 y 21 Septiembre 2018

LUJÁN DE CUYO
MENDOZA
ARGENTINA



XIX Jornadas Nacionales de Extensión Rural y **XI** del Mercosur



desde una concepción de la complejidad de los procesos de innovación y de la Teoría de la Comunicación que nos permiten asumir a las TIC como medios de comunicación.

La complejidad de la construcción del conocimiento en la Sociedad del Conocimiento, nos remite a Thomas (2006) quien dice que “es imposible –e inconveniente- realizar distinciones a priori entre 'lo tecnológico', 'lo social', 'lo económico' y 'lo científico'. Por lo cual el enfoque adecuado es el Constructivista, que postula que la innovación tecnológica es construida socialmente a partir de la interacción entre los actores involucrados. Finalmente, incorporamos el concepto de innovaciones Abiertas, como lo denomina Schiavo (2014), que se refiere a la co-construcción de la innovación tanto por los actores tradicionales (instituciones de ciencia y técnica, universidades, empresas privadas, etc.) como por los usuarios.

Metodología

Para conocer el uso de las TIC en el grupo de artesanas de la Cadena de Valor Textil Artesanal Manos La Madrid, se planteó la necesidad de realizar una investigación cualitativa. Se trabajó con entrevistas prediseñadas de respuestas abiertas.

De la información institucional disponible previamente surgía el rol clave de la extensionista en la construcción de la estrategia del grupo. Por tal motivo, se realizó una entrevista exploratoria que ofreció un conocimiento general del caso y acceso a documentos de trabajo del grupo brindados por la extensionista.

Luego, se realizó un relevamiento de material existente sobre el caso en diferentes soportes y plataformas, incluyendo filmaciones, informes de trabajo, registros de la marca colectiva, documentación, trabajos previos, información existente en medios de comunicación, sitios web y en organismos públicos como el INTA. Entre la información recabada, se encontró un listado de artesanas del grupo Manos La Madrid en una publicación que presenta artesanos de todo el país en el sitio web del Ministerio de Desarrollo Social de La Nación. En la red social Facebook se identificó un perfil: https://www.facebook.com/manos.lamadrid?ref=br_rs y una página: https://www.facebook.com/Manos-La-Madrid-1454441674799556/?ref=br_rs, ambos desactualizados (sin solicitar amistad o seguimiento), el perfil desde 2014 y la página tiene su última publicación en mayo de 2017. También se encontró un blog desactualizado, el cual se discontinuó.

A partir del análisis de la información obtenida, se realizaron dos entrevistas a la extensionista en las cuales se profundizó sobre cuestiones vinculadas con el proceso de conformación del grupo y funcionamiento del mismo, sobre todo en lo relacionado a procesos de gestión y comerciales, organización interna, financiamiento, historia, proceso de compra de insumos y materias primas y venta de productos finales, etc. En el último encuentro se le solicitó colaboración para completar una planilla que permitiera contar con un listado de las artesanas, con datos sobre: localidad y grupo que integra; momento de ingreso en el grupo; año de salida; edad; estudios; tarea que desempeña; grado de participación en el grupo; nivel de actividad con las Tecnologías de la información y la Comunicación; tipo de TIC utilizada al comienzo de su participación en el grupo.

A partir de estos datos, se realizó la selección de las artesanas a quienes entrevistar. Se identificaron artesanas de La Madrid, Colina y Martinetas (partido de Gral. La Madrid), y de San Jorge (partido de Laprida). Se seleccionó a las referentes de los cuatro grupos y a la agente comercial, así como otras de alta participación en el grupo o media/baja. Fueron entrevistadas 11 artesanas, de las cuales cinco son mayores de 55 años, dos entre 45 y 55 y las restantes cuatro entre 30 y 45 años. Se consideró además la actividad de las mismas, ya sean hilanderas, tejedoras o que combinen ambas tareas. Además se realizó una entrevista al intermediario que facilitó el proceso del armado del

19, 20 y 21 Septiembre 2018

LUJÁN DE CUYO
MENDOZA
ARGENTINA



XIX Jornadas Nacionales de Extensión Rural y **XI** del Mercosur



Facebook. Se trata de un joven, hijo de una de las artesanas, que se ofreció voluntariamente para crear dicha página.

Como se mencionó, las entrevistas fueron de respuestas abiertas, basadas en una guía de preguntas. Las mismas se registraron en soportes audiovisuales y digitales. La mayoría se realizaron de manera individual y dos en parejas.

3. MUJERES RURALES DE LA MADRID, UNA ESTRATEGIA DE EXTENSIÓN.

Manos La Madrid es un grupo de mujeres hilanderas que procesan la lana de oveja desde el hilado hasta la confección de prendas, ubicadas en el centro de la provincia de Buenos Aires. Se trata de alrededor de 25 mujeres esposas de trabajadores rurales o de pequeños productores. El aspecto social y colaborativo del grupo se trasluce en su eslogan: “Una cuestión de manos y de palabras”. Y su isotipo muestra tres manos que se entretrejen con ovillos de lana².



El grupo Manos La Madrid realiza hilado manual y tejido artesanal. Se ha implementado un sistema de trazabilidad de todos los productos y el uso de tecnologías apropiadas para la escala artesanal que mejoran la productividad de la mano de obra. También se realiza el teñido de la fibra. El grupo de artesanas está vinculado con productores ovinos de la zona a quienes compran la lana. La misma se envía a lavar a un lavadero ubicado en el Gran Buenos Aires.

3.1. Los inicios y el proceso de aprendizaje

La cadena surge a partir de una serie de talleres con productores, organizados desde el Programa para Agricultores Familiares (PROFAM), grupo Ovinos de La Madrid, en el año 2005. En estos talleres, la extensionista de INTA perteneciente a la Agencia de Extensión Rural de La Madrid detecta la necesidad de crear procesos de agregado de valor en origen para promover la comercialización de la producción ovina (tanto carne como lana), especialmente en la promoción del trabajo para mujeres y jóvenes, pensando en el recambio generacional. A fines del mismo año, la extensionista convoca al equipo técnico de la Unidad de Extensión del INTI de Capilla del Monte que presentó una experiencia exitosa implementada en el Valle de Punilla (Córdoba) que consistía en el hilado artesanal de lana. (Argaña, 2010) El proyecto tuvo muy buena repercusión en La Madrid.

² Manos La Madrid es parte de un proyecto mayor “La Cadena de Valor Textil Artesanal”. Se trata de un proyecto colectivo nacional, de orden privado, basado en valores éticos, financiado principalmente como un Proyecto Integrado del INTA, que produce hilados artesanales, tejidos manuales y rucas bajo protocolos diseñados por el INTI.

19, 20 y 21 Septiembre 2018

LUJÁN DE CUYO
MENDOZA
ARGENTINA



XIX Jornadas Nacionales de Extensión Rural y XI del Mercosur



A fines de 2005 y comienzos de 2006 se empiezan a reunir un grupo de mujeres en la ciudad que le da nombre. Antes de integrar el grupo impulsado por la extensionista de INTA, la mayoría de las mujeres artesanas eran amas de casa, que vivían en el campo o en pequeños pueblos de la zona rural, quienes ayudaban a sus maridos en quehaceres rurales y actividades propias de los establecimientos donde éstos trabajaban. Esta ayuda se hacía efectiva no sólo con las actividades del hogar, sino también, con los trabajos rurales a cargo de sus maridos, aunque no recibieran paga por ello. Algunas manifestaron que ayudaban al marido.

“Antes del grupo era ama de casa. Igual trabajaba porque le ayudaba a mi marido, estábamos solo en el campo y hacíamos el trabajo entre los dos. Pero yo por ayudarlo a él. No porque a mí me generara algún dinero” (EH1).

“Fueron a ver a una señora, va fue Mirta y Andrea y la mandaron a mi casa porque yo era la carterera y la que andaba más en la calle, se podría decir, no sé. Me vieron a mí y yo nunca había hilado, ni sabía lo que era una rueca. Y sí, me enganché y bueno, me gustó. Me encanta. [...] Yo invité a otras mujeres” (EH6).

“Me enteré a través de Andrea que siempre estaba con el tema de los artesanos. Porque yo llevaba mis madejitas a un local que había que era de un grupo de artesanos de La Madrid. Madejas hiladas en forma tradicional como hilaba mi abuela. Inclusive tejía algunas cositas, había tejido un chalequito, algunas cositas sencillitas y las llevaba también. Y bueno, salió el tema del proyecto. Era más que nada mejorar la calidad del trabajo” (EH2).

