



# PRODARNET - LA RED VIRTUAL PARA LA PROMOCIÓN DE LA AGROINDUSTRIA RURAL EN AMÉRICA LATINA

*PRODARNET es una comunidad de práctica para la agroindustria rural en la que participan académicos, técnicos gubernamentales y no gubernamentales, productores/empresarios y estudiantes, quienes comparten de manera voluntaria información y conocimientos en torno a esta temática. La experiencia de esta red virtual que ha logrado mantenerse vigente por casi 20 años (sumando las fases impresa y electrónica), muestra la evolución en los esquemas de comunicación para promover el acceso a la información y al conocimiento, que van desde las listas de correos electrónicos hasta el uso de redes sociales.*

Por Hernando Riveros y Marvin Blanco

*El principal factor de éxito ha sido la persistencia en la idea de informar sobre un tema específico.*

## UNA COMUNIDAD DE APRENDIZAJE PARA LA AGROINDUSTRIA RURAL

PRODARNET es una iniciativa del Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA), que inició en 1990 como un servicio de información especializado en el tema de la Agroindustria Rural (AIR), al mismo tiempo que el Programa Cooperativo de Desarrollo de la Agroindustria Rural (PRODAR). En sus inicios se concibió como un servicio de consulta-respuesta sobre temas técnicos y un boletín impreso dirigido a técnicos de universidades, ONG e instituciones de gobierno. En un comienzo se empleó el fax y el correo postal y, posteriormente, se adoptó el Internet como el principal medio de comunicación con los usuarios.

Esta experiencia muestra cómo la adaptación a las nuevas oportunidades que ofrecen los desarrollos tecnológicos plantea retos, tanto en los aspectos puramente técnicos como en el aprendizaje por parte del equipo técnico y de los usuarios.

## DEL CORREO POSTAL AL MUNDO VIRTUAL

Los desarrollos tecnológicos han marcado de manera significativa la evolución de esta iniciativa. A pesar de las limitaciones de la tecnología vigente en su fase inicial, que hacía lenta y costosa la interacción, se logró construir una red hemisférica de especialistas en el tema de la AIR.



Con la llegada de la conexión a Internet al IICA en 1995, se conformó una lista de correo simple de alrededor de 25 direcciones. Un año después se creó la lista electrónica PRODARNET, que operó en un servidor del IICA, utilizando el programa administrador de listas "Majordomo". La lista creció de manera lenta por las limitaciones de cobertura y acceso al Internet en América Latina y el Caribe, y por limitaciones técnicas del programa Majordomo.

Es así como en el 2001, la lista se trasladó a la plataforma Yahoo Groups, con la que creció de manera vertiginosa hasta llegar a cerca de 8.000 inscritos. Sin embargo, como resultado de las depuraciones que realiza Yahoo periódicamente, en la actualidad se cuenta con 2.500 miembros activos. Desde esa fecha hasta la actualidad se han registrado un total de 4.100 mensajes, para una media mensual de 38 mensajes.

Por último, en el 2010 la lista electrónica se complementó con una red social que funciona en la plataforma Ning, la cual tiene una serie de herramientas interacti-

vas para fortalecer la comunicación entre los miembros, y cuenta actualmente con más de 1.100 miembros. Recientemente se tomó la decisión de complementar el servicio con redes sociales en la plataforma Ning, Facebook y Twitter, para llegar a otros segmentos de mercado.

## MÁS CONEXIONES, MÁS GESTIÓN DE CONOCIMIENTO

La lógica de funcionamiento de PRODARNET ha sido la misma desde el comienzo, los miembros hacen consultas técnicas o comerciales, las cuales son respondidas a través de la red. Sin embargo, como resultado de las innovaciones tecnológicas, el proceso de gestión de conocimiento se ha modificado en función de las herramientas de comunicación utilizadas. Al principio, la información por comunicar era recibida mediante correo impreso y luego era digitalizada y difundida por el equipo técnico del PRODAR. Con la llegada del correo electrónico, este proceso experimentó un

### DESDE LA PERSPECTIVA DE LA GESTIÓN DE CONOCIMIENTO...

El principal objetivo de una comunidad de práctica es desarrollar conocimiento especializado y mejorar el desempeño de cada miembro a partir de la reflexión conjunta; en este contexto, los medios sociales abren la posibilidad de ampliar el alcance de la comunidad y democratizar el acceso a información y conocimiento empoderando al participante y dándole mayor poder de decisión.





cambio paulatino, dándose una creciente apropiación por parte de los miembros de la lista electrónica, pues pasó de un sistema centralizado que difundía información, a uno más participativo donde son los mismos miembros quienes intercambian la información y responden en forma voluntaria las inquietudes de otros participantes, con el apoyo del equipo técnico del PRODAR.

