



RIDAA
Repositorio Institucional
Digital de Acceso Abierto de la
Universidad Nacional de Quilmes



Universidad
Nacional
de Quilmes

Bustos, Leandro

Comunicar desde el fondo. Proyecto de innovación 2020



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Argentina.
Atribución - No Comercial - Sin Obra Derivada 2.5
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/ar/>

Documento descargado de RIDAA-UNQ Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes de la Universidad Nacional de Quilmes

Cita recomendada:

Bustos, L. (2022). *Comunicar desde el fondo. Proyecto de innovación 2020. (Trabajo final integrador)*. Universidad Nacional de Quilmes, Bernal, Argentina. Disponible en RIDAA-UNQ Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes
<http://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/3669>

Puede encontrar éste y otros documentos en: <https://ridaa.unq.edu.ar>

Comunicar desde el fondo. Proyecto de innovación 2020

Trabajo final integrador

Leandro Bustos

lbustos@unrn.edu.ar

Resumen

El proyecto de innovación es una propuesta de intervención que pretende fortalecer a través de una campaña comunicacional el trabajo que viene realizando la RED de Agricultores Familiares del Sur desde 2011. La campaña se centraría en la visibilización del sector de la agricultura familiar a través de piezas audiovisuales que aborden el eje de comercialización y sean realizadas en unidades productivas de organizaciones de la Agricultura Familiar del Alto Valle y Valle Medio de Río Negro.

En este proyecto se destaca la relevancia de la comunicación audiovisual para la creación y realización de relatos que pongan en escena la realidad social. Así mismo, se encuadra su implementación en la extensión universitaria. En este sentido, se propone trabajar interinstitucionalmente con las organizaciones de productores participantes, la Red de Comunicación Popular, la Subsecretaría de Agricultura Familiar y el INTA sede General Roca, para planificar el trabajo interdisciplinario y sectorial que se requiere para un abordaje integral de la temática.

UNQ- ESPECIALIZACIÓN EN COMUNICACIÓN DIGITAL AUDIOVISUAL

COMUNICAR DESDE EL FONDO

PROYECTO DE INNOVACIÓN
2020

ALUMNO: LEANDRO BUSTOS
DIRECTORA: MERCEDES TORRES



Universidad
Nacional
de Quilmes

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN - CONTEXTO QUE DA ORIGEN AL PROYECTO	3
BREVE RESUMEN DEL TRAYECTO ECDA	4
ANTECEDENTES RECIENTES DE PRODUCCIONES AUDIOVISUALES RELACIONADAS A LA TEMÁTICA PROPUESTA	6
CARACTERIZACIÓN GENERAL DE LA AGRICULTURA FAMILIAR	9
Caracterización del Sector en el Alto Valle y Valle Medio de Río Negro	11
RELEVANCIA Y JUSTIFICACIÓN. CONTEXTO INICIAL	13
La Extensión Universitaria y la Producción Audiovisual	15
PLAN METODOLÓGICO	17
Etapa inicial	19
Estructuración de la IAP: negociar para construir el programa	19
Desarrollar piezas audiovisuales y evaluar el impacto de lo realizado	20
ENFOQUE DE REALIZACIÓN Y PRODUCCIÓN DE LOS RELATOS AUDIOVISUALES DESARROLLADOS	21
RELEVANCIA DE EJES TEMÁTICOS PROPUESTOS PARA LA ELABORACIÓN DE PIEZAS AUDIOVISUALES	22
I. Comercialización	22
II. Género y Asociativismo	23
III. Sustentabilidad y biodiversidad	23
Cronograma de trabajo por temas	24
Cronograma de Actividades	25
OBJETIVOS	26
Objetivos Generales	26
Objetivos Específicos	26
Resultados esperados y directos	27
Resultados Indirectos	27
IDENTIFICACION DE DESTINATARIOS	28
Destinatarios directos	28
Destinatarios indirectos	28
PROPUESTA ESTÉTICA	29
Micro relatos audiovisuales	29
Pieza publicitaria para redes sociales	30
SOSTENIBILIDAD Y REPLICABILIDAD DEL PROYECTO	32
BIBLIOGRAFIA	33
ANEXO	35
Material Audiovisual producido en el marco de la Especialización y Maestría en Comunicación Digital Audiovisual.	35
Imágenes del recorrido iniciado	37

INTRODUCCIÓN - CONTEXTO QUE DA ORIGEN AL PROYECTO

El proyecto de innovación es una propuesta de intervención que pretende fortalecer a través de una campaña comunicacional el trabajo que viene realizando la RED de Agricultores Familiares del Sur desde 2011. La campaña se centraría en la visibilización del sector de la agricultura familiar a través de piezas audiovisuales que aborden el eje de comercialización y sean realizadas en unidades productivas de organizaciones de la Agricultura Familiar del Alto Valle y Valle Medio de Río Negro.

En este proyecto se destaca la relevancia de la comunicación audiovisual para la creación y realización de relatos que pongan en escena la realidad social. Así mismo, se encuadra su implementación en la extensión universitaria. En este sentido, se propone trabajar interinstitucionalmente con las organizaciones de productores participantes, la Red de Comunicación Popular, la Subsecretaría de Agricultura Familiar y el INTA sede General Roca, para planificar el trabajo interdisciplinario y sectorial que se requiere para un abordaje integral de la temática.

Posicionar a la Red como un espacio de agencia de noticias producidas desde las voces de los productores, sumar la participación de más actores tanto productores como comunicadores y educadores, y fortalecer la articulación con diferentes espacios de trabajo y organización de diseño de la campaña, serán los ejes prioritarios de este proyecto de extensión. Esto se materializará en la producción de piezas realizadas en espacio territorial de organizaciones de productores que permitan exponer el trabajo colectivo, el funcionamiento organizativo, las técnicas de producción propias del sector de la agricultura familiar.

Si bien se trata de un proyecto de innovación, en este trabajo se presentan a modo de avance, tres piezas audiovisuales que dan cuenta: del modelo de intervención propuesto, de la relevancia de la producción audiovisual en la comunicación de las organizaciones y de la contribución de las universidades en el análisis de la realidad y la cultura, así como su capacidad para traducir experiencias de base territorial a lenguajes simples.

Palabras Claves

Agricultura familiar – Producción audiovisual – Comunicación participativa – Extensión universitaria

BREVE RESUMEN DEL TRAYECTO ECDA

Este Trabajo de Integración Final recupera parte del proceso de aprendizaje atravesado en esta Especialización en Comunicación Digital Audiovisual. Mi formación de grado "Licenciatura en cinematografía y nuevos medios" en el Instituto Universitario Patagónico de las Artes de Río Negro, finalizó muchos años antes de comenzar mi formación en una carrera de posgrado. Este nuevo recorrido estuvo motivado fuertemente por el inicio de mi tarea docente en la Universidad Nacional de Río Negro -UNRN-. Esta etapa contó con grandes cambios en mi actividad laboral que, hasta el 2015, estuvo abocada a la realización de proyectos audiovisuales en mi agencia de publicidad y comunicación como profesional independiente.