El primer año de las artesanas de la localidad de La Madrid fue un proceso que marcó un cambio en la rutina...

“Bueno, mi marido no quería saber nada. Como vivíamos en el campo. Entonces qué hacía yo, dejaba el día que veníamos a la reunión y hacía los mandados” (EAC).

En el caso se refleja el proceso de aprendizaje de un nuevo oficio que consiste en retorcer fibras de oveja para producir lana, a través de ruecas. Al principio se trabajaba con la lana pura, pero luego se incorporó un paso intermedio entre esquila e hilado y se envía la fibra a un lavadero para luego trabajar con material limpio. Esto mejoró el proceso. Como resultado del aprendizaje, algunas artesanas se transformaron en capacitadoras. Por otro lado, las artesanas iniciaron el proceso de aprendizaje más significativo: la organización y el trabajo colectivo propio de la economía social. A su vez, inician un proceso de división del trabajo según las capacidades individuales.

“Entonces se hizo una reunión, [...] y el que se quería sumar... y a mí me pareció muy interesante por mejorar la calidad y porque mejoraba la forma de trabajar, que se nos iba a hacer más... no tan complicado. Porque el tener que lavar, el tener que... se ahorran unos pasos en el tema del hilado. Se trabajaba con el material limpio que era lo mejor. La calidad del trabajo en sí salía mucho mejor” (EH2).

“Nosotros seguíamos viniendo, [...] estuvimos el primer año que era reunión, venir, aprender a hilar porque con la rueca esta nunca habíamos hilado y se nos retorcía y no sabíamos cómo hacerla para poder tejer porque, hasta que no volvieron a venir de Córdoba y nos dijeron que se podía estabilizar, estirar, nosotros no sabíamos eso. Así que nuestro aprendizaje fue más lento que las que ingresaron después nuevas porque nosotros enseguida les decíamos cómo hacer. Aprendimos y después enseñamos a las demás. Sí, pero bueno igual, uno en el grupo mismo siempre se va enseñando. Uno aprende de la otra, siempre, hasta ahora mismo se va aprendiendo” (EH1).

19, 20 y 21 Septiembre 2018

LUJÁN DE CUYO
MENDOZA
ARGENTINA



XIX Jornadas Nacionales de Extensión Rural y **XI** del Mercosur



En los años sucesivos se comienza a extender la propuesta en los distintos parajes del partido, cuyo resultado es el grupo de artesanas de la Cadena de Valor Textil Artesanal Manos La Madrid.

En el proceso de conformación, aparecen algunas agentes que tienen la iniciativa de reunir las para hacer la propuesta y conocer si la idea despierta algún interés, teniendo un rol fundamental la extensionista y la maestra del pueblo. La extensionista asume como estrategia para la primera convocatoria en las localidades aledañas, hacerlo en las instituciones educativas, dado que estos establecimientos constituyen un espacio de encuentro de la familia, especialmente de la madre de los alumnos y otras mujeres. En algunos pueblos, se destacó el rol de los directivos del establecimiento, como el caso de la escuela de Colina, que no sólo facilitó la formación del grupo, sino que promovió su consolidación acompañando el proceso de organización, capacitación, compra de maquinarias e insumos. La influencia de la escuela como socio estratégico es tan importante en el proceso del grupo que muchas de las entradas y salidas de artesanas se corresponden con el cursado de sus hijos en la trayectoria educativa.

La estrategia de la extensionista se ve plasmada en el proceso inicial de creación de los grupos en las distintas localidades de la zona: tras la creación del grupo de La Madrid, en el año 2007, a pedido de la Escuela de Jornada Extendida de La Colina se inició un proceso de transferencia a alumnos y mujeres de esa comunidad.

A fines de 2007 y en el verano de 2008, se comenzó la transferencia a un grupo de mujeres de Libano, que llevaban sus hijos a la Escuela, y esperaban las 4 horas sin ocupar ese tiempo en algo productivo. Durante el 2008 se amplió la transferencia al CEPT N° 22 de la localidad de Pontaut, incorporándose productores y artesanas de ese extremo del partido y jóvenes aprendices de esquila a tijera manual (Argaña, 2010)

“Colina tenía escuela de doble jornada. Y después que se instaló la directora y le cayó la ficha que se sacaban los chicos de la casa, les daban de comer y las mujeres quedaban en la casa. Se ocupaban de los chicos, de llevarlos de traerlos, de darles de comer, y no habían generado una ocupación para las mujeres. [...] Entonces gestionaron, ellos compraron el primer stock de las ruecas y todo” (EE).

“Me enteré por medio de la directora de la escuela primaria. Había ganado un concurso y lo traje acá a Colina para que las mujeres de acá tuviéramos algún trabajo, algo. Entonces, lo traje a la escuela, la traje a Andrea, trajo el proyecto y bueno, ahí arrancamos. Nos entusiasamos y entonces la escuela puso las ruecas, todo... Y ahí empezamos. La reunión era en general, para la que quisiera ir. Ella llamó y las que se engancharon, siguieron”, (EH6).

En 2010, siguiendo la misma estrategia de convocar a reuniones en escuelas, se forma el grupo de San Jorge.

“Me enteré del grupo, porque en San Jorge no se da muchos cursos y esas cosas. Y ese año salió ese curso de... para hilar lanas y nos citaron a todas las mamás en la escuela y yo soy una de las mamás que siempre está en todas las reuniones habidas y por haber... Me acuerdo ese día, fue el primer día que la conocí a Andrea. Que preguntó, viste, a todas las mamás... de qué conoce sobre la lana. Y yo conté que mi abuela lavaba lana, hilaba lana, hacía todo con el huso y tejía los, como es que se llama, para los caballos... los aperos para los caballos y así acolchado y cubrecamas para las camas, así, todo de lana, todas esas cosas... Y para nosotros era un juego lavar la lana, era

19, 20 y 21 Septiembre 2018

LUJÁN DE CUYO
MENDOZA
ARGENTINA

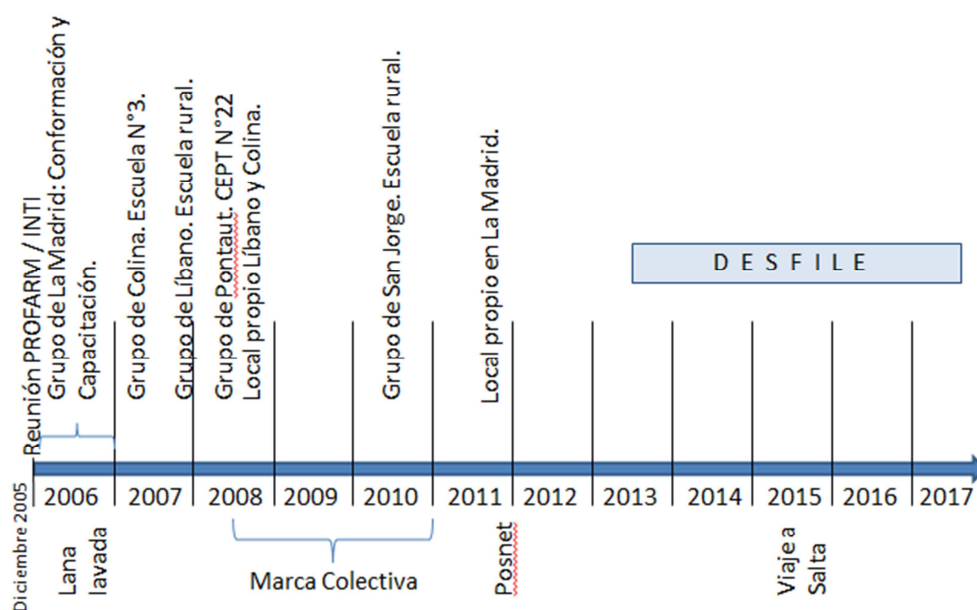


XIX Jornadas Nacionales de Extensión Rural y XI del Mercosur



redivertido porque era todo en una laguna, con la espuma del jabón...Así que digo, bueno me enganché, por eso, por ese recuerdo que tenía. Y por curiosidad también” (EH5).

En el siguiente gráfico se ubica en una línea de tiempo, este proceso de constitución de los grupos entre los años 2006 y 2010, así como algunas de las innovaciones incorporadas como elementos de la estrategia organizativa, que se analizarán más adelante.



