

Las buenas comunicaciones son fundamentales para los pequeños agricultores que necesitan mejorar su acceso a los mercados y a información fiable sobre los precios, la calidad de los productos y las condiciones de comercialización. ¿Qué ayuda pueden prestarles las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) y en particular Internet? La iniciativa Primera Milla es un proyecto experimental de dos años de duración apoyado por el Gobierno de Suiza. Se ejecuta en colaboración con el Programa de Desarrollo de Sistemas de Comercialización Agrícola del Gobierno de la República Unida de Tanzania. El Grupo Internacional de Apoyo presta asistencia técnica.



El proyecto Primera Milla

Juliana Raphael Kulaya, de 45 años, vive en la aldea de Shiri Njoro, cerca del monte Kilimanjaro, en las tierras altas del norte de Tanzania. Sus seis hijos estudian y trabajan fuera del hogar y su marido se marchó hace unos años, de manera que está sola para trabajar su media hectárea de tierra.

La señora Kulaya es pobre pero, con los ingresos obtenidos de la venta de su producción en el mercado Mbuyuni de la cercana ciudad de Moshi, ha logrado levantar un modesto hogar. No tiene teléfono ni televisión y dice que le falta tiempo para escuchar su radio. Cuando necesita información no sabe adónde acudir y hace años que no ve a ningún extensionista agrícola. Cuando va al mercado no tiene información sobre los precios ni sabe dónde encontrarla, de manera que vende sus productos al precio que consigue.

Cerca de allí vive Magdalena Lema, una maestra de 55 años cuyos hijos han ido a la universidad. La señora Lema y su marido tienen una explotación de 10 hectáreas en la que producen cultivos alimentarios y crían ganado lechero. Cada miembro de la familia tiene un teléfono móvil y en el hogar hay un ordenador conectado con Internet. A pesar de su relativa riqueza, la señora Lema tiene un problema similar al de Juliana: no sabe adónde acudir o con quién hablar para obtener información sobre agricultura y comercialización.

“Con mi teléfono móvil podría llamar a alguien y pedirle información sobre el mercado”, dice. “Pero no sé a quién llamar.”

Estas dos mujeres son sólo dos de las agricultoras que se beneficiarán del proyecto Primera Milla del FIDA, que se está ejecutando actualmente en varios distritos de Tanzania. Este proyecto experimental ayuda a los pequeños



productores, elaboradores, comerciantes y otros agentes que intervienen en la cadena de comercialización a comunicarse mejor, formar asociaciones y aprender unos de otros para lograr un mejor acceso a la información sobre el mercado y poder desarrollar relaciones comerciales más justas en un marco de colaboración.

El uso de la expresión “primera milla” guarda relación con la necesidad de salvar la brecha de conectividad que existe entre una aldea en la que no hay electricidad ni teléfonos y el ordenador en línea más cercano. El proyecto hace hincapié en que las comunidades rurales son el punto de partida de la conectividad y no el de llegada.

El proyecto Primera Milla, vinculado con el Programa de Desarrollo de Sistemas de Comercialización Agrícola, apoyado por el FIDA, aborda dos problemas: el acceso de los pobres de las zonas rurales a la información y los

**El proyecto
combina las
dimensiones
de las
comunicaciones
y de la
comercialización**



conocimientos y a las tecnologías de las comunicaciones, como los teléfonos móviles, Internet y el correo electrónico; y su acceso a otros agentes clave de la cadena de comercialización, como los comerciantes, los elaboradores e incluso los consumidores. Clive Lightfoot, director del proyecto, dice: "El proyecto combina las dimensiones de las comunicaciones y de la comercialización. La comercialización tiene una relación muy estrecha con la obtención inmediata de ingresos y depende mucho de la información: sobre los precios, pero también sobre el mercado, incluida la información sobre la calidad de los productos y sobre lo que entra en el mercado. Es una actividad de alta densidad de información. Hemos combinado esto con las posibilidades de obtener ingresos y ése es el motor del proyecto."

El objetivo inmediato del proyecto experimental de dos años de duración Primera Milla consiste en encontrar la manera de que los pequeños agricultores puedan conectarse mediante intermediarios con Internet para obtener información sobre los mercados y establecer comunicaciones con otros grupos de agricultores, con grupos de elaboradores y comerciantes, y directamente con los consumidores a medida que establezcan sus propias cadenas de comercialización del productor al consumidor.