Si bien continué trabajando como realizador audiovisual independiente, dedico parte de mi tiempo profesional a la actividad académica como docente de espacios curriculares vinculados a la producción audiovisual en la "Licenciatura en Diseño Visual" que dicta la UNRN, en la Sede Alto Valle y Valle Medio. Este trayecto me sirvió para completar mi formación en algunas temáticas y sumar herramientas a las propuestas de enseñanza de las materias en las que desempeño mi labor docente.

Los diversos espacios curriculares me sirvieron para actualizar referencias bibliográficas y brindar nuevas estrategias para abordar los contenidos. Por otro lado, este trayecto académico lo complementé con el ciclo de la Maestría en Comunicación Digital Audiovisual del cuál tengo pendiente la entrega del Trabajo Final.

En 2015 comencé a desempeñarme como docente de la materia "Producción Audiovisual", posteriormente me hice cargo del espacio curricular "Técnicas Multimedia" y desde 2019 dicto seminarios optativos para los/as estudiantes de la carrera Licenciatura en Diseño Visual incorporen a su formación recursos de animación y postproducción.

En este trabajo confluyen una serie de recorridos que se encuentran vinculados a algunos espacios curriculares de manera directa: "Historia y Representación Social de la Imagen", "Comunicación Audiovisual en la Perspectiva de DDHH", "Taller de Producción Audiovisual", entre otras. En este trayecto académico fui enfocando el tema de mis

producciones, tanto escritas como audiovisuales, a los procesos de organización de la Agricultura Familiar que desde hace varios años han motivado mi interés en la visibilización de relatos audiovisuales.

Para este TFI elegí el formato Innovación dado que se trata de una propuesta de intervención concreta en la Agricultura Familiar, basando el sustento teórico en los ejes que históricamente han caracterizado este sector. En este camino, el recorte de la propuesta de intervención se realizó sobre el proyecto de la "Red de Comunicación de agricultores familiares del sur" y de las organizaciones que la integran, con el objeto de realizar un aporte original y clave, de la producción audiovisual en la visualización del sector.

Así mismo, para esta presentación se realizaron micro relatos audiovisuales de creación única que dan cuenta del proceso de producción que se propone para la intervención del proyecto de acuerdo a los ejes temáticos relevados de la propuesta.

También comparto una serie de trabajos de obra elaborados en distintos espacios curriculares, que exponen una construcción narrativa de referencia y que visibilizan las relaciones de los actores/destinatarios, que son quienes le otorgan sentido al proyecto.

ANTECEDENTES RECIENTES DE PRODUCCIONES AUDIOVISUALES RELACIONADAS A LA TEMÁTICA PROPUESTA

Se pueden identificar algunos antecedentes recientes de la promoción audiovisual de la agricultura familiar a nivel nacional. Entre el 2008 y 2015 uno de los objetivos de la política pública dirigida al sector fue profundizar los procesos organizativos rurales, como vía que garantice el desarrollo productivo con equidad social y sostenibilidad ambiental. “La tierra unida” (Trabajo práctico desarrollado para la cátedra “Taller de producción audiovisual” UVQ, 2016) es un proyecto documental audiovisual que ilustra la experiencia de la “Asociación de horticultores de Valle Medio” para comercializar sus frutos, producido en el marco de este trayecto formativo.

A lo largo de la historia argentina existieron muchas experiencias de organizaciones populares que lucharon por visibilizar el trabajo de los agricultores familiares y elevar las demandas en torno a las problemáticas estructurales que los afectaban. La organización en el medio rural es una constante que, a pesar de sus altibajos, puede rastrearse en la historia y que permanece arraigada. Nicholas Mirzoeff (2006) destaca que lo visual tiene una historia, que la manera en que vemos y representamos al mundo cambia a través del tiempo, no solo por las tecnologías disponibles sino sobre todo, porque lo social mismo es redefinido; a las ligas agrarias y el movimiento cooperativo se suman organizaciones con una multiplicidad de formatos que redefinen lo social y en definitiva, el Estado, después del 2009, al reconocer estas experiencias concretas de organización y promoverlas, logra potenciarlas con un nuevo régimen visual.

El proyecto de la Televisión Digital Abierta en Argentina tuvo en su primera medida la creación de un canal del Ministerio de Educación de la Nación llamado “Encuentro”, reconocido por la calidad y originalidad de sus producciones –Alfredo Alfonso, 2016-. Este canal lanzó en 2012 una serie de cuatro episodios de veintiocho minutos sobre Agricultura Familiar donde se describe la diversidad social, cultural y humana a partir de las historias y el trabajo de los agricultores familiares de Jujuy, Salta y Tucumán. En sus últimos dos capítulos se profundiza la dimensión económico-productiva de un modelo que genera alrededor del 50% de los bienes que consume gran parte de la población de Argentina. Los episodios se titulan: La agricultura familiar en el NOA, Cuando tenga la tierra, La unión hace la fuerza y Soberanía alimentaria.

El canal produjo el esperado salto de calidad con respecto al imaginario simbólico instalado sobre el modo de producir y ver televisión pública en nuestro país, pero los contenidos no resolvían el problema de acceso de esos 4 millones de hogares –Alfredo Alfonso, 2015-.

También el INTA –Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria- lanzó en 2015 una campaña multimedia llamada "Somos La Tierra", compuesta por un libro que contiene historias de agricultores familiares, la opinión de organizaciones sociales y una película que retrata el trabajo de los agricultores en sus territorios.

Entre las historias que nutren la campaña "Somos La Tierra", se tejen las imágenes con los saberes de quienes cultivan la quínoa en la Quebrada de Humahuaca como de los pescadores artesanales de las aguas del canal Beagle, en Tierra del Fuego; con el trabajo de los productores de frutas tropicales de Laguna Naineck, en Formosa; con la trashumancia de los crianceros de Chos Malal, en Neuquén, y la Cooperativa que produce frutas y hortalizas que llegan a las mesas del conurbano bonaerense.

Por otra parte, durante el año 2017, el Centro de Producción Audiovisual de la Universidad Nacional de La Pampa desarrolló, en co-producción con el INTA, una serie de programas denominados “Agricultura familiar: entre el campo y la ciudad”.

A través de los tres episodios que dura el ciclo, se busca exponer las experiencias de los agricultores familiares de la ciudad de Santa Rosa y alrededores, brindando un profundo panorama de las problemáticas del sector en esa zona geográfica. Esta propuesta, cuenta con diversos testimonios de productores, responsables de organismos provinciales y municipales y técnicos profesionales, tanto del ámbito rural como del académico. En estos relatos, podemos conocer las características locales de la agricultura familiar y del contexto en el área periurbana Santa Rosa – Toay. A su vez, se describe el conflicto que produce el avance de los agronegocios, que promueven la siembra de soja y otros cultivos comerciales para la exportación, creando límites y barreras para los agricultores familiares locales.

Alejados de la lógica hegemónica, todos estos ciclos representan la vinculación que la cultura popular tiene con la agricultura familiar. Con el Estado como catalizador, la televisión no adquiere una lógica comercial, el rating no es lo que determina la calidad en

la producción de contenidos, y pone en el centro del debate la filosofía contemporánea, y el debate sobre la “calidad” y la representación de la imagen, sobrevuela.

También desde la Secretaría de Agricultura Familiar de la Nación se implementaron políticas públicas para la formación, la comunicación popular (a partir de las herramientas habilitadas por la ley de Servicios de Comunicación Audiovisual y de la instalación de radios rurales). Los modos en que se produce y circula lo visual, ha jugado un rol importante en la transmisión y apropiación de los sucesos y en el registro de acontecimientos.