En el proceso intervinieron otros actores además del INTA, el INTI y los establecimientos educativos, como es el caso de la Municipalidad de Gral. La Madrid y el PROLANA. Otro actor importante que colaboró con la formación inicial de los grupos fueron los Centros de Formación Profesional que participaron a partir del aporte de las primeras capacitadoras en hilado, proceso fundamental en el primer año del grupo de La Madrid. Luego, sus artesanas se transformaron en formadoras de las artesanas de otras localidades.

“Las instructora, dos chicas, dos artesanas del grupo de La Madrid iban y les enseñaban a hilar. Después que hicieron el curso de instructora del FACEP (Federación de los CEP) en General Belgrano” (EE).

3.2. La organización y las innovaciones

Como parte de la estrategia que genera inicialmente la extensionista, los socios estratégicos o intermediarios facilitan el proceso de construcción del grupo. Su articulación permitió dar los primeros pasos. Cada actor colaboró con alguna innovación organizacional que hubiese sido imposible sin su participación.

Así pues, un paso importante al comienzo fue el microcrédito otorgado por la Banca Social a la Sociedad Rural de La Madrid, dado que se ponía como condición la participación de una ONG

19, 20 y 21 Septiembre 2018

LUJÁN DE CUYO
MENDOZA
ARGENTINA



XIX Jornadas Nacionales de Extensión Rural y **XI** del Mercosur



como intermediaria. Los fondos eran de la CONAMI (Consejo Nacional de Microcrédito Provincial) y con ese dinero las artesanas compraron las ruecas y los primeros insumos (la lana).

“La institución intermedia fue la Sociedad Rural que prestó su estructura administrativa, digamos, que el emprendedor traía la factura a la Rural, había un comité evaluador, se aprobaba el proyecto. Dependiendo de las facturas, se le daba al proveedor y el proveedor iba a cobrar y entregaba el elemento. Esa era la estructura inicial.” (EE).

“Cuando empezamos, había un solo grupo. Entonces, sacaron un crédito las chicas, un crédito que compraron la lana (400 k) y la mandaron a lavar y peinar. Pagaron todo eso y después iban pagando, todas las semanas” (EE).

Las Ruecas son una innovación que se da en el grupo. Las originales fueron traídas de Córdoba. Hubo intentos de fabricar las mismas en La Madrid pero el problema que se da es la poca demanda de las mismas. En la actualidad están gestionando el paso a ruecas eléctricas.

“Y ahora las de Colina están por [...] comprar ruecas eléctricas. El otro día las vieron y las probaron. Para las ruecas eléctricas hay que ser muy rápidas. Las ruecas eléctricas las están desarrollando en Córdoba” (EE).

Otra innovación es el paso de la lana tradicional a la lana lavada. En el comienzo del grupo se hilaba la lana tradicional. Pero luego se mejoró el proceso enviando la lana extraída de la oveja a un lavadero en el Gran Buenos Aires para su lavado y peinado.

“Empecé a hilar por tradición, como quien dice, porque eso lo hacía mi abuela, con las ruecas tradicionales, con la lana como venía recién esquilada. En ese tiempo no la lavaban. Así que empezamos a ver, a ir mejorando todo lo que es la parte de trabajo. Primero nos enseñaron cómo se lavaba, después salió el proyecto de que se podía mandar a lavar y trabajar con el material limpio. Por eso, como quien dice, nos a juntar el primer grupo y armamos para empezar a trabajar sobre el material limpio, que mejoraba mucho” (EH2).

Posteriormente, los distintos grupos accedieron a financiamiento por distintas vías como el grupo de Pontaut por el Banquito de la Buena Fe de Cnel. Pringles, y las artesanas de San Jorge por la Municipalidad de Laprida. Los grupos de Colina y Martinetas obtienen microcréditos de la Municipalidad de La Madrid. Finalmente, cuando el grupo se consolida, comienza a financiar a nuevos grupos de otras localidades. Con esto comienzan a darse una serie de innovaciones que favorecen la organización interna.

“Después ese banco se transformó en el Banco de Insumos Estratégicos cuando empezaron a aparecer otros grupos de artesanas en otros lugares” (EE).

En el proceso de gestación y nacimiento del grupo se van dando distintas innovaciones organizacionales. En primer lugar, el tema del microcrédito que para este grupo de mujeres fue algo impensado. Otra innovación es la organización interna de provisión de insumos y maquinarias (ruecas). Esto se da a partir de un Sistema de Bancos, que es réplica del sistema creado en Córdoba (Argaña, A, 2010).

A) Banco de Insumos Estratégicos (BIE) y Bancos Grupales (BG). Los fondos para fundar el Banco de Insumos Estratégicos de La Madrid, se obtuvieron a través del microcrédito otorgado por la Banca Social a las 8 artesanas que iniciaron la experiencia, monto que les permitió gestionar la compra de las ruecas modificadas por el INTI y gestionar la primera fibra lavada que ingresó al Banco.

19, 20 y 21 Septiembre 2018

LUJÁN DE CUYO
MENDOZA
ARGENTINA



XIX Jornadas Nacionales de Extensión Rural y **XI** del Mercosur



La unidad de organización es el Grupo, que reúne a las artesanas que viven cerca. El Grupo funda un BG, el cual es financiado por el BIE. La artesana retira la fibra limpia del BG, hila y cuando vende, cancela la deuda al BG y éste al BIE y éste paga la lana sucia a los productores, lavadero, flete, etc. Las acciones de financiaciones y cancelaciones están reglamentadas en el Protocolo de gestión. En la actualidad el BIE, ya consolidado, sostiene a grupos de artesanas de otras regiones o intercambia insumos con los grupos de Córdoba.

“Y después desde el BIE abastecemos al BIE de Manos del Salado. Ellas también tiene un banco grupal en Madariaga, un gran banco grupal en Maipú, en Lavardén y creo que en Mar de Ajó o Mar de Cobo; y a Suárez” (EE).

La cadena de pagos es una innovación basada en la confianza. El cobro del trabajo se hace efectivo en el momento del cobro final de la venta, sea en efectivo o tarjeta. Cuando la agente comercial o la artesana (vende en forma directa) cobran la venta, comienzan el pago hacia atrás: tejedora, hilandera, productor, bancos, etc.

B) Banco de Tecnologías Apropriadas: conformado por el INTI y el INTA. El desarrollo tecnológico apropiado para la escala artesanal incluye tanto las tecnologías para la mejora en la calidad del producto y de la productividad de la mano de obra, el sistema de tipificación y trazabilidad de los productos artesanales y los protocolos de la gestión. Estos productos construidos por el INTI, son transferidos por el equipo técnico del INTA a la Cadena de Valor Textil Artesanal “Manos de La Madrid”.

La cuestión ética tiene un peso importante en este tipo de experiencia asociativa y el grupo analizado no es la excepción. En el caso de Manos La Madrid, el grupo posee una Declaración de Valores éticos que regulan la conducta de todos los integrantes de la Cadena y que sus integrantes respetan.

Un elemento que forma parte de la cuestión ética de este tipo de mercados es el precio justo. En el caso de Manos La Madrid, éste se establece de manera anual en una asamblea y lo respetan todas las artesanas. Consiste en calcular el tiempo promedio de elaboración de una prenda y establecer el valor de la hora de trabajo. Entonces se calcula el tiempo total de elaboración por el valor de la hora de trabajo y surge el precio. Algo importante que hace a la continuidad y funcionamiento interno del grupo es el convencimiento de la importancia de esta herramienta de la economía social, como lo manifiestan las artesanas entrevistadas.

“En una asamblea...yo les hago el análisis de sensibilidad... Si subimos (el valor de la hora), cómo modifican los precios. Si ponemos 90 o 100, a cuánto se irían. 120 a cuánto se irían. En asamblea y es decisión de ellas. Las tejedoras, las que bordan, las que tiñen, manejan todas, el mismo precio. Y el tiempo de trabajo lo pactamos en base a los promedios. Ellas se tienen que tomar el tiempo.” (EE).

“Ah, eso está espectacular. Y, una está tranquila que sabe que todas iguales. Por eso la que está en el grupo sabe que son las reglas. Por ahí costó acostumbrarse, aprender o aceptar”, (EH1).

En relación al precio justo y la distribución del mismo entre las integrantes del grupo, surge otra innovación organizacional que es la trazabilidad de la prenda. La misma consiste en una etiqueta que acompaña la fibra desde su origen en el hilado, hasta el final del proceso con la venta del producto.