Durante la primera fase del proyecto, desde mayo hasta julio de 2005, se evaluó el acceso de las poblaciones locales a las TIC y se determinó el grado de interés que tenían en trabajar conjuntamente para aprender acerca de las cadenas de comercialización. Pequeños agricultores, elaboradores y comerciantes que asistieron a un taller inicial organizado en Arusha (Tanzania), a comienzos de julio, examinaron conjuntamente las dificultades con que tropezaban en la comercialización y se dieron cuenta de que ninguno de ellos podía apreciar plenamente los problemas con que tropezaban los demás agentes de la cadena de comercialización. Manifestaron sumo interés en trabajar juntos y coincidieron en que todos se beneficiarían de una mayor cooperación en la cadena de comercialización. Se formaron grupos de aprendizaje que utilizarán tecnologías como el correo electrónico e Internet para compartir información, experiencias y enseñanzas.

En un segundo taller se impartió a 28 personas capacitación sobre el establecimiento de cadenas de

comercialización y sobre medios de apoyar el aprendizaje a nivel local para mejorar las relaciones de mercado. Esas personas se encargan actualmente de responder a la demanda e impartir ese tipo de capacitación a otras personas a nivel local.

Durante la segunda fase, que concluirá en diciembre de 2005, se impartirá capacitación a algunos miembros de los grupos de aprendizaje sobre la manera de utilizar un servicio de apoyo al aprendizaje basado en Internet — enlaces para grupos locales de aprendizaje— al que puede accederse en el sitio <http://www.linkinglearners.net>. Su función consistirá, en parte, en contribuir a garantizar que los grupos de aprendizaje puedan utilizar el servicio, ya sea directamente o mediante intermediarios. En diciembre y a comienzos de 2006 se llevarán a cabo evaluaciones para determinar el grado de interés que existe a nivel local por las acciones encaminadas a establecer cadenas de comercialización, crear grupos de aprendizaje y utilizar las TIC para apoyar el aprendizaje.

Ides de Willebois, gerente de programas del FIDA en Tanzania, destaca la importancia del compromiso local en el proyecto Primera Milla. "Este proceso debe basarse en la demanda", dice de Willebois. "Si los grupos de aprendizaje valoran el intercambio de información y de conocimientos y expresan su interés en que el proceso continúe, el proyecto responderá. Debe haber un cambio de comportamiento para que los pequeños agricultores, elaboradores y comerciantes puedan formar asociaciones con el objeto de colaborar y aprender juntos, en lugar de competir entre sí, como sucede actualmente. Confiamos en que el proyecto Primera Milla contribuirá a lograr ese cambio".

Debe haber un cambio de comportamiento para que los pequeños agricultores, elaboradores y comerciantes puedan formar asociaciones con el objeto de colaborar y aprender juntos

Comunicación y aprendizaje para mejorar las relaciones de mercado

La mayor parte de la población pobre de Tanzania vive en zonas rurales y está integrada principalmente por pequeños productores cuya única vía para salir de la pobreza es la agricultura. Sin embargo, los agricultores pobres tropiezan con muchas dificultades para comercializar su producción. A menudo se ven obligados a vender sus productos a precios bajos y comprar los insumos agrícolas a precios altos porque tienen pocas o nulas posibilidades de elegir a quién venden o de fijar el precio de sus productos. Al no estar conectados con los consumidores y los encargados de formular las políticas, por lo general no pueden ejercer control alguno en el transporte, el almacenamiento y la elaboración de sus productos a lo largo de la cadena de comercialización. No debe subestimarse la importancia que reviste el mejoramiento de los sistemas de comercialización agrícola para la población pobre de las zonas rurales.

El Programa de Desarrollo de Sistemas de Comercialización Agrícola del Gobierno de Tanzania es una iniciativa de amplio alcance encaminada a incrementar la seguridad alimentaria y los ingresos de los pobres de las zonas rurales mejorando la estructura y el funcionamiento de los sistemas de comercialización de los cultivos en el país. Este programa de siete años de duración, cuyo costo asciende a USD 42,3 millones, en parte financiados con un préstamo del FIDA por valor de USD 16,3 millones, tiene cuatro esferas de trabajo principales:

- desarrollo de una política de comercialización agrícola;
- potenciación de la capacidad de acción de los pequeños productores para que refuercen su capacidad empresarial y de organización y mejoren sus relaciones con los mercados;
- suministro de servicios financieros relacionados con la comercialización para que los pequeños agricultores que utilizan almacenes puedan obtener préstamos a fin de cubrir el período comprendido entre la cosecha y la venta, y
- desarrollo de infraestructura de comercialización rural, con inclusión de instalaciones de almacenamiento, mercados y caminos.