CARACTERIZACIÓN GENERAL DE LA AGRICULTURA FAMILIAR

El sector de la Agricultura Familiar se caracteriza por reunir una diversidad de procesos sociales y económicos que la definen. Las particularidades en la comercialización de sus productos es una de las claves para comprender su dinámica, abarca varias instancias vinculadas a la articulación con los diversos mercados y canales comerciales, hasta la relación directa con los consumidores finales.

Así mismo, influyen en el proceso las diversas formas de organización que adopten los productores, los modos de gestión de la comercialización que desarrollen a través de canales cortos de intercambio, y el rol de otros actores territoriales en la distribución de los productos. En este sentido, el Estado en sus diferentes niveles, tiene una importancia insoslayable en la construcción de canales de comercialización alternativos, así como también en la consolidación de aquellas líneas de trabajo vinculadas a la promoción de la organización como una de las claves para el fortalecimiento del sector.

Durante los últimos quince años, el Estado ha promovido diferentes políticas públicas de financiamiento y regulaciones normativas que comenzaron a tomar en cuenta las características distintivas de los actores de la agricultura familiar. En muchos casos se han promovido instancias participativas con referentes del sector. El INTA y la Subsecretaría de Agricultura Familiar de la Nación se constituyeron en actores claves en el desarrollo y ejecución de estas políticas públicas, en conjunto con otras instancias del Estado y las propias organizaciones de productores.

Algunas acciones para destacar que abordaron la problemática de la agricultura familiar en Argentina fueron: la Reunión Especializada de la Agricultura Familiar (REAF) del Mercosur y los Foros Nacionales de la Agricultura Familiar (FoNAF) entre de 2004 y 2006, y la sanción de la Ley 27.118 de Reparación Histórica de la Agricultura Familiar en 2014.

Todos los programas de financiamiento y asistencia de desarrollo rural en la Argentina desde las primeras experiencias en la década de 1990 hasta 2015, promovieron la organización de los productores de la agricultura familiar en formas asociativas, con mayor o menor grado de formalización. Esta perspectiva se mantuvo desde lo

instrumental, pero la organización y asociación de los destinatarios pasó a ser una condición para acceder a diferentes programas. La mayor centralidad otorgada a las formas asociativas de la agricultura familiar en su rol de intermediarias para la asignación de recursos entre los productores familiares y los servicios públicos provenientes del Estado y la cooperación internacional, se presentó como una alternativa económica para enfrentar las debilidades de los productores frente al mercado y dar sustentabilidad a las acciones emprendidas, pero también para generar cierto grado de empoderamiento que les brinde visibilidad y mayor capacidad de participación en los procesos de toma de decisión de las políticas públicas a partir de experiencias como el Foro y la Federación de Organizaciones Nucleadas de la Agricultura Familiar (Fonaf).

La Ley 27.118 de Reparación Histórica de la Agricultura Familiar se propuso ampliar derechos en el interior profundo del país, promoviendo el reconocimiento de un sector estratégico por su aporte al abastecimiento de alimentos sanos. La norma a su vez, se propone la consolidación de un modelo agrario más inclusivo, y sustentable en términos económicos, pero al mismo tiempo en términos sociales y ambientales.

La relevancia del sector está expuesta en todos sus apartados de la norma. En su Art.1 declaró de “interés público a la agricultura familiar, campesina e indígena por su contribución a la seguridad y soberanía alimentaria del pueblo, por practicar y promover sistemas de vida y de producción que preservan la biodiversidad y procesos sostenibles de transformación productiva” (Ley 27.118, 2014).

A pesar de los avances en relación al reconocimiento del sector con la sanción de la ley, la implementación de muchos de sus artículos se vio limitada y acotada a lo largo del tiempo.

Las principales problemáticas identificadas en la Argentina respecto de la Agricultura Familiar persisten en la actualidad, entre ellas, se encuentran el acceso a la tierra, al agua, a los mercados, a la tecnología y el desarraigo de los jóvenes de las zonas rurales. Sin embargo, es necesario destacar que en su Art. 4 contempla estas problemáticas ya que busca “afianzar la población que habita los territorios rurales en pos de la ocupación armónica del territorio, generando condiciones favorables para la radicación y permanencia de la familia y de los jóvenes en el campo, en materia de hábitat, ingresos y

calidad de vida, equitativa e integrada con las áreas urbanas” (Ley 27.118, 2014) y tiene como objetivo, garantizar los derechos de acceso a la tierra, el agua, las semillas y los recursos naturales en general.

Otros aspectos destacados de la Ley son los objetivos de “eliminar las brechas y estereotipos de género, asegurando la igualdad de acceso entre varones y mujeres a los derechos y beneficios consagrados por la presente ley, adecuando las acciones concretas e implementando políticas específicas de reconocimiento a favor de las mujeres de la agricultura familiar” e “implementar acciones específicas para los pueblos originarios y sus comunidades” (Ley 27.118, 2014).

En resumen, este breve recorrido expone algunas tendencias características del sector, así como también, problemáticas, desafíos y diferentes acciones para dar respuesta a las demandas los pequeños productores de nuestro país.

Caracterización del Sector en el Alto Valle y Valle Medio de Río Negro

En el Alto Valle y Valle Medio de Río Negro la actividad frutícola es la de mayor importancia, le sigue el cultivo de especies forrajeras, siendo la producción hortícola la tercera actividad representativa del sector agropecuario.

Los productores frutícolas están organizados en Cámaras de Productores que se encuentran descentralizados territorialmente en diferentes localidades de los valles. Estas Cámaras, conforman una organización de segundo grado que representa los intereses sectoriales, denominada “Federación de Productores de Río Negro y Neuquén”.

El sector hortícola, reúne al mayor número de Agricultores Familiares en los valles y se encuentra representado por asociaciones civiles hortícolas que varían en número de afiliados/as. No cuentan con referencias territoriales ancladas en estructuras físicas, sino que surgen del encuentro de productores que promueven la organización por no encontrarse sus intereses representados en otros espacios ante la necesidad de constituir canales de dialogo sectoriales y acceder a diferentes programas.

La Horticultura es una actividad que está presente en todos los valles irrigados de la provincia de Río Negro, desde huertas familiares para autoconsumo, hasta producciones de mayor escala para abastecer mercados locales y regionales. La producción hortícola se realiza bajo diferentes sistemas de producción: sistemas hortícolas especializados y sistemas hortícolas diversificados.

En Río Negro, la producción diversificada de hortalizas difiere de la producción especializada (cebolla, tomate, papa, zapallo) en diversos aspectos. Uno de ellos es que es desarrollada por grandes productores y empresas con infraestructura que se integran a la agroindustria y la exportación. En contra partida, los productores hortícolas diversificados son pequeños productores que cultivan en sistemas irrigados en tierras arrendadas, solo una minoría es propietaria de estos suelos. La superficie cultivada oscila de una a siete hectáreas por unidad familiar. Esta actividad es intensiva y se encuentra parcialmente mecanizada, es por este motivo que la demanda de mano de obra es alta (desmalezado, trasplante, conducción de plantas, cosecha) y las familias o las organizaciones participan colectivamente en las distintas instancias de trabajo para garantizar el proceso que requiere. Las condiciones de comercialización constituyen el elemento clave para obtener ganancias, inclusive más que otros aspectos técnicos tales como la potencialidad de las semillas o los cuidados en el cultivo.