Esta transformación no ha sido tarea fácil, ya que ha requerido un esfuerzo importante de capacitación de los miembros y del equipo técnico de apoyo en diversos aspectos. Por ejemplo, para lograr la apropiación de la lista por los miembros, se envían reiteradamente tutoriales cortos explicando cómo redactar un mensaje o cómo responder a una consulta, y en el pie de página de cada mensaje se incluyen indicaciones de cómo reaccionar al mensaje. Ese proceso de aprendizaje ha sido lento y, aún después de casi 10 años, es necesario enviar recordatorios sobre el funcionamiento de la herramienta, así como sobre las pautas de comportamiento en la lista.

Para asegurar la operación de esta comunidad, el Programa cuenta con el equipo de profesionales del PRODAR, que apoya de manera permanente todos los aspectos. La lista electrónica ha tenido desde su inicio un moderador, quien lleva el control de las suscripciones, aprueba y desaprueba los mensajes, regula el número de mensajes diarios, edita aquellos con problemas de redacción o comprensión, genera información, responde consultas, apoya a los usuarios a canalizar sus consultas y promociona la lista en otros medios electrónicos. Algu-

nos miembros del equipo técnico apoyan, de manera ocasional, con la respuesta a consultas técnicas o comerciales, y se tiene un convenio con Soluciones Prácticas para atender el servicio consulta-respuesta.

Como complemento, este proceso de gestión de conocimiento es monitoreado de forma constante. El administrador de la lista registra todos los mensajes y los clasifica por mes, con lo cual se pueden establecer metas teniendo en cuenta los mensajes circulados, y aplicando estrategias de motivación cuando la lista baja su nivel de actividad.

## LECCIONES APRENDIDAS

### *Adaptación a las nuevas tecnologías*

- Aprovechar las tecnologías de información y comunicación para fortalecer el sistema de gestión de conocimiento, primero con la lista electrónica y complementándola luego con las redes sociales, ha sido una de las ganancias y aprendizajes más importantes. Tanto los integrantes de la red como el equipo del PRODAR, han aprendido que la adopción de las nuevas tecnologías implica un proceso importante de adaptación y flexibilidad para aprovechar la oportunidad que representan.
- A lo largo de su historia, los dos obstáculos más importantes se dieron en el campo humano y en el tecnológico. Con respecto al primero, hacia finales de los años 90 hubo un relevo temporal en la moderación de la lista, lo cual



bajó el nivel de actividad durante varios meses. Con respecto al segundo, ya se mencionaron las dificultades técnicas que presentó el programa Majordomo y que obligó el traslado hacia una plataforma comercial. En este sentido, contar con una herramienta más confiable y con soporte informático, así como con un moderador capaz de manejarla y mantener un nivel alto de motivación entre los miembros, han sido factores de éxito.

- En tiempos recientes con la aparición de sistemas más interactivos como las redes sociales, se evidenció un estancamiento en la membresía de la lista y el intercambio de mensajes, por lo que PRODARNET tomó la decisión de complementar el servicio de lista de correo con redes sociales en las plataformas Ning, Facebook y Twitter, para hacer frente al reto, mantener la fidelidad de los antiguos miembros y captar nuevos, empleando una combinación de medios electrónicos.

### *El uso de las redes sociales*

- La plataforma que mejor resultado ha dado es la de Ning porque el conjunto de herramientas que ofrece ha permitido un mayor acercamiento e interacción con el público objetivo, así como concentrar en un solo espacio varios servicios de intercambio de información que estaban dispersos en páginas web, listas electrónicas y bibliotecas digitales. La red social en Ning, que se ha denominado PRODARNET 2.0, ha



Fotografía: Shutterstock.com

sido un complemento perfecto para la lista electrónica PRODARNET.