Como expresa en palabras sencillas Nathaniel Katinila, coordinador del programa: "El programa se ejecuta para mejorar los sistemas de comercialización a fin de que las transacciones entre las personas sean muy equitativas. En pocas palabras, que al final del día tanto el comprador como el vendedor vuelvan a casa contentos. Es decir, que todos ganen y nadie pierda."

El programa trabaja con unos 1 000 grupos de productores en las zonas septentrionales y meridionales del país: las regiones de Kilimanjaro, Tanga, Arusha y Manyara en el norte, e Iringa, Mbeya, Ruvuma y Rukwa en el sur. El objetivo es ayudar a los grupos de productores a mejorar sus posibilidades de negociación en el mercado reforzando su capacidad para identificar oportunidades de comercialización, negociar precios tanto de compra como de venta y expresar sus opiniones en materia de formulación de políticas.

El programa también ayuda a los grupos de productores a establecer vínculos con otras organizaciones de base, así como con elaboradores, comerciantes y otros agentes de la cadena de comercialización, y con los exportadores.

En el marco del programa se ha determinado que el establecimiento de redes es fundamental para el éxito de esas actividades y ha solicitado el apoyo del FIDA para determinar el grado de interés que existe a nivel local por el aprendizaje entre homólogos como medio de mejorar las redes de comercialización y comunicaciones, en particular mediante el intercambio de información por Internet. En el proyecto Primera Milla se intenta responder a estas necesidades abordando los problemas del acceso tanto a los mercados como a la información. Se parte de la base de que cuando las relaciones de mercado son más fuertes se benefician todos los agentes que participan en la cadena de comercialización. Una de las claves para mejorar estas relaciones es facilitar el acceso a la información sobre los mercados.



Según un estudio el establecimiento de comunicaciones y redes adecuadas depende más de las personas que de las tecnologías de la información y las comunicaciones

Uno de los principales objetivos del proyecto Primera Milla es mejorar el acceso de la población rural a las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) como instrumentos para apoyar la comunicación y el aprendizaje.

El proyecto se propone determinar de qué manera las TIC, por ejemplo, los teléfonos móviles, el correo electrónico e Internet, pueden ayudar a los pequeños agricultores, los elaboradores y los comerciantes, y a otros agentes que intervienen en la cadena de comercialización, para que aprendan a trabajar y a analizar los problemas colaborando y no compitiendo unos con otros y puedan establecer relaciones de mercado más equitativas y eficientes.

Ha quedado claro desde el principio que el factor decisivo de éxito no son las TIC por sí solas, sino la disposición de la población local a colaborar para compartir información y aprender acerca de los mercados.

Un estudio realizado en junio de 2005, durante la fase exploratoria del proyecto, indicó que no existen obstáculos técnicos para que los productores y otros agentes clave de la cadena de comercialización puedan comunicarse regularmente entre sí mediante teléfonos móviles para hacer llamadas o enviar mensajes de texto e incluso para que puedan, en alguna medida, utilizar el correo electrónico. El principal problema no consiste en el acceso a la tecnología, que está más cerca y es más accesible de lo que suele pensarse, sino en determinar si las personas asignan suficiente valor al intercambio de información para considerar justificado su costo.

Según este estudio, la población rural de Tanzania está descubriendo que incluso TIC como el correo electrónico e Internet están a su alcance y desea utilizar esos medios para vencer las distancias. Sin embargo, la calidad de la información, en especial su pertinencia y utilidad, es fundamental. Las personas entrevistadas en el marco de este estudio declararon que no estaban dispuestas a perder tiempo, además de dinero, en utilizar la tecnología para comunicarse a menos que ello le permitiese acceder a información muy valiosa.

En el estudio se destacó que la comunicación efectiva no depende únicamente del tendido de cables, la construcción de torres de microondas y la apertura de cibercafés, sino que se basa en la creación de redes de personas que puedan compartir información pertinente. Como señala Ides de Willebois, Gerente del Programa del FIDA en Tanzania: "La comunicación es mucho más importante que las TIC. La clave del éxito de este proyecto

radica en la colaboración entre la población rural para compartir información pertinente, oportuna y local."