Las estrategias de comercialización son diversas, en el Alto Valle los productores familiares con mayor cantidad de hectáreas cultivadas pueden realizar ventas a mayoristas, pero la gran mayoría realiza ventas en las unidades productivas, entregas de productos a las verdulerías, así como a depósitos mayoristas y, fundamentalmente, venden en ferias locales y mercados comunales.

Claramente, el sector hortícola en la provincia de Río Negro, representa gran parte del sector organizado de la agricultura familiar en los valles irrigados. Las particularidades descriptas en su caracterización, brindan un panorama que justifica la decisión de seleccionar a este sector productivo y social, para realizar la propuesta de intervención del presente proyecto. Los horticultores/as han logrado agruparse y demandan de manera colectiva, el acceso a recursos naturales, producir para que la ciudadanía pueda acceder a productos frescos y variados, bajo condiciones justas y equitativas.

RELEVANCIA Y JUSTIFICACIÓN. CONTEXTO INICIAL

La relevancia de este proyecto de innovación enmarcado en la política de extensión universitaria está centrada en la presentación innovadora de piezas de comunicación para sensibilizar sobre el consumo de productos frescos y naturales y la importancia de unir el consumidor con el productor de la agricultura familiar para empoderar el trabajo existente.

La Red de Comunicación de los Agricultores Familiares del Sur fijó su nombre a partir de la reunión de las organizaciones realizada en junio de 2011 en Viedma, esta idea comenzó a gestarse por el año 2009, a partir de una iniciativa del equipo de comunicación regional de la Subsecretaría de Agricultura Familiar, cuyo objetivo fue el de mejorar la circulación de información dentro de la organización y posicionar la Agricultura Familiar en la agenda de los medios de comunicación patagónicos.

En ese contexto se desarrollaron capacitaciones a cargo de organizaciones de comunicación social para las diferentes organizaciones sociales contando con la participación de alrededor de 140 agricultores familiares. Se pensó en la Red como un espacio común para actores de la agricultura familiar, los medios de comunicación y otros actores.

En 2011, las organizaciones del sector constituyeron la Red de Comunicación de los Agricultores Familiares del Sur. Antes de planear el proyecto, se planteó la relevancia de identificar el espacio, realizando la lectura de realidad a nivel local, sin dejar de lado el nivel macro, y reconociendo de qué manera la agricultura familiar se instala en estos contextos, aportando herramientas para que los agricultores familiares pudieran reconocer su realidad, las políticas públicas que los atraviesan, generando procesos de construcción de ciudadanía, en la cual los sujetos de la agricultura familiar puedan analizar la postura del estado. Generando procesos de conocimiento, ya que desde el saber se pueden construir procesos de poder desde abajo, a partir de los cuales, podamos construir una mirada amplia y crítica sobre lo que pasa con la tierra, con la soberanía alimentaria, con el agua, el medio ambiente, etc. Este proceso, hoy encuentra uno de sus ejes prioritarios en la comercialización y el vínculo directo entre productores y consumidores, que se pretende difundir y fortalecer a través de una campaña comunicacional que visualice el

potencial que tiene dicho vínculo directo y contribuya a la visibilización del sector a través de las organizaciones integrantes, fundamentalmente, referentes en el sector hortícola de los valles irrigados de Río Negro.

Desde una perspectiva general, los ciudadanos tenemos a nuestro alcance una herramienta fundamental de cambio social: la comunicación. Esta herramienta multifacética, encuentra en las instituciones universitarias un espacio relevante, no solo a través de las propuestas académicas específicas o impartiendo saberes en este campo específico de conocimiento, sino también a través de una de las tres funciones universitarias: la extensión.

En palabras de Nancy Díaz Larrañaga y María de la Paz Echeverría, es importante considerar a la extensión universitaria

“...como un compromiso de trabajo conjunto, en el cual la Universidad no *extiende o transfiere* conocimiento, sino que se generan instancias de trabajo conjunto en las que cada integrante, y a la vez como colectivo/s, comparten los saberes y las capacidades adquiridas para beneficio de todos/as.” Alfonso, A.; González, N. D. Compiladores. (2019- p:26).”

Este proyecto se inscribe en el marco de la preocupación de la universidad por trascender la frontera institucional, aproximando su acción a un sector particular de la ruralidad como lo es la agricultura familiar. La propuesta “Comunicar desde el fondo” articula la docencia con la investigación en territorio y la difusión de un sector de la sociedad marginado, como son los pequeños productores familiares. En este entramado de relaciones, se espera favorecer la formación integral de los estudiantes proponiendo un proyecto orientado a la formación de individuos reflexivos y comprometidos con una sociedad menos injusta.

La Extensión Universitaria y la Producción Audiovisual

El campo de la comunicación audiovisual constituye uno de los escenarios que ha ido consolidándose como privilegiado para la creación y realización de relatos que pongan en escena la realidad social de una época. Desde los inicios del cine a fines del siglo XIX hasta las actuales innovaciones atravesadas por la tecnología 3D y de alta definición, encontramos diversos modelos de producción y realización audiovisual que van desde la ficción al documental, con los diferentes estilos y corrientes estéticas particulares de cada uno. El relato social encuadrado en la agricultura familiar ha sido un terreno propicio para la producción de materiales audiovisuales que den cuenta de las políticas públicas que diseña y ejecuta el Estado, de los temas, situaciones, proyectos, problemáticas e historias de los agricultores familiares de todo el país posteriormente a la crisis del 2001 y fundamentalmente después del año 2009. El relato audiovisual ha sido una herramienta para visibilizar estas realidades en la escena facilitadas por la intervención del Estado en los medios de comunicación a través de la regulación de los Servicios Audiovisuales, financiando las iniciativas de las propias organizaciones territoriales, y generando líneas de trabajo con asignación presupuestaria a los organismos del Estado vinculados a la Agricultura Familiar. Las narraciones dan cuenta de las realidades ocultas, silenciadas por la mirada hegemónica que, desde la reconstrucción histórica y el registro testimonial, profundizan aspectos no siempre tenidos en cuenta por las lógicas de mercado, por las imágenes en “vivo y en directo”. Desde este punto de vista, la representación de la imagen, es tratada de un modo capaz de generar aprendizajes sobre temas y procesos de relevancia social; y desde su producción y realización, como una forma de acercarse a realidades diversas y de producir materiales que colaboren en la visibilización pública y reflexión social y comunitaria, en torno a lo que generan las acciones e intervenciones del Estado a través de las políticas públicas (Bustos, 2016).

Teniendo en cuenta este proceso de intervención que ha constituido una mirada antagónica a la idea tradicional de comunicar por los medios hegemónicos, en este proyecto de innovación, la estrategia es trabajar en una campaña de visibilización del sector de la Agricultura Familiar que produce la mayor parte de las hortalizas que consumimos y que en la mayoría de los casos, llega a las góndolas a través de una cadena en la que no se reconoce ni humana, ni económicamente, el trabajo del productor en el producto. En este sentido, se pretende lograr la toma de conciencia sobre la posibilidad

de elección del consumidor en el poder de compra que, a su vez, visibilice al Agricultor Familiar y su labor en la ruralidad.