“La trazabilidad de las madejas, cada madeja tiene su etiqueta que dice quién la hizo, dónde vive, a qué grupo pertenece. Cuándo la liquidó y que tipo de (código) producto, como qué está tipificado, aprobado. Se trata que de a dos etiqueten, pongan el precio. Cuando se reúnen, que entregan y si no

19, 20 y 21 Septiembre 2018

LUJÁN DE CUYO
MENDOZA
ARGENTINA



XIX Jornadas Nacionales de Extensión Rural y **XI** del Mercosur



en el punto de venta, entre Ana María y otra artesana, que verifiquen que hacen tradicional, que si es grueso sea grueso, y después atrás hay una ficha técnica que dice con qué se hizo, qué origen tiene la fibra, qué torsión tiene, qué grado de torsión, si es teñido o si es el color de la oveja. Toda esa información técnica” (EE).

Sin embargo, esta trazabilidad también está relacionada con lo que Coraggio (2010) denomina mercado con afecto, ya que las artesanas lo ven como una identificación personal con la prenda y con el vínculo con el cliente.

“Más que nada es para que el que compra sepa quién es. Quién hizo lo que vos compraste. A quién le compraste y si querés lo llamás por teléfono. Y saber con qué lo hizo, si con rueca o con uso. Si la fibra es de acá o de Córdoba. Tiene que ver con lo artesanal, con la trazabilidad del producto, si se hizo acá, en San Jorge...” (EE).

“...los otros días terminé una campera de un chico de Chillar que habíamos estado en una feria, me había encargado una campera. Entonces, le comunico, bueno, el martes le llega la campera. Después, si él no me llamó lo vuelvo a llamar, ¿qué le pareció?, ¿cómo lo recibió?, ¿cómo le quedó?”. Y así, me gusta el contacto con el cliente, de decir a ver ¿te quedó?, ¿cómo te quedó?, el cuello...” (EAC)

En la actualidad el grupo posee un local comercial en La Madrid y están acondicionando entre el Colina, pueblo situado a la vera del camino entre La Madrid y Coronel Suárez.

“La idea del local surgió porque necesitábamos un lugar donde vender los productos o estuvieran a la vista”. (EAC)

Este eslabón fundamental de la cadena surge como un proceso de co-construcción de una innovación organizacional que surge del propio grupo. Es una mujer que vive en La Madrid (ciudad de 8073 habitantes según el Censo 2010), que también hila y teje. Se reconoce la necesidad de contar con la agente comercial a partir de la mejora de la calidad y los tiempos de producción, lo que hace que las artesanas comiencen a generar stocks. En un primer momento surgieron dudas sobre los márgenes que debía manejar esta integrante del grupo, aunque luego se fue tomando conciencia de la trascendencia de esta figura.

“Muchas no lo aceptaron y bueno. Igual que lo de comercialización. Donde está el local, el porcentaje es de ella y uno lo tiene que estipular que es así porque ella es la que vende. Nosotros cobramos solo la mano de obra, las horas de trabajo y listó”, (EH1).

“Primero a la tabla original de madejas les pareció mucho a las chicas, que se quedaba con mucho porcentaje. Y después fueron entendiendo que convenía tener un punto de venta y no tener las cosas ellas para vender, entonces fueron reconociéndole, pero fue todo un proceso de madurez. Ya hay algunas que solamente trabajan en sus casas y le llevan al punto de venta. Ella se queda con un porcentaje de comercialización pautado, que todos los años se renueva. Y los gastos del local los absorbe ella con los porcentajes de comercialización de estos productos y de otros que tiene. Los paga ella. Ella teje, hila, a veces tiñe...” (EE).

Finalmente, el posnet es otra innovación que incorpora el grupo. La necesidad de gestionarlo surge a partir del primer desfile y el local comercial en La Madrid, sustentado en el precio de las prendas tejidas por las artesanas.

19, 20 y 21 Septiembre 2018

LUJÁN DE CUYO
MENDOZA
ARGENTINA



XIX Jornadas Nacionales de Extensión Rural y **XI** del Mercosur



“El posnet surgió porque realmente por ahí son prendas que no son disponibles para el efectivo y mucha gente te lo pedía. Entonces decidimos ponerlo por pedido de los clientes. El primer pedido fue para un desfile y ahí nos dimos cuenta...” (EAC).

Otra herramienta de desarrollo local importante es la marca colectiva. La misma surge a partir de una visita de agentes del Ministerio de Desarrollo Local de la Nación, quienes realizan un encuentro con diferentes actores del Municipio.

“Vino gente de Desarrollo Local a Líbano, se encontró con el local de venta, con un taller de venta. Preguntó qué era. Las chicas le mostraron, le explicaron lo que era, le mostraron lo que hacían, les preguntaron cómo trabajaban, le mostraron un cuadrito que tienen colgado en la pared con la declaración de valores, entonces ahí nos dijeron “pero entonces ustedes tienen que”... ellos vinieron por otro tema, no sé si por el monotributo social, y dijeron “a ustedes les va la marca colectiva” (EE).

Esto representó un hecho casual, pero la propia trayectoria de Manos La Madrid, su organización y desarrollo previo permitieron aprovechar esa oportunidad, ya que las artesanas ya estaban trabajando de manera colaborativa en un proyecto común de la economía social.

“A nosotros nos calzó como anillo al dedo porque éramos un proyecto colectivo y estábamos en el mismo enfoque. Tenemos sistema de trazabilidad, tenemos sistema de control, etiquetamos juntas, custodiamos la calidad, entendimos que la riqueza es el grupo, no la receta propia, y teníamos ya 5 o 6 años de trayectoria, teníamos el ejercicio de hacer la gestión transparente, compartíamos los insumos. Es decir, había un montón de cosas que te obligaban a que fueran colectivos y que fuera custodiado, entonces la marca colectiva, digamos, todas las cosas que a los demás les cuesta lograr porque tienen una trayectoria individual que después es difícil enmarcarla en un proyecto colectivo. Nosotros nacimos como un proyecto colectivo” (EE).

En la actualidad la marca colectiva es administrada por la Jefa de la Agencia de Extensión Rural La Madrid del INTA dado que es una figura ajena al grupo pero que lo conoce desde su génesis. La administradora cumple la función de garantizar al ministerio que la marca la usan sólo quienes pueden, es decir, las integrantes del grupo Manos La Madrid. También hay un órgano de Decisión, compuesto por representante del grupo para la Marca Colectiva. El objetivo es dar un respaldo a las artesanas y brindar seguridad a los clientes, como lo reconocen las propias artesanas.

“es una ayuda para nosotras, porque nos da lo que es la prenda, la venta” (EAC).

4. EL ROL DE LAS TIC EN LA ESTRATEGIA DE EXTENSIÓN

4.1. La incorporación de los dispositivos

La incorporación de las TIC es un proceso que se dio en los últimos años. Al inicio del grupo, sólo algunas artesanas tenían celular (que eran en general las más jóvenes), pero la mayoría se comunicaba por teléfono fijo o no tenían ningún medio, por lo cual se armaban redes personales, para las primeras reuniones del grupo. Cuando comienzan a formar Manos La Madrid, dos de las artesanas entrevistadas no tenían ningún medio de comunicación interpersonal, tres poseían celulares pero no poseían buena cobertura de red por cuanto su principal comunicación era por mensaje de textos. Cuatro podían comunicarse por llamadas y mensajes por los dispositivos que contaban. Y sólo una de las artesanas tenía correo electrónico y celular. Por esto, en los primeros años se establecían días fijos para las reuniones a los efectos de disminuir la problemática surgida por la incomunicación.

19, 20 y 21 Septiembre 2018

LUJÁN DE CUYO
MENDOZA
ARGENTINA



XIX Jornadas Nacionales de Extensión Rural y XI del Mercosur



“Y por medio de C., siempre tiene línea de teléfono y era la que me traía toda la información o para algunas reuniones, era por medio de C. Venía y me avisaba”, (EH5).

“No teníamos celular. Yo no tenía nada. [...] Y, la que tenía teléfono y mail era MJ. Ella sí tenía. Ella porque en la estancia tenía y por medio de ella más que nada. Ella venía y me avisaba. [...] Nos reuníamos todas las semanas, siempre estábamos en contacto” (EH6).

“Y era... venir, había que venir. No tenía celular. [...] la comunicación se hacía el día que venías, que venías a La Madrid, ahí hacíamos la comunicación. Llegar acá y entonces era... Teníamos un día fijo”, (EAC).