- El uso de Facebook y Twitter ha tenido resultados más modestos, en tanto pareciera que Facebook no es tan utilizado para gestionar información técnica, mientras que en el caso de Twitter no se dispone de un flujo de información de alta frecuencia como para constituir un sistema de seguimiento. Sin embargo, se mantienen como herramientas de reserva para un eventual desarrollo futuro.

### *Sobre las comunidades de práctica*

- Para PRODARNET, el principal factor de éxito ha sido la persistencia en la idea de informar sobre un tema específico como AIR, sobre el cual no hay mucha información en los centros de documentación, pero en el que PRODARNET-IICA tiene experiencia. Asimismo, contar con el apoyo institucional del PRODAR ha permitido tener el



sistema vigente durante casi 14 años; de igual forma, cuando PRODAR ha tenido limitaciones de acceso a recursos para realizar acciones de fortalecimiento a la AIR, ha sido la red virtual la que ha permitido mantener activo el programa por medio de la diseminación de información técnica.

## CONCLUSIONES

PRODARNET se ha convertido en un referente para pequeños agroindustriales de América Latina en lo relacionado con la difusión de información técnica sobre AIR y afines. Con esta iniciativa han ganado los pequeños agroindustriales al tener a su disposición un sistema de información técnica y comercial para mejorar la gestión de sus empresas; también los técnicos y estudiantes, quienes han encontrado un espacio para compartir y complementar

su conocimiento entre pares; y finalmente, PRODAR-IICA, porque la red electrónica se ha constituido en una de las principales herramientas de cooperación técnica. Sin embargo, es pertinente mencionar que una debilidad por considerar es que no se le ha dado la suficiente promoción dentro del IICA y, por consiguiente, no se aprovecha todo su potencial al interior de la organización ni mediante sus redes institucionales.

Ante la ausencia de programas de capacitación sobre gestión y moderación de listas y redes sociales, PRODARNET ha aplicado estrategias de aprender-haciendo, retroalimentación entre el equipo del Programa y *benchmarking* de listas similares. Se ha buscado intercambiar información de manera interactiva, sin exagerar en el origen y estilo de las comunicaciones, procurando que se mantengan dentro de la temática de la lista y que sean de interés para al menos dos países.

Se ha comprobado que a los *colisteros* les gusta el estilo informal y abierto de la Red, pues les genera confianza para formular sus consultas y compartir su conocimiento. Asimismo, la realización de encuestas periódicas para establecer el perfil del usuario y las áreas de interés, han permitido hacer ajustes en los temas de información.

La experiencia de PRODARNET es totalmente replicable y de hecho han sido creadas otras redes temáticas sobre quesos artesanales, agroturismo y sistemas agroalimentarios localizados, empleando la misma plataforma de yahoo-grupos. Para hacerlo es necesario asegurar un equipo



Fotografía: Marvin Blanco



Fotografía: Marvin Blanco

animador del sistema, por lo menos tres personas que monitoreen permanentemente y moderen por un tiempo prudente hasta que la red madure y logre autonomía. En este sentido, para garantizar la continuidad de una iniciativa como éstas, se requiere apoyo financiero para pagar parcialmente al moderador de la red y para complementar el apoyo técnico en la organización de foros, concursos y encuentros presenciales de los miembros de la red.

Como recomendación para otras iniciativas afines se sugiere concebir el sistema de información como un proyecto dividido en fases con plazos y metas claras. Por ejemplo, contar con marcadores de progresos que reflejen la maduración de la lista a los 3 años y permitan evaluar la conveniencia de seguir adelante o no, de cambiar a otra plataforma o de modificar la temática de trabajo.

Finalmente, para compartir esta experiencia, la forma más efectiva es demostrar en la práctica cómo funciona la herramienta, algo que se ha hecho mediante cursos de capacitación sobre diseño de comunidades de práctica.

## REFERENCIAS

<http://es.groups.yahoo.com/group/prodarnet>  
[www.prodarnet.org](http://www.prodarnet.org)

*Página web:* [www.prodarnet.org](http://www.prodarnet.org)

*Contactos:*

Hernando Riveros, [hernando.riveros@iica.int](mailto:hernando.riveros@iica.int)  
Marvin Blanco, [marvin.blanco@iica.int](mailto:marvin.blanco@iica.int)