La clave del proyecto es el trabajo interinstitucional e inter organizacional, se articulará con la Asociación de Horticultores de Valle Medio, Productores Hortícolas de Ingeniero Huergo, la Cooperativa Agropecuaria de Alto Valle y se trabajará conjuntamente con la Subsecretaría de Agricultura Familiar de la Nación y la Red de Comunicación de Agricultores Familiares del Sur para que, a través de los nodos, se empodere el sector de la agricultura familiar como pilar fundamental para la soberanía alimentaria y la comercialización y vínculo directo entre productores y consumidores. El vínculo con sede INTA en General Roca facilitará la planificación de contenidos en la primera etapa del proyecto, en cuanto a:

“La contribución de las universidades en los análisis rigurosos de la realidad y la cultura, así como su capacidad para traducirlos a lenguajes pertinentes que logren su apropiación por los sectores sociales menos favorecidos, son esenciales para conservar los rasgos y los productos culturales que identifican y proveen certidumbre a la vida cotidiana del hombre” (Fresán Orozco, 2004).

Siguiendo la definición del Foro Nacional de Agricultura Familiar (FoNAF), la Agricultura Familiar es una forma de vida y una cuestión cultural que tiene como principal objetivo la reproducción social de la familia en condiciones dignas. La gestión de la unidad productiva y las inversiones realizadas en ella es hecha por individuos que mantienen entre sí, lazos de familia: la mayor parte del trabajo es aportada por los miembros de la familia, la propiedad de los medios de producción (aunque no siempre la tierra) pertenece a la familia, y es en su interior que se realiza la transmisión de valores, prácticas y experiencias.

Los objetivos del proyecto “Comunicar desde el Fondo” se desprenden de un análisis complejo e integral sobre el sector de la Agricultura Familiar. Esta propuesta es solo un recorte de un proceso de reflexión, de análisis, aprendizaje y creación de conocimiento colectivo, que pretende comprender la situación en la que se encuentran los agricultores familiares del norte de la Patagonia y así fortalecer las acciones tendientes a una transformación social. El sentido está relacionado con fortalecer la criticidad, el trabajo colectivo, la participación, la difusión y la articulación. Por lo tanto, se pretende mejorar la comunicación popular y participativa para consolidar acciones vinculadas a la promoción audiovisual, para transformar la situación de invisibilidad en la que se encuentran numerosos agricultores familiares. En este camino, “Comunicar desde el fondo” pretende consolidar una de esas acciones de carácter organizativo y comunicacional que ha atravesado un proceso de definición y redefinición colectiva que se sostiene en una práctica metodológica en la que, a su vez, se sustenta este proyecto de innovación universitaria.

Dejando de lado la idea de neutralidad de las ciencias, sosteniendo el enfoque de Investigación Acción Participativa (IAP), se pretende apostar a complementar una diversidad de miradas sobre el tema de comunicación, articularlas en un espíritu de horizontalidad, respetando los distintos saberes con los que llega cada sujeto participante (organizaciones, productores, instituciones del estado, comunicadores). En este sentido, en esta propuesta se promueve el trabajo colectivo de todos los actores involucrados en una realidad que se desea transformar para realizar un abordaje integral de los problemas

elegidos para investigar y comunicar con medios audiovisuales reconociendo su potencialidad.

La idea que subyace en este enfoque y en el proyecto de extensión, es que:

“la participación no puede confundirse con una simple preocupación por encontrar el apoyo reflexivo de los implicados para los objetivos de conocimiento e intervención delineados por un dispositivo exterior a ellos. La participación que reclama la IAP no es simple movilización, sino recapitulación sobre el conjunto de procesos que condicionan la vida social de un colectivo determinado con el objetivo de acometer una eventual modificación de los mismos.” (Moreno Pestaña, y Espadas Alcázar - 2009: p3)

El resultado del interés compartido de transformación promovió la conformación, en principio, de La Red de Agricultores Familiares del Sur y luego del equipo de trabajo multiactoral e interdisciplinario que permite realizar un abordaje integral de la problemática a investigar, desde los conocimientos de las ciencias agrarias, comunicación social, producción audiovisual, trabajo social, educación y el saber popular de los agricultores familiares.

A su vez, se considera de suma importancia, en todo el proceso, identificar y tener en cuenta los saberes con los que cada participante de la Investigación Acción Participativa se involucra. Lo que se busca dentro de este enfoque es, según Moreno Pestaña y Espadas Alcázar (2009: 3) “...el desarrollo y la potenciación de los saberes que configuran la vida cotidiana de las gentes. Desde la certeza, claro está, de que puede rescatarse allí una riqueza sobre el mundo, despreciada y minorada por los supuestos hegemónicos acerca de la producción, la posesión y la aplicación del saber”. Aquí cabe hacer una especial mención a la cuestión del saber popular. Se recupera este marco teórico porque es justamente el saber popular y la experiencia la perspectiva de “Comunicar desde el Fondo” que reconoce como instrumento clave para sus acciones la producción audiovisual como campo específico de conocimiento.

Este proyecto de innovación se basa en la capacidad de las instituciones de educación superior para generar una propuesta de solución a problemas estratégicos como la comunicación popular. En estas tareas, la innovación universitaria tiene un papel articulador, al favorecer distintas posibilidades de aproximación entre sujetos e instancias universitarias y entre éstas y diversos grupos y entidades sociales, para compartir e intercambiar ideas, conocimientos y proyectos.

Con el objetivo de conocer más en profundidad la situación, se propone:

Etapas iniciales

El problema a estudiar surge de las Organizaciones de la Agricultura Familiar, aunque es necesaria la actuación de un grupo promotor (Subsecretaría de Agricultura Familiar, INTA, Universidad) alrededor del cual se puedan reunir y tratar el problema. Se puede comenzar con una reunión en la que se presenta la idea del proyecto. Se produce así la toma de contacto de los Productores Audiovisuales y comunicadores de la Universidad con las Organizaciones de Agricultura Familiar y de la Red y con miembros significativos que puedan tomar parte activa en el proyecto.

Estructuración de la IAP: negociar para construir el programa

Siguiendo a Fleuri (1989) y el modelo brasileiro a partir de los años setenta, se considera en esta idea proyecto a la extensión universitaria como un espacio institucional estratégico para que la Universidad desarrolle actividades comprometidas con las organizaciones de agricultores familiares, constituyendo un medio a través del cual, la Universidad por un lado, se vincule con actores institucionales del entorno como el INTA, la Secretaría de Agricultura Familiar y la ciudadanía en general y, por otro lado, recibe retroalimentación para la enseñanza e investigación. Por lo antes dicho, en esta fase se pretende crear un esquema básico donde se recuperen propuestas concretas sobre qué se debe comunicar. Este debe vincular la investigación a la acción; asegurar la coherencia entre lo que se busca y lo que se quiere producir en las piezas; lograr un esquema claro para reproducir en los miembros de la Red. Hay que definir desde el Equipo qué acciones se van a llevar a cabo y de qué manera.