Entre las que tenían teléfonos celulares disponibles y vivían en el campo, no poseían celular personal, sino sólo el marido tenía un móvil cedido por el campo donde trabajaban.

“O sea, mi marido era el único que tenía teléfono y era para las urgencias y cosas así”, (EAC).

En estos casos donde podían contar con celular en el grupo familiar, aunque la artesana no tenía dispositivo propio, con los primeros ingresos generados por la actividad y ante la necesidad de empezar a comunicarse internamente en el grupo, estas mujeres compran sus primeros celulares.

“Y, cuando arranqué con esto de las lanas. [...] yo necesitaba mí celular para comunicarme con... entonces ahí me compré uno que todavía lo tengo porque a mí me duró. Cuando vinimos, me regalaron uno entonces quedó ahí guardado pero anda pobrecito”, (EH1)

Hubo casos en que recibieron celulares como regalo por alguna festividad, cumpleaños, día de la Madre, etc.

“Ese me lo regalaron mi marido y mis hijos, para el día de la madre” (EAC).

“Me lo regaló mi cuñada de Tandil. Cuando nosotros nos vinimos del campo hicimos una fiesta de despedida. Hicimos acá. Entonces ellas nos, me trajeron, nos trajeron para los dos, pero lo uso yo. Un celular grande. Va, no grande, nuevo”, (EH1)

Otras, accedieron al celular por herencia, recibiendo un aparato viejo cuando el marido cambiaba el suyo. Algo similar sucede en algunos casos con la computadora.

“El telefonito viejo debe tener..., porque en realidad es heredado también, porque a mi esposo se compró otro porque supuestamente no le funcionaba y a mí me funciona (risas). Y debe tener, ponle que hace 2 años que tengo este... y debe tener ponle como unos 6 o 7 años” (EH2).

“Computadora, yo, recién este año, mi nuera, que es docente, se compró una netbook (network) para su trabajo, más moderna, porque ella tenía la computadora más antigua, de escritorio, la grande, con el teclado separado, no sé cómo se llaman esas... las PC. Y me la dio, la limpié toda, el CPU, le hice todo una limpieza, antivirus, todo en Olavarría y la instalé” (EH4).

“En casa hay una computadora que me pasó mi cuñada porque ella se compró una nueva” (EH1).

En los últimos años, quienes no habían actualizado los aparatos, pasan a poseer smartphones, ya sea por regalos, presión social o familiar. Los más jóvenes nacidos en entornos digitales, dominan con mayor facilidad los dispositivos propios de su época. Por tal motivo, se da un intercambio intergeneracional vertical desde los más jóvenes (con mayor grado de vanguardia tecnológica), hacia sus mayores, rezagados desde el punto de vista de las Tic. Los jóvenes y niños se

19, 20 y 21 Septiembre 2018

LUJÁN DE CUYO
MENDOZA
ARGENTINA



XIX Jornadas Nacionales de Extensión Rural y XI del Mercosur



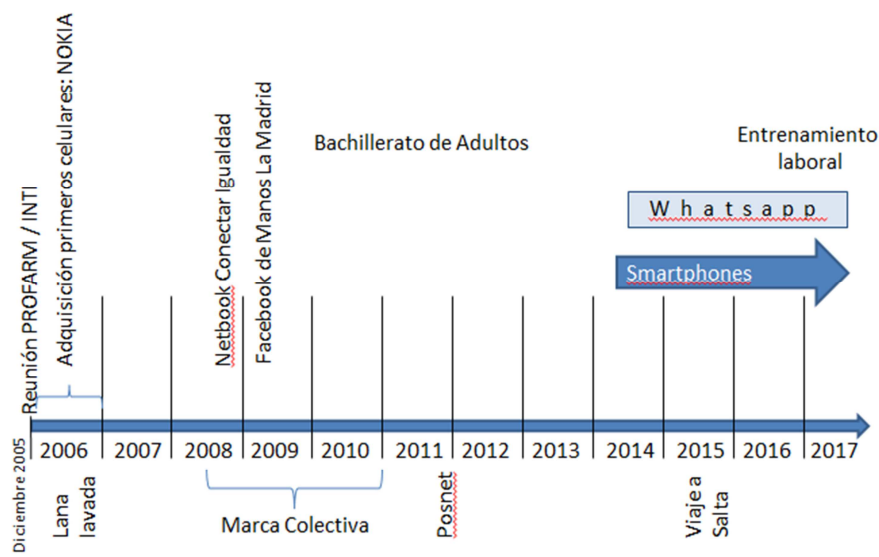
transforman en iniciadores e influenciadores del proceso de compra de bienes tecnológicos, siendo ellos quienes detectan la necesidad de actualizar los dispositivos de las artesanas. Ellos influyen en el proceso de compra a partir de tener mayor conocimiento de las características de los productos disponibles en el mercado y las necesidades de sus madres o abuelas.

“Este año. Yo no tenía celular [...] Y bueno, y mis nietas este año ya empezaron a jorobar con el celular, Abuela tenés que comprarte un celular. Y estábamos en Olavarría y me llevaron y me lo hicieron comprar” (EH3).

“O sea, mis hijos me regalaron un celular porque decían, mamá tenés que tener porque llamamos y no... entonces me regalaron un celular. [...] Los hijos, siempre los hijos. Recién ahora este es el primero que me había comprado.” (EH6).

“...Porque mi hijo, hay uno de ellos, que se iba comprando celulares, entonces me los iba pasando a mí. Siempre una pantallita rota...” (EAC).

En el siguiente gráfico se muestra en una línea de tiempo, una aproximación promedio de los momentos de incorporación de equipos, al mismo tiempo que su uso y resignificación ligados a procesos de aprendizaje relativamente institucional.



Urcola (2012) reconoce que el teléfono inteligente se va transformando en el dispositivo central de la vida tecnológica en cuanto a las comunicaciones. Y esto se ve reflejado en el uso que hacen las artesanas, accediendo a aplicaciones en este producto tecnológico. Se observa la centralidad del teléfono para google, buscar diseños, whatsapp, Facebook, subir fotos, etc.

4.2. Las TIC y la organización del grupo

Como decíamos más arriba, en el comienzo del proceso colectivo era necesaria la red personal para promover la organización del grupo. Para salvar el inconveniente de la incomunicación por falta de dispositivos o infraestructura, se determinaban reuniones fijas. Cuando había que

19, 20 y 21 Septiembre 2018

LUJÁN DE CUYO
MENDOZA
ARGENTINA



XIX Jornadas Nacionales de Extensión Rural y **XI** del Mercosur



comunicar algo más allá de dichas reuniones, se apelaba a la red personal y la extensionista llamaba a una integrante del grupo que tenía teléfono fijo o celular y ésta avisaba a las otras.

Posteriormente, con los primeros celulares personales, por lo general Nokia, según manifestaron las artesanas, se realizaban llamadas o se enviaban mensajes de texto. Con la actualización de los aparatos, en los últimos años, se extiende internamente el uso de WhatsApp como herramienta de organización interna.

“Porque yo venía, nosotros no era lejos que estábamos entonces veníamos seguido y sino, después cuando empezó que había celulares uno se comunicaba con celular [...] Y nos citamos por celular. Ahí en Manos: Chicas de La Madrid, hoy nos reunimos. O Andrea también. Antes era por teléfono, por el otro, por llamadito o mensaje. En el campo tenía buena señal. Llegaban los mensajes. Hoy con estos grandes no sé cómo será pero con esos chiquitos llegaba a todos lados” (EH1).

Esta aplicación logró satisfacer necesidades comunicacionales con respecto a la organización interna de la cadena, sobre todo a partir de la posibilidad que ofrece de crear grupos con los contactos y facilitar el rápido intercambio colectivo de información y de diálogo. Su principal aporte está relacionado con la ubicuidad y la asincronización de la comunicación. Otro aspecto relevante y valorado es el de la inmediatez en que se puede compartir información.

En la actualidad, encontramos un grupo de WhatsApp general de Manos La Madrid integrado por la mayoría de las artesanas que poseen teléfonos inteligentes, creado y administrado por la gerente de la Marca Colectiva. La extensionista forma parte del grupo general como una integrante más del mismo. El colectivo de Colina posee además un grupo propio de WhatsApp. Estos grupos locales favorecen la organización interna al facilitar la convocatoria a reuniones, el intercambio de pareceres sobre distintas cuestiones de diseño y comerciales, entre otras.