Clive Lightfoot, director del proyecto, dice que no debe subestimarse la importancia del acceso a la información pertinente en el plano local. "Los conocimientos locales son conocimientos que importan", dice. "La población rural desea conocer ejemplos de buenos resultados y obtener información sobre recursos eficaces utilizados por otras poblaciones locales que afrontan situaciones y problemas similares. La finalidad del proyecto Primera Milla consiste en utilizar las TIC para obtener esa información y esos conocimientos e intercambiarlos en un ámbito más amplio."

En la evaluación de las TIC se examinó el contexto nacional, con inclusión de la política de comunicaciones del Gobierno, el marco reglamentario y la situación actual del sector de las telecomunicaciones. También se abordó la cuestión del acceso a las TIC en las zonas rurales. Se realizaron entrevistas con grupos y personas en varias aldeas de los distritos norteros de Hai y Babati, y con miembros de grupos del distrito sureño de Mbeya, para saber cómo se comunican actualmente las personas y cuál es el contenido de sus comunicaciones, así como qué acceso tienen a las tecnologías de las comunicaciones, incluido los teléfonos móviles y fijos, los servicios de fax, las computadoras, el correo electrónico, la red de Internet, la radio, la televisión y los diarios.

Los principales resultados fueron los siguientes:

- el uso de los teléfonos móviles en las zonas rurales es cada vez mayor y más amplio a medida que se amplía la cobertura en todo el país;
- la utilización de los teléfonos móviles no siempre significa que éstos sean propiedad del usuario ya que muchas veces pertenecen a varios usuarios y también están muy difundidos los servicios comerciales de pago por llamada;
- la radio se utiliza ampliamente como fuente de información y entretenimiento, pero muchas personas consideran que no difunde información adecuada sobre agricultura y comercialización;
- muchas personas han visto una computadora, pero nunca la han usado, y
- muchas personas han oído hablar del correo electrónico y de Internet, pero nunca los han utilizado.

Teléfonos móviles

El estudio confirmó que el sector de las telecomunicaciones de Tanzania está cambiando rápidamente. La mayoría de las personas entrevistadas sólo utilizaban teléfonos móviles desde hacía un año o un año y medio. Como consecuencia de la activa competencia y la mejora constante de la cobertura de las zonas rurales por las compañías de telefonía móvil, es probable que algunas personas de esas zonas que utilizan teléfonos móviles nunca hayan utilizado teléfonos fijos. Asimismo, la introducción de la tecnología GPRS, que próximamente permitirá recibir correos electrónicos en teléfonos móviles, podría hacer innecesario el uso de una computadora para enviar correos, incluso antes de que la mayor parte de las personas haya podido ver un aparato de ese tipo.

Aproximadamente el 90 por ciento de los miembros de los grupos incluidos en la encuesta que se llevó a cabo en los distritos norteros declararon que utilizaban teléfonos móviles, mientras que en Mbeya sólo el 50 por ciento, aproximadamente, de las personas encuestadas tenía acceso a esos servicios, debido a la menor cobertura de las zonas rurales.

Hay pocas personas que poseen su propio teléfono móvil —sólo alrededor del 2,5 por ciento de la población— pero en muchas zonas rurales hasta el 70 por ciento de las personas utilizan teléfonos de amigos o parientes, o acceden a estos servicios a través de locutorios locales. “Un número muy grande de personas al menos ha utilizado teléfonos móviles”, dice Jonathan Cook, el especialista en comunicaciones que ha realizado la evaluación de las TIC. “Un número bastante más reducido posee su propio teléfono móvil, pero importa mucho más el uso que la propiedad.”

Los teléfonos móviles se utilizan casi siempre para la comunicación social —para llamar a familiares o amigos— y en general sólo en casos de urgencia. Sin embargo, tras comprobar la utilidad de los teléfonos móviles, muchas personas están empezando a pensar en la posibilidad de utilizarlos para otros fines, por ejemplo, para obtener regularmente información actualizada sobre los precios en los mercados locales.

La cobertura de red en Tanzania es amplia y se está extendiendo rápidamente. Si bien la cobertura completa es mayor en las zonas urbanas y suburbanas, incluidas todas las capitales de regiones, provincias y distritos, aproximadamente el 60 por ciento de las aldeas cuentan con acceso directo. Incluso en zonas remotas se están instalando amplificadores de señal para ampliar la cobertura hasta un radio de 20 a 30 kilómetros desde la antena telefónica más cercana.