Desarrollar piezas audiovisuales y evaluar el impacto de lo realizado

Poner en marcha la producción de la campaña comunicacional y la producción de las piezas con una doble finalidad: por un lado, facilitar las piezas a los medios integrantes de la Red de Comunicación por otro, producir conocimientos que serán evaluados en nuevos encuentros.

ENFOQUE DE REALIZACIÓN Y PRODUCCIÓN DE LOS RELATOS AUDIOVISUALES DESARROLLADOS

El proceso de la construcción de las producciones audiovisuales elaboradas para este proyecto de innovación, tanto las de carácter documental como la de carácter publicitario, con sus diferencias estéticas y formales, parten de una misma necesidad comunicacional: la visibilización del sector de la agricultura familiar. Es a partir de una concepción multidimensional de la obra audiovisual, reconociéndola como experiencia y manifestación socio-cultural, comunicativa y artística, que se produjeron diferentes abordajes de los ejes transversales que surgieron de los encuentros con las organizaciones de la Agricultura Familiar del Alto Valle de Río Negro.

Es por ello que, los tres relatos originalmente elaborados para este proyecto, pretenden dar respuesta a la misma necesidad, pero con perspectivas diferentes. Por un lado, se identifica el requerimiento de contarle al público general, “quiénes” son los actores y colectivos de la agricultura familiar en el sur de nuestro país, bajo “qué” circunstancias producen y “cómo” se organizan para vender la producción. Estos micro relatos, que llevan como título “La feria, un espacio de encuentro” y “Cooperativa de horticultores Alto Valle” poseen un carácter cercano al cine documental, donde se otorga voz propia a los pequeños productores que trabajan la tierra, mostrando a los espectadores las formas en que habitan los territorios, valiendo tanto de instrumento informativo como divulgativo. A través de entrevistas e imágenes de campo, se va construyendo un discurso que expone el origen de las organizaciones, sus problemáticas y sus funciones dentro del tramado económico-social.

Por otra parte, la pieza de comunicación publicitaria realizada para el eje temático “Comercialización – Comercio justo”, titulada “Comercio justo en la agricultura familiar”, persigue otro objetivo: instar al público a consumir los alimentos producidos por agricultores familiares, destacando valores culturales que fundamentan su identidad. Esta producción audiovisual, diseñada para ser publicada en redes sociales, donde los tiempos son muy breves, posee un tratamiento estético diferente, con una impronta de dibujos vectoriales, más ligera y simbólica, sostenida por un montaje dinámico, logrando así exponer multiplicidad de ideas en una mínima unidad temporal.

RELEVANCIA DE EJES TEMÁTICOS PROPUESTOS PARA LA ELABORACIÓN DE PIEZAS AUDIOVISUALES

De acuerdo al relevamiento inicial, surgen propuestas sobre los contenidos prioritarios para la producción y realización de micros audiovisuales de la “Red de agricultores familiares del sur”. A continuación, se expondrán los argumentos sobre los cuales se basa la importancia de estos temas. Se presentan tres ejes: “Comercialización”, “Género y asociativismo”, y, por último, “Sustentabilidad y biodiversidad”. Dentro de cada eje se proponen dos líneas para la realización de piezas audiovisuales. En el marco de este proyecto de innovación, se realizaron tres propuestas piloto de micro relatos audiovisuales encuadrados en estas ideas rectoras. Si bien, no se produjeron piezas para todas las temáticas de intervención, las producciones se comparten a modo ejemplo para dar cuenta de la construcción participativa y de la propuesta estética general.

I. Comercialización

Comercio Justo:

Los productos comprados en el mercado y producidos por una empresa capitalista tienen un precio. Si compramos verduras y hortalizas con explotación de trabajo a niños y a niñas, estos productos están subvaluados desde la perspectiva de la Agricultura Familiar y Economía Social. La relevancia del tema radica en que se propone promocionar que el comercio justo es producto de la comercialización de bienes que se producen respetando la calidad de vida y los mecanismos de reproducción de los agricultores familiares, así como se prioriza el consumo de productos locales.

Disponible en:

[“Comercio justo en la agricultura familiar”](#)

Canales cortos de comercialización:

Este eje temático se centra en la promoción de aquellas formas de distribución alimentaria en las que el productor/a vende el alimento directamente al consumidor/a. Algunas de las modalidades más habituales en los Valles de Río Negro son las ferias de la agricultura familiar y los nodos de consumo de organizaciones, las ventas a domicilio y las ventas en la explotación agraria.

Disponible en:

["La feria, un espacio de encuentro"](#)

II. Género y Asociativismo

Cuidados y división del trabajo:

La calidad de las relaciones de trabajo y las relaciones desde adentro que reivindican el rol de la mujer en la ruralidad y, en la producción es otra clave para la difusión del proyecto. Se propende a visibilizar la capacidad de trabajo de la mujer, pero también la horizontalidad en la toma de decisiones en el marco de la producción familiar.

Trabajo asociado y autogestionado:

El eje temático se centra en el fortalecimiento organizacional, dado que el sector de la Agricultura Familiar y la propuesta de la “Red de Comunicación de Agricultores Familiares del Sur” se focaliza en “La Organización” como actor clave de la propuesta. La no explotación del trabajo ajeno, porque es trabajo asociado, no asalariado, en el cuál las relaciones son acordadas y asentadas entre todos/as los/as miembros que se asocian, es otro criterio de sostenibilidad socio económica.

Disponible en:

["Cooperativa de horticultores Alto Valle"](#)

III. Sustentabilidad y biodiversidad

Agroecología y producción hortícola de los Valles de Río Negro

Se propone difundir las técnicas productivas de productores familiares de los Valles, así como el proceso de producción en transición agroecológica que transitan algunas de las organizaciones de la agricultura familiar integrantes de la “Red de Comunicación de Agricultores Familiares del Sur”.

Productos saludables por la no afectación del medio ambiente

La no afectación del medio ambiente es otro criterio central de difusión, dado que la producción en baja escala de las organizaciones de la Agricultura Familiar no se basa en la implementación de paquetes tecnológicos que dañan el medio ambiente.

En este eje, se trabajará de manera participativa con las diferentes organizaciones de la agricultura familiar, para desarrollar las propuestas audiovisuales.

Cronograma de trabajo por temas

Tema	Ejes de Promoción Propuestos	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Comercialización	Comercio Justo				X	X	X						
	Canales cortos de comercialización				X	X	X						
Género y Asociativismo	Cuidados y división del trabajo						X	X	X				
	Trabajo asociado y autogestionado eje de la sostenibilidad socio económica						X	X	X				
Sustentabilidad y biodiversidad	Agroecología y producción hortícola de los Valles de Río Negro							X	X	X			
	Productos saludables por la no afectación del medio ambiente como criterio central.							X	X	X			

Cronograma de Actividades

	Proyectos	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Etapas Iniciales	1.a. Reuniones con instituciones involucradas para acordar y definir temas, contenido y público objetivo -Cuestiones preliminares como distribución de roles y funciones	X	X	X									
	1.b. Reuniones con equipo de comunicadores para definición de cronograma específico de locaciones, entrevistas a productores, criterios estéticos, definición de escenarios rurales.	X	X	X									
Estructuración de la IAP	2. Diseño y planificación				X	X	X						
Desarrollar piezas audiovisuales y evaluar el impacto de lo realizado	3. Producción para estrategia comunicacional. Realización de una serie de piezas audiovisuales Realización de piezas radiales pautados en radios integrantes de la Red. Equipo especializado para producción de piezas y relevamiento de imágenes.							X	X	X			

OBJETIVOS

Objetivos Generales

Realizar una serie de micro relatos audiovisuales que promocióne las posibilidades del medio audiovisual en tanto herramienta de construcción del relato social de la agricultura familiar, centrado en el proceso organizativo y las estrategias de comercialización.