“Y tengo el grupo de WhatsApp las 4 y después tenemos el de Manos La Madrid, para comunicarnos entre nosotras. Para reuniones, para cuando hay una venta, para todo” (EH6).

“...es muy importante porque hemos hecho un grupo de Manos entonces hay todo lo que se relaciona a reuniones, horarios, tejidos, a ver qué les parece cómo salió, todo nos comunicamos en ese grupo” (EAC).

Sobre la red social Facebook, la mayoría de las artesanas poseen perfil de esta red social. La apertura de las mismas se da por intermediarios jóvenes, hijos o amigos de éstos.

“¿El Facebook? Me lo armó un amigo de mi hijo. Porque mi hijo no quería que pusiera. No, qué vas a tener Facebook mamá...El amigo de mi hijo me dijo, no dejá M...cita que yo te lo acomodo, dice, yo te lo preparo y ahí está.” (EH1).

Las artesanas utilizan esta red social para entrar en contacto con clientes prospectos más que para la comunicación interna, más allá de los usos sociales habituales. El Facebook actúa como un medio ágil de promoción gratuito, efectivo, interactivo y personalizado. Como se decía más arriba, hay un perfil del grupo y una página, mas cada artesana que posee su perfil particular, hace publicaciones en su red personal y publica en los grupales.

“y propaganda, viste que anuncias cosas que estás haciendo. Por ejemplo, cuando hacíamos el desfile yo siempre hacía propaganda del desfile. O, es una red social; es como, vos todo lo que quieras comunicar. Está bueno, para mí, yo lo uso para eso más que nada” (EH8).

19, 20 y 21 Septiembre 2018

LUJÁN DE CUYO
MENDOZA
ARGENTINA



XIX Jornadas Nacionales de Extensión Rural y XI del Mercosur



“Tengo Facebook [...] tengo una página [...] de las artesanías que hago [...] Por ahí la gente pregunta, [...] me piden consejos a ver cómo pueden hacer, por ejemplo, me pasan una foto y quiero hacer esto, cómo puedo hacer” (EH5).

El comercio aumentado se observa en casos en los cuales el contacto ya fue realizado en forma presencial (en ferias, en el comercio, etc.) como es el caso de un vínculo comercial con artesanos de Bariloche que presenta elementos de la economía social y de las TIC dado que se generó una relación comercial de confianza y afecto y las transacciones comerciales se dan, en la actualidad, a través de las TIC, en donde entran en juego el WhatsApp y el Facebook, facilitando la comunicación a partir de la característica ubicua y asincrónica de las mismas.

No se observa un buen uso del perfil y página grupal. De hecho, las artesanas no tienen acceso a la administración de las mismas y no poseen las claves. La cuenta fue creada por el hijo de una de las artesanas.

“Yo soy hijo de una de las integrantes del grupo, entonces bueno, para darle una mayor importancia para lo que era Manos de La Madrid, decidimos hacerlo llegar a la red social más famosa en ese momento que era Facebook. Entonces bueno, decidimos crear una página y me ofrecí voluntariamente para manejarla, yo, sabiendo poco o mucho, pero bueno, y a través de la red social fomentar, mostrar a la gente los productos que estaban haciendo, dónde se iban a presentar, todos los movimientos que iba haciendo Manos de La Madrid a través de Facebook” (EIF).

Las TIC también son utilizadas para buscar diseños que sirvan de inspiración para nuevos modelos o, para seguir las modas de cada temporada. En este caso, utilizan Facebook o el buscador de Google. Estas herramientas tecnológicas intangibles están vinculadas con la posibilidad que brindan de promover el trabajo colaborativo.

4.3. Facilitadores: Intermediarios y Políticas Públicas

Como se mencionó anteriormente, las nuevas generaciones son los principales intermediarios y capacitadores en la incorporación de las TIC. Se observa que en años anteriores, cuando las artesanas accedieron a las computadoras, los intermediarios eran adolescentes o jóvenes, mayormente sus hijos y, en la actualidad, cuando se centra el móvil como principal dispositivo, aparecen como intermediarios los nietos.

“mi hija. Cuando, ella vive en Mar del Plata, y cuando voy me dice Ma, traete la computadora, y yo la llevo y ella me ordena las fotos y me enseña. [...] mi nieto, cuando estoy un poco trabada, viste que a veces se descontrolan (los celulares), mi nieto que ya tiene 14 me dice, abuela yo te lo acomodo” (EH6).

“...él se iba en febrero a estudiar y nosotros la compramos en noviembre. Cosa de empezar, L. (hijo), nos enseñás aunque sea la computadora vieja a ver cómo se usa” (EH2).

“Y mis, los hijos, siempre son los más chicos, los jóvenes son los que enseñan a uno. [...] Cuando uno no sabe algo, siempre les pregunta. O la nuera ahora me dice, no, tenés que hacer así. Pero bueno, ahora sí lo sé manejar eso, pero cosas más grandes, no” (EH1).

“Y ahora ellas (nietas) son las que me enseñan, me ponen al tanto, [...] me agarra el teléfono y dice ¡Ay abuela! Mirá lo que tenés acá. – Pero bueno, déjalo. Te manejan todo” (EH3).

19, 20 y 21 Septiembre 2018

LUJÁN DE CUYO
MENDOZA
ARGENTINA



XIX Jornadas Nacionales de Extensión Rural y **XI** del Mercosur



Existen distintas políticas públicas que facilitaron el acceso a dispositivos tecnológicos. Algunas artesanas accedieron a las notebook gracias al programa Conectar Igualdad o a las facilidades que brindaron, en su momento, organismos del Estado o los bancos públicos para la compra de este tipo de dispositivos.

"[...] después que me jubilé la compré por el Banco, viste, que te dan esa ventaja viste. El Banco Nación, yo cobro en el Nación" (EH3).

"Un notebook de esas chiquitas. La compré con la tarjeta ARGENTA de jubilada, va de pensionada porque soy pensionada. La jubilación todavía la estoy tramitando. En la ANSES" (EH6).

Otra política que busca minimizar la brecha digital es el de la capacitación o educación en TIC. En este caso es relevante el trabajo de la extensionista, más allá de los cursos formales del sistema educativo como los dictados en Institutos de Formación Docente y Técnica o los Centros de Formación Profesional, ambos de la Dirección General de Cultura y Educación (DGCE) de la provincia.

Al respecto, la extensionista, generó un sistema de becas condicionadas, es decir, gestionó becas de formación ante el Estado a cambio de que las artesanas accedan a la compra de una computadora y asistan a un curso de capacitación, que dicta ella misma. En dicho curso, enseña a las artesanas a diseñar planillas de Excel y a utilizar el Word, el Office principalmente.

"Con Andrea estamos haciendo el curso este de entrenamiento laboral, también con la computadora, hicimos el Power Point, por ejemplo. Lo mismo que está haciendo Amelia. Amelia y yo. De hecho Andrea consiguió que nos dieran una beca, así que sí. [...] Tengo una notebook, sí. Me compré, de hecho el primer mes que cobré la beca, porque ya lo tenía pensado. Voy a usar esa plata en esto porque yo sé que voy a necesitar eso. Así que me compré la notebook. Y es por lo que estoy trabajando y estoy estudiando. La estoy pagando en cuotas" (EH5).

"Estoy estudiando computación acá, Andrea nos enseña. Y hemos aprendido bastante. Yo no sabía lo que era prender la computadora, porque no sabía. Pero la llevo bastante bien. Ahora he aprendido a sumar, viste eso cómo se suma con el Excel o como se dice. Nos enseñan para sumar la lluvia, como se dice, los gastos que tiene una casa, todo eso. Hace 6 meses no sabía no tenía ni idea que existía." (EH6)

Como decíamos antes, otros intermediarios destacados son los jóvenes. Los mismos cumplen un rol trascendental en el proceso de aprendizaje del uso de las TIC por parte de las artesanas, por medio de un proceso de educación no formal en el cual aparece, de manera reiterada, la importancia de la explicación de un tercero y la estrategia del aprender haciendo.

"Hay una chica amiga de mi hija en el banco y entonces le digo quiero el homebanking en casa... y me dio todos los datos, me explicó todo, me anotó todo y fui a casa, practiqué todo y ya lo saqué" (EAC).