Sin embargo, aún quedan muchos problemas por resolver. A pesar de la expansión del uso de los teléfonos móviles, sólo poco más de 2 millones de personas utilizan servicios de telecomunicaciones en un país que tiene 35 millones de habitantes.

Correo electrónico e Internet

En las zonas rurales cada vez hay más personas que han oído hablar del correo electrónico y de Internet y un número sorprendente de personas ha tenido la ocasión de ver cómo se utilizan esos medios. Sin embargo, son muy pocos los que los han utilizado. Ahora bien, como en el caso de la telefonía móvil, las cosas cambian con rapidez. Cada vez hay más capitales de distrito en las que el personal de los cibercafés e incluso de las oficinas de correos locales ayuda a las personas a abrir cuentas de correo electrónico y escribe y envía mensajes en su nombre. Este uso de intermediarios, o personas que envían correos electrónicos o descargan



información de Internet para otras personas, está bastante difundido. Por ejemplo, en Babati, la Sra. Hadija Issa nunca ha utilizado una computadora, pero ha enviado un correo electrónico: llevó un mensaje manuscrito de su grupo local de elaboradoras a la oficina de correos donde un empleado lo tecleó en una computadora y lo envió en su nombre.

La tecnología es un instrumento

En el estudio se destacan las ventajas de trabajar en grupo. Los pequeños agricultores que formaban parte de grupos locales de productores tenían más posibilidades de acceder regularmente a información que podía serles de utilidad para mejorar la producción, resolver problemas y obtener datos sobre los precios en el mercado local. Ya compartían información y conocimientos con otros productores y también era más probable que utilizaran teléfonos móviles. Algunos grupos habían adquirido un teléfono móvil para que lo utilizaran sus miembros.

Se requiere cierto tiempo para que los grupos se desarrollen y consoliden y para que sus miembros se familiaricen unos con otros, cobren confianza y estén suficientemente motivados para colaborar. “Cuando las personas descubren que tienen un propósito común y desean obtener más información que revista interés para el grupo, por ejemplo, sobre los precios del mercado, o sobre el suministro de insumos a granel, empiezan a colaborar entre sí,” dice el Sr. Cook. “A medida que colaboran para lograr una finalidad común va cobrando más confianza, lo cual es muy importante para que los grupos se fortalezcan y puedan trabajar con otros grupos.”

El Sr. Vincon Nyimbo, especialista en comercialización agrícola y coordinador del componente de relaciones de mercado del Programa de Desarrollo de Sistemas de Comercialización Agrícola, ha señalado que el resultado que se desea lograr a largo plazo es el establecimiento de sólidas organizaciones de agricultores que puedan planificar y establecer empresas nuevas y más rentables basándose en una mejor información sobre los mercados y en la colaboración con otros agentes que intervienen en la cadena de comercialización. “Más ingresos para los pobres de las zonas rurales y, por consiguiente, menos pobreza: ésa es la finalidad de nuestra labor,” dice este especialista.

A medida que colaboran para lograr una finalidad común va cobrando más confianza, lo cual es muy importante para que los grupos se fortalezcan y puedan trabajar con otros grupos

Tablones de anuncios comunitarios: mejorar la comunicación mediante una combinación de tecnologías de bajo y de alto nivel

Las nuevas tecnologías no siempre son las más adecuadas. A veces tecnologías más sencillas y más tradicionales pueden ser un medio más eficaz para compartir información.

Los pequeños agricultores suelen consultar los tablones de anuncios comunitarios para obtener información sobre los precios. El Programa de Desarrollo de Sistemas de Comercialización Agrícola promueve a nivel local la utilización de tablones de anuncios con información sobre los mercados a fin de que todos puedan acceder a esa información. Esos tablones son una variante de lo que tradicionalmente se conoce en Tanzania con el nombre de *dua-kali*, término swahili que significa "oficina bajo el sol", o sea, un sitio donde protegerse del sol. En los tablones se puede consultar la información que colocan los miembros del consejo de la aldea, los dirigentes de los grupos de productores y los observadores del mercado, que son empleados del programa encargados de llevar a cabo un seguimiento de los precios y de las actividades de los mercados en sus respectivos distritos.