Fortalecer la relación entre la política de extensión universitaria y el desarrollo de la producción audiovisual a través de un proyecto de innovación cuyo modelo de intervención territorial promueva la articulación entre identidades y subjetividades de los sectores sociales y políticos participantes, que permita la retroalimentación de conocimiento producido en la Universidad en general y en el campo específico de la comunicación audiovisual en particular.

Objetivos Específicos

- a. Fortalecer la Red de Comunicación de los Agricultores Familiares del Sur, promoviendo la realización de producciones audiovisuales que profundicen el vínculo entre organizaciones de productores y la comunicación popular.
- b. Desarrollar piezas de difusión y promoción para visibilizar la agricultura familiar y consolidar y fomentar las estrategias de comercialización que acorten la distancia entre productores y consumidores en un marco de sustentabilidad ambiental, socio-económica, política y cultural.
- c. Diseñar piezas promocionales de contenido informativo sobre canales cortos de comercialización con alta calidad comunicacional que tenga como objeto el empoderamiento del sector de la agricultura familiar y su modelo productivo autosustentable
- d. Realizar encuentros periódicos por localidad, de medios, organizaciones de productores que trabajen la comunicación y comercialización como estrategia colectiva

Resultados esperados y directos

- i. 2 (dos) campañas que contengan piezas audiovisuales y radiales.

Indicadores: hora de cámara grabadas – cantidad de fotografías tomadas – locuciones realizadas – cantidad de horas pautadas en medios

- ii. 1 (una) Campaña gráfica integral para la Red de Agricultura Familiar del Sur presentada en medios.

Indicadores: cantidad de folletos impresos – cantidad de calcos adhesivos de marcas colectivas impresos – nuevos stands de feriantes.

- iii. Vínculo con organizaciones de los productores hortícolas y a la comunicación popular fortalecido.

Indicadores: cantidad de reuniones conjuntas realizadas – mayor cantidad de feriantes productores hortícolas en ferias.

- iv. Aumento de los consumidores vinculados a las organizaciones de productores hortícolas.

Indicadores: aumento ingreso organizaciones – participación en ferias expositivas como colectivos

Resultados Indirectos

- v. Iniciativas de comercialización existentes fortalecidas.
- vi. Nuevos canales de comercialización funcionando
- vii. Consumidores informados sobre soberanía alimentaria
- viii. Agricultores Familiares independientes y organizados visibilizados.

IDENTIFICACION DE DESTINATARIOS

La propuesta de intervención de este proyecto plantea fortalecer el trabajo en Red de Agricultores Familiares del Sur y a las Organizaciones de Productores y consumidores de los Valles irrigados de Río Negro, realizando producciones de contenidos en soporte audiovisual, con objeto de afianzar el vínculo entre productores y consumidores, entre agricultores familiares, sus organizaciones, con referentes de las organizaciones de comunicación popular que trabajan, para la visualización y empoderamiento del sector de los agricultores familiares, como del modelo económico productivo diversificado que representan. La red, los medios que la integran se verán fortalecidos por la difusión de piezas con la voz de los productores y organizaciones que expresan como producen, quienes son, donde están, etc, acercando el entorno a lo que el consumidor compra en góndola usualmente sin hacerse estas preguntas.

Destinatarios directos

- 5 (cinco) Organizaciones de productores hortícolas de Alto Valle y Valle Medio de Río Negro (Cooperativa agropecuaria de Alto Valle, Asociación de Horticultores de Campo Grande y Valle Medio, Asociación de feriantes de General Roca)
- 1 (una) Red de Agricultores Familiares del Sur (nodo Allen, General Roca y Valle Medio).

Destinatarios indirectos

- Agricultores familiares de Río Negro
- Consumidores de productos frescos
- Equipo de trabajo interinstitucional

	INSTITUCION
1 Referente provincial	Red de Agricultores Familiares del Sur
1 Representante coordinador	INTA General Roca
1 Especializando ECDA	UNQui
1 Técnico de territorio	Subsecretaría de Agricultura Familiar

PROPUESTA ESTÉTICA

Micro relatos audiovisuales

La propuesta estética planteada para los micro relatos audiovisuales, “Institucional Feria de Horticultores del Valle Medio” y “Institucional - Cooperativa Horticultores Alto Valle” es cercana a un lenguaje televisivo, con entrevistas de corta duración, en la que los entrevistados van construyendo una idea con diferentes voces y puntos de vista. En este sentido, el montaje tendrá un papel fundamental para hilar el relato, donde cada uno de los personajes irá exponiendo, fundando y desarrollando las ideas.

La intención de ir armando los relatos con diversas voces, se sustenta en la necesidad de lograr la sensación de una construcción colectiva, como metáfora de la realidad de los personajes, un andamiaje organizacional que no se sostiene sin la existencia del otro.

El formato documental que propongo tendrá un ritmo audaz, intentando que la narración no sea monótona; el discursivo de los micro relatos audiovisuales va a contener elementos del montaje paralelo que favorecen la construcción de la historia. Cada uno de los protagonistas será entrevistado en su contexto, en su ámbito laboral, en su casa, en su chacra. Por ello, los escenarios y locaciones de las entrevistas serán importantes para narrar los espacios donde transcurren las diversas historias. La elección de planos generales nos dará la posibilidad de percibir descriptivamente las locaciones y permitirán establecer la relación de los personajes con su entorno. Los planos cerrados apuntalarán la construcción de la identidad y la personalidad de los protagonistas.

La iluminación será de carácter natural, aprovechando la luz del día, para impregnarle una estética naturista, propia de la chacra, lugar principal donde se desarrolla la actividad hortícola. Es importante destacar que el relato no tendrá conductor ni locución, la progresión del drama estará dada por la impronta con la que los personajes llevan adelante su vida cotidiana, pero interactuando con la cámara, como si fuera un personaje más.

En síntesis, la entrevista será lo que haga transcurrir el relato, cada una de estas charlas, será ilustrada con imágenes acordes a lo que cada personaje describa.

La música incidental fortalecerá la construcción de la identidad de los personajes en su contexto y otorgará carácter a los escenarios naturales. La suavidad del sonido de la guitarra acústica nos vincula directamente con espacios abiertos, a lo rural, por lo que será un elemento importante en la construcción de la veracidad del relato.

La perspectiva desde la que se cuenta esta historia es desde la posición de los personajes principales, los actores del territorio: productores, feriantes, agentes de desarrollo de diferentes organismos del Estado que han facilitado el proceso organizativo y otros que intervinieron en la gestión de financiamiento para fortalecer a las organizaciones en etapas iniciales. Todos ellos con un elevado nivel de conocimiento de los hechos que se narran porque se trata de actores participantes de alguna de las etapas de la experiencia documentada. Los actores convocados son aquellos que en el marco del Plan Metodológico propuesto son partícipes necesarios.