"Sino la miraba a mi nuera. Y entonces, un día le digo, mirá, yo me voy a anotar todo y después voy a venir sola y lo voy a hacer yo. Y entonces me anoté todo y vine y tac tac y todos los pasos y lo saqué yo. [...] Tac tac tac apreté todos los botones y listo" (EAC).

"¿Cómo aprendí? Me dieron un papel explicándome paso a paso. La primera y la segunda se me trabaron, seguro. [...] y después bueno, fui a la contadora, la chica que atiende los papeles y le digo yo, huy mirá lo que me pasó. [...] Ahora ya sé que no es tan riesgoso... La chica que trabaja en la contadora" (EH2).

19, 20 y 21 Septiembre 2018

LUJÁN DE CUYO
MENDOZA
ARGENTINA



XIX Jornadas Nacionales de Extensión Rural y XI del Mercosur



“...en una feria como el año pasado, que recién tenía el celular y ese día abrí el Facebook. Estábamos en un stand y vino la hija de R., mi otra amiga y le digo, quiero abrir el Facebook. Bueno, y me dice andá haciendo esto. Ella me lo iba a hacer y no, dámelo a mí que lo hago yo porque si no tenés que hacértelo vos para que me quede, tengo que hacerlo yo. Y entonces R. me iba diciendo y ahí subí fotos y después. ¡Claro! Era relindo porque todas decían ¡Hay que hermoso los trabajos! ¡Hay qué lindo los trabajos!” (EH4).

4.4. Otra Limitante: Infraestructura

Hablamos de infraestructura haciendo referencia a la disponibilidad de redes de comunicación que facilitan el intercambio digital. En el caso de La Madrid los problemas de infraestructura que limitan la comunicación son el acceso a señal de celular o internet. Esta situación es común en la mayoría de los pueblos de zonas rurales por la ausencia de antenas. Otro problema en gran parte del partido de La Madrid es que no llega la red eléctrica. Según mapas de las compañías de teléfonos celulares, la cobertura 2G no alcanza a cubrir toda la zona de influencia donde moran las artesanas. A su vez, existe cobertura 3G solo en algunas localidades.

En particular, en los pueblos rurales de San Jorge y Colina, el acceso a internet es bastante limitado. Hay proveedores regionales que brindan servicios de internet pero no se registra presencia de compañías con tecnologías modernas.

“No muy seguido por el problema de internet, acá también hay problema de internet. No solamente en San Jorge. Está medio, de hecho había 2 o 3 servidores y creo que a uno lo suspendieron no sé por qué razón, y hay uno sólo ahora. Así que hasta que no arreglen eso, el problema es general” (EH5).

“porque no tengo internet para poder mandar o así mostrar páginas [...] Así que yo en la computadora como que voy practicando pero a nivel de internet yo no bajo nada [...] Eso es lo que me pasa a mí, que yo no tengo internet en el campo. ” (Eh4)

Esta ausencia de las empresas privadas tampoco se ve suplantado por la presencia del Estado con alguna política pública que permita la comunicación y el uso de las TIC. Todo esto genera una brecha que lleva a que no se pueda contar con todos los avances tecnológicos ni que se pueda explotar gran parte de las posibilidades que dan las TIC.

5. RESIGNIFICACIÓN DEL PROYECTO PARA LAS ARTESANAS

Todos los elementos antes descriptos se conjugan en este grupo dando como resultado, quizás el más importante, el fuerte impacto que tiene el proyecto en la vida de estas mujeres. Otrora aisladas, invisibilizadas en algunos casos, que pasan a reivindicarse como mujeres activas, reconocidas, que empiezan a manejar dinero propio, generado por ellas mismas. Esto impacta positivamente en la mejora de la autoestima y el reconocimiento. En algunos casos, el impacto lleva, por ejemplo, a que la artesana se incorpore al sistema de Educación formal, a partir de su participación en el grupo, y recupere un trayecto que en su momento ha debido abandonar por diferentes motivos.

La convivencia en el grupo, un viaje conjunto realizado al NOA para conocer a hilanderas de esa región, la generación de ingresos propios, volver a estudiar, el conjunto de cuestiones positivas

19, 20 y 21 Septiembre 2018

LUJÁN DE CUYO
MENDOZA
ARGENTINA



XIX Jornadas Nacionales de Extensión Rural y XI del Mercosur



del proyecto, les mostró a las artesanas que había otras cosas. Por eso, a pesar de no ser un objetivo de la presente investigación, surge con mucha fuerza del proyecto la cuestión de género.

“Estar en el grupo significa mucho. Porque nos da seguridad en todas, Y me parece que es un grupo que ha pasado de todo pero a la vez nos da fortaleza para mí ver, fortaleza. Como mujer siento un gran logro, es poder haber salido de un círculo cerrado. Porque era mi casa, mi familia y nada más” (EAC).

“...o sea, hacía otra cosa y yo quería salir un poco de mi casa porque viste, la casa te ahoga y no trabajaba afuera porque estaba en pareja y él era muy así viste. Y no me dejaba trabajar, ni estudiar, nada. Después cuando quise emprender algunas cosas empezaron los problemas” (EH5).

“Mi vida cambió todo. Porque, por eso que yo estaba muy en la casa, muy ama de casa, mamá de casa, esposa de casa y nada más que eso era mi vida. No tenía otra salida [...] y yo quería estudiar, siempre quise salir, siempre quise viajar, pero eso era como que no me dejaban. Y cuando empecé el grupo, después empecé a estudiar. Y después cuando pasó eso y empecé a viajar un montón así con las chicas del grupo. A mí, me abrió otra puerta, digamos, como mujer me abrió mucho, mucho. [...] Personalmente, me siento mejor. Ahora, genero mi propio ingreso” (EH5).

“Huy, Manos La Madrid yo digo que fue un click en mi vida. Porque yo estaba en el campo. Era ama de casa e iba y venía con los chicos del campo a la escuela y nada más. Y eso me abrió un espacio para que Yo pueda ser, para mí. [...] Fui curiosa. Y dije ah mirá que bueno, me gusta. Y yo digo que tengo algo de los antepasados que me gusta mucho lo artesanal. Me gusta mucho. Tuve la suerte el año pasado de ir a Salta, Jujuy, recorrer” (EH8).

6. CONCLUSIONES

El caso de Manos La Madrid muestra sus resultados como una experiencia de aprendizaje colectivo de estas mujeres, a partir de una estrategia de extensión basada en la organización y en la incorporación de innovaciones.

El proceso da cuenta del crecimiento de las artesanas en lo que respecta a innovaciones organizacionales en las cuales mujeres aisladas, amas de casa en su mayoría, se organizan a partir de la intervención de una extensionista y se resignifican como creadoras y productoras, llegando a ser capacitadoras de otras mujeres. Esto impacta en sus vidas elevando su autoestima y alcanzando la autorrealización a partir de un reconocimiento social, del aprendizaje de nuevos oficios, de la mejora de la calidad de sus producciones, entre otras. Así pues, entre las innovaciones organizacionales vemos, por ejemplo, la promoción del asociativismo a partir de la organización con su declaración de valores y el establecimiento del precio justo en asamblea; la división de tareas; la facilidad con que alcanzaron la marca colectiva y la solidaridad interna propia de la economía social.

En todo el proceso cumple un rol destacado la extensionista no sólo en la construcción de los grupos sino sobre todo en la gestión del aprendizaje colectivo y como principal intermediaria de la co construcción de conocimientos y de apropiación de la experiencia por parte de las artesanas.

Dentro de las innovaciones tecnológicas y organizacionales en el caso Manos La Madrid, cobran significado las TIC por ser un elemento clave del proceso de comunicación. En investigaciones anteriores se ha identificado que los agricultores familiares utilizan las TIC y lo hacen con objetivos diferentes a los productores empresarios. Entre las artesanas, el principal objetivo del uso de las TIC es la promoción de la organización interna, aunque también se utilizan las TIC para promover el contacto con clientes y, en menor medida, un incipiente comercio aumentado.

19, 20 y 21 Septiembre 2018

LUJÁN DE CUYO
MENDOZA
ARGENTINA



XIX Jornadas Nacionales de Extensión Rural y **XI** del Mercosur



Las TIC más utilizadas son WhatsApp y Facebook. La primera para promover la organización interna y Facebook para contacto con clientes. Estas dos aplicaciones son más intuitivas que aquellas que requieren de un intermediario profesional, como la administración de un sitio web, por ejemplo, y permiten un rápido aprendizaje para su utilización. Aunque estas aplicaciones, sobre todo Facebook, no son aprovechadas sobre las posibilidades que brindan.

Las artesanas presentan la necesidad de contar con intermediarios, tanto para el uso de dispositivos como para el mejor aprovechamiento de las TIC. Entre los intermediarios, aparecen los más jóvenes como los principales actores para facilitar el uso de computadoras y Facebook, y los nietos con respecto a celulares. En el proceso de enseñanza aprendizaje sobre el uso de las TIC, es interesante ver que aparecen procesos no formales de educación donde el conocimiento se genera entre la artesana y un familiar o un conocido.

Con respecto a los problemas relacionados al uso de las TIC se observa una brecha tecnológica en sentido amplio: por falta de dispositivos, infraestructura y conocimiento. La falta de conocimiento sobre el uso y las posibilidades que ofrecen las TIC provoca, en el grupo de Manos La Madrid, un no aprovechamiento pleno de las mismas. Esto se ve reflejado, por ejemplo, en la discontinuidad de la actualización de un blog y en la manera de publicar en el Facebook dado que etiquetan desde el perfil personal en lugar de publicar desde el perfil grupal. Otro ejemplo está relacionado con la problemática que plantean las artesanas sobre la necesidad de ampliar la cadena comercial la cual podría ser en parte salvado por las TIC y el comercio aumentado. Algunas como la Agente Comercial hacen un uso precario de las TIC en este sentido, pero no se aprovecha en su totalidad.

Con respecto a los dispositivos, el celular se ha transformado, en los últimos años, en un elemento central de las TIC, concentrando muchos usos en un solo aparato. A parte del uso de redes sociales como WhatsApp y Facebook, las artesanas de Manos La Madrid utilizan la cámara de fotos, el buscador Google, navegan por internet y hasta usan el correo electrónico.

Las políticas públicas aparecen como puntales fundamentales para disminuir la brecha digital en lo que respecta tanto a acceso a la tecnología como al conocimiento de las mismas. Se propició el acceso a dispositivos (computadoras) a partir de créditos para su compra. Pero surgen como problemáticas la falta de cobertura de red de celulares y la calidad del servicio de internet.

BIBLIOGRAFÍA

- Argaña, Andrea (2010) "Proyecto Integrado Ovinos de Gral. La Madrid", Informe INTA.
- Bontempo, Máximo, Pennacchi, Violeta Gabriela, Bricchi, María Soledad y Mansilla Andrea (2017) "Territorios digitales: el INTA, los Jóvenes y la Ruralidad. Investigación Nacional", Ediciones INTA, Buenos Aires.
- Bosch, M; Barragán, G; Grobocopatel, G; Baum, G; Moresco, M; Romaniz, S; Robert, V; Albornoz, I. (2009) "AGROTIC". En: Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva "Libro blanco de la prospectiva TIC: proyecto 2020".
- Castells, Manuel (2000) "La era de la información: economía, sociedad y cultura. Volumen 1 La sociedad red", Alianza Editorial, Madrid.
- Castells, Manuel (2016) "Modelos de desarrollo en la era de la información, globalización, tecnología y empresa red", conferencia Centro Interdisciplinario de Estudios en Ciencia, Tecnología e Innovación (CIECTI), Buenos Aires.

19, 20 y 21 Septiembre 2018

LUJÁN DE CUYO
MENDOZA
ARGENTINA



XIX Jornadas Nacionales de Extensión Rural y **XI** del Mercosur



Cittadini, Roberto; Caballero, Luis; Moricz, Mariana y Mainella, Florencia (Compiladores) (2010) "Economía social y agricultura familiar: hacia la construcción de nuevos paradigmas de intervención". Ediciones INTA, Buenos Aires.

Cope, B; Kalantzis, M. (2009) "Ubiquitous Learning. Exploring the anywhere/anytime possibilities for learning in the age of digital media" Ed University of Illinois Press, EEUU.

Coraggio, José Luis (2010) "Economía social. Conceptos para el análisis. Pensar desde la perspectiva de la economía social", en Cittadini, R; Caballero, L; Moricz, M; Mainella, F (Compiladores) "Economía social y agricultura familiar: hacia la construcción de nuevos paradigmas de intervención". Ediciones INTA, Buenos Aires.

Coraggio, José Luis (2011) "Economía social y solidaria. El trabajo antes que el capital", Alberto Acosta y Esperanza Martínez editores, Ediciones Abya-Yala, Fundación Rosa Luxemburg, Ecuador.

Crovi Druetta, D; Sierra, F. (2005) Sociedad de la información y educación telemática. Economía, política y lógicas de socialización del conocimiento". En Bolaño, C; Mastrini, G; Sierra F. (Eds.) "Economía Política, Comunicación y Conocimiento. Una perspectiva crítica latinoamericana", La Crujía Ed. El Palomar, Buenos Aires.

Díaz Bordenave, Juan (2004) "De la información agrícola a la comunicación para el cambio social. En Cimadevilla, G; Carniglia, E. (2004) "Comunicación, ruralidad y desarrollo. Mitos, paradigmas y dispositivos para el cambio". Ediciones INTA.

Dussell, I; Quevedo, L. (2010) "Educación y nuevas tecnologías, los desafíos pedagógicos ante el mundo digital", Ed. Santillana, Buenos Aires.

Finkelievich, Susana (2007) "Innovación, tecnología y prácticas sociales en las ciudades: hacia los laboratorios vivientes", Revista Iberoamericana de ciencia, tecnología y sociedad, Volumen 3 N°9, Buenos Aires.

Giovannini, Fabiana; Cimadevilla, Gustavo (2017) "Productores familiares porcinos y TIC: estudios de caso en el Centro-Sur de Córdoba (Argentina) y Oeste de Santa Catarina (Brasil)", ponencia en X Jornadas Interdisciplinarias de Estudios Agrarios y Agroindustriales Argentinos y Latinoamericanos, Buenos Aires.

Junta de Castilla y León y Fundetec (2010) Libro blanco de las TIC en el sector comercial minorista.

Prensky, Marc (2001) "Nativos e Inmigrantes Digitales", Institución Educativa SEK. [https://www.marcprensky.com/writing/Prensky-NATIVOS%20E%20INMIGRANTES%20DIGITALES%20\(SEK\).pdf](https://www.marcprensky.com/writing/Prensky-NATIVOS%20E%20INMIGRANTES%20DIGITALES%20(SEK).pdf)

Santini, Santiago; Ghezan, Graciela; Bontempo, Máximo (2017) "Uso de las TIC por parte de Agricultores Familiares en el Sudeste de la provincia de Buenos Aires", ponencia X Jornadas Interdisciplinarias de Estudios Agrarios y Agroindustriales Argentinos y Latinoamericanos, Buenos Aires.

Schiavo, E; Rodríguez, S; Vera P. (2014) "Apropiación de TIC por parte de comunidades informales en ciudades metropolitanas en el contexto latinoamericano. El caso de la feria "La Salada", En: Finkelievich, S. (coord.) "Innovación abierta en la sociedad del conocimiento. Redes transnacionales y comunidades locales". Instituto Gino Germani, Buenos Aires.

19, 20 y 21 Septiembre 2018

LUJÁN DE CUYO
MENDOZA
ARGENTINA



XIX Jornadas Nacionales
de Extensión Rural y
XI del Mercosur



Serra, Arthur (2010) "Los ciudadanos, motor de la innovación. Acerca de los nuevos centros de conocimiento", Citilab.

Thomas, Hernán (2012) "Tecnologías para la inclusión social en América Latina: de las tecnologías apropiadas a los sistemas tecnológicos sociales. Problemas conceptuales y soluciones estratégicas", Grupo de Estudios Sociales de la Tecnología y la Innovación, IESCT/UNQ, CONICET.

Tuomi, Ikka (1999): "Organizing for strategic knowledge creation", en Corporate Knowledge: Theory and Practice of Intelligent Organizations. Disponible en: <http://www.jrc.es/~tuomii/articles/OrganizingForStrategicKnowledgeCreationCh14.pdf>.

Urcola, M. (2012) Articulación de las "TIC" en el sector agrícola pampeano: la apropiación de la telefonía celular, las computadoras e Internet entre los productores de una localidad del sur santafesino". Revista Temas y Debates. ISSN 1666-0714, año 16, número 23, pp. 73-100.

Vacchieri, A; Jure, P. (2008) "Tecnologías de la comunicación en las áreas rurales del NOA", PROSAP, Buenos Aires.