El punto de vista es expositivo, la idea es que el espectador pueda conocer la existencia de la Red de Agricultores Familiares del Sur como espacio de comunicación popular y colectivo pero que a su vez elabore una idea de cómo se construyó el proceso de organización y cómo se desarrolló la experiencia de comercialización directa contada por los mismos actores.

Pieza publicitaria para redes sociales

La pieza de comunicación publicitaria realizada para el eje temático “Comercialización – Comercio justo”, tiene como objetivo principal, promocionar algunos conceptos fundamentales de la agricultura familiar y su producción de alimentos, a través de una pieza con una fuerte impronta visual y sonora, que pueda captar rápidamente la atención del público general.

Por esto, se realizó un video animado de corta duración empleando técnicas de animación 2D, conocida como motion graphics y animación de textos. Este estilo de piezas, desarrolladas para ser difundidas en redes sociales como Facebook o Instagram, se

caracterizan por ser relatos de muy corta duración, donde la presentación de ideas y conceptos se plasman a través de gráficos vectoriales e información escrita, con una presentación de la información muy cercana al diseño gráfico. El movimiento rápido y variado de los objetos en cada composición, hace que la pieza transcurra con mucho dinamismo, lo que favorece la lectura de numerosos públicos. La utilización de una amplia paleta cromática en los fondos de las escenas y en los elementos y personajes, nos permite fortalecer la progresión del relato, acentuando la expresividad del mismo. El montaje ágil en función del ritmo de la banda sonora, sostiene y potencia la concentración de información en una narración breve.

SOSTENIBILIDAD Y REPLICABILIDAD DEL PROYECTO

Dado que el proyecto se trata de un espacio interinstitucional capaz de contener el desarrollo de diversas campañas audiovisuales destinadas a la visibilización de la agricultura familiar a través de un eje que es la comercialización y el vínculo entre productores y consumidores contiene la capacidad de replantearse a futuro como programa de extensión que aborde nuevos ejes que aporten a la visibilización pero a través de otros contenidos que pueden abordarse por algunos de los actores participantes, en un trabajo de realización de piezas.

Esto permitiría la continuidad al espacio a través de una constante generación de proyectos/campañas. Además, posibilitaría un seguimiento a largo plazo de los efectos de las campañas realizadas y aportaría al desarrollo de la actividad audiovisual un vínculo sostenido con un sector marginal en la región al instaurar un espacio de producción constante con nivel profesional vinculado al espacio curricular. De este modo, el impacto de la propuesta no se limita los efectos que llegue a tener la difusión de determinados contenidos, sino que además la circulación de material audiovisual realizado en la región será un gran aporte al reconocimiento de la RED de Agricultores Familiares del Sur.

Por otra parte, la propuesta se focaliza en 4 organizaciones de AF hortícola, pero se puede trabajar con campesinos de la línea sur, animales menores y otros entramados productivos relevantes para el sector.

BIBLIOGRAFIA

- Alfonso, A.; González, N. D. Compiladores. (2019). La comunicación en los territorios. Experiencias en la construcción colectiva del conocimiento. Universidad Nacional de Quilmes.
- Alfonso A.: Documentos de Cátedra Historia y Representación Social de la Imagen. Esp. en Comunicación Digital Audiovisual, UNQ. 2016.
- Bustos, L.: “La visibilización de la agricultura familiar. Una aproximación a los relatos de la post convertibilidad”. Trabajo Final realizado para la Cátedra “Historia y Representación Social de la Imagen”. Esp. en Comunicación Digital Audiovisual, UNQ. 2016.
- Bordwell, D. (1996). La narración en el cine de ficción. (cap. 1 y 2) Paidós, Barcelona.
- Colmenares E., Ana Mercedes; Piñero M., Ma. Lourdes (2008). La investigación acción. Una herramienta metodológica heurística para la comprensión y transformación de realidades y prácticas socio-educativas-. Laurus, vol. 14, núm. 27, mayo-agosto, pp. 96-114 Universidad Pedagógica Experimental Libertador. Caracas, Venezuela
- FAO (2012). Informe diagnóstico de las principales áreas de valles. Documentos2 sujetos sociales.
- Flaherty, R. (1985) "La Función del Documental". En Colombres, A.(comp.) Cine Antropología y Colonialismo (Introducción) Bs. As: Edic del Sol – CLACSO.
- Fresán Orozco M. (2004). La extensión universitaria y la Universidad Pública, Universidad Reencuentro, núm. 39, abril, pp. 47-54 Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Xochimilco. Distrito Federal, México.
- Ley 27.118, 17 diciembre de 2014, Senado y Cámara de Diputados de la Nación Argentina, “Reparación histórica de la agricultura familiar para la construcción de una nueva ruralidad en la Argentina”
<http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/240000-244999/241352/norma.htm>

- Mirzoeff Nicholas, *The Right to Look: A Counterhistory of Visuality*, Duke University Press, Durham, NC, 2011.
- Moreno Pestaña, J.L. y Espadas Alcázar, M.A. (2009). Investigación – acción participativa. *Diccionario Crítico de Ciencias Sociales. Terminología Científico-Social*, Tomo 1/2/3/4, Ed. Plaza y Valdés, Madrid-México.
- Plan de Comunicación de la Subsecretaría de Agricultura Familiar, Río Negro (2016). Documento de trabajo interno.
- Puig Carlos (coord.), José Luis Coraggio y otros: " Economía Social y Solidaria: conceptos, prácticas y políticas públicas" (2016). Universidad del País Vasco. Hegoa. Disponible:
https://www.coraggioeconomia.org/jlc/archivos%20para%20descargar/Libro_ESS.pdf
- Salazar M. A. (Sin fecha). Investigación- acción y comunicación participativa en una organización educativa: Un estudio de caso. Profesora Universidad de Viña del Mar-Chile.
- Secretaría de Agricultura Familiar (2011). Acuerdo de Cooperación: Agencia de noticias de la Agricultura Familiar/Campesina e Indígena del Sur. Red de Comunicación de Agricultores Familiares del Sur. Documento interno de Trabajo.
- Secretaría de Agricultura Familiar. (2016). Base de datos Agencia de Noticias del Sur 2016. ANCISUR: Nodos miembros. Documento de Trabajo.

Material Audiovisual producido en el marco de la Especialización y Maestría en Comunicación Digital Audiovisual.

“Institucional - Cooperativa Horticultores Alto Valle”

Re-edición pieza institucional para la visibilización de la Red de Agricultura Familiar Trabajo final presentado en la cátedra “Comunicación audiovisual en la perspectiva de DDHH”, UVQ, 2018.



Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=PBZ6G3A1y8E>

“La tierra unida” Trabajo final presentado en la cátedra “Taller de producción audiovisual”, UVQ, 2016.



Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=g-F1sZP85PM>

“Comercio justo en la agricultura familiar” Spot publicitario animado realizado originalmente para el TFI, UVQ, 2020.



Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=TYpNvbsse6k>

“La feria, un espacio de encuentro” Pieza institucional realizada originalmente para el TFI, UVQ, 2020.



Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=wSasNATUFe4&feature=youtu.be>

Imágenes del recorrido iniciado