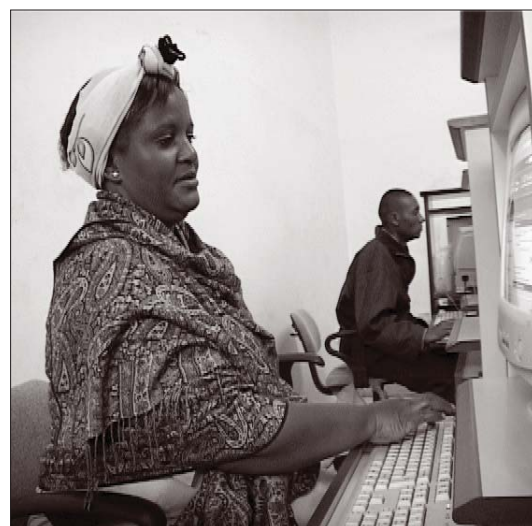
Sin embargo, muchos productores se quejaron de que los precios que se indicaban en los tablones no siempre estaban actualizados. Los productores necesitan que los precios se actualicen regularmente, de ser posible una o dos veces al día, pero la mayor parte de los tablones sólo se actualizan una vez por semana. Así y todo, los tablones de anuncios son una fuente importante de información en muchas aldeas y algunos miembros de grupos están pensando en utilizar teléfonos móviles para obtener regularmente información actualizada sobre los precios del mercado, con la idea de colocarla después en los tablones.



El Sr. Twaha Abdullah Mweta es el presidente del grupo de productores de la aldea de Magadini, en el distrito de Hai. Se encarga de actualizar la información sobre el mercado que aparece en el tablón de anuncios. "A veces se tarda mucho tiempo en actualizar la información porque hay problemas de comunicación, pero nos esforzamos por lograrlo, especialmente ahora que contamos con la ayuda de los teléfonos móviles," dice el Sr. Mweta. "Los tablones de anuncios pueden ser un medio rudimentario, pero antes de que empezáramos a utilizarlos la mayoría de las personas no tenía ninguna información sobre los precios del mercado."

Todas las personas entrevistadas para realizar la evaluación de las TIC dijeron que deseaban tener mejor información sobre los mercados, en especial información actualizada sobre los precios tanto en los mercados locales como en los mercados del resto del país.

Los tablones de anuncios de las aldeas son un eslabón importante en la cadena de la información, que también podría llegar a abarcar la utilización de los teléfonos móviles, la radio, el correo electrónico e Internet.



Enlaces para grupos locales de aprendizaje

Uno de los componentes básicos del proyecto Primera Milla es un servicio de apoyo al aprendizaje basado en Internet mediante el cual los grupos de aprendizaje pueden compartir información y conocimientos acerca de sus éxitos y fracasos, mantener debates y constituir su propia biblioteca de prácticas óptimas a nivel local. El servicio también abarca la tutoría en línea.

Mediante este servicio de enlaces para grupos locales de aprendizaje (Linking local learners), accesible en el sitio <http://www.linkinglearners.net>, los grupos que viven en lugares muy distantes con escasa o nula posibilidad de establecer contacto físico pueden conversar acerca de sus experiencias y problemas, y compartir sus conocimientos especializados e ideas en un circuito especializado de aprendizaje.

El servicio también está abierto al personal de proyectos, los asociados, los donantes y otros interesados en el aprendizaje y las prácticas óptimas

surgidas de la interacción de los pequeños productores, elaboradores y comerciantes, así como de otros agentes que participen en la iniciativa. Por ejemplo, puede haber intercambio de información entre agricultores, entre agricultores y comerciantes o entre agricultores y funcionarios públicos. Este servicio les permite crear un fondo común de conocimientos y cada uno puede aprender de las experiencias de los otros y aportar sus conocimientos para crear un acervo común.

“El desarrollo se acelera al conectar a las personas que viven en lugares muy distantes y que normalmente no tienen contacto entre sí, para que puedan compartir sus innovaciones e ideas, así como su información sobre la manera en que resuelven sus problemas”, dice Clive Lightfoot, director del proyecto.

Durante las primeras fases del proyecto Primera Milla, los miembros de los grupos de aprendizaje recibieron capacitación para utilizar el servicio. A medida que se consoliden los grupos, su papel consistirá en ayudar a los miembros de otros grupos a utilizar y aprovechar el servicio, ya sea mediante el acceso directo o a través de intermediarios. Se ha desarrollado un programa informático especial para el proyecto Primera Milla a fin de que las personas que no tienen acceso directo a Internet puedan utilizar el servicio de enlaces para el aprendizaje.

La radio: un medio muy utilizado

A pesar de la revolución que ha supuesto la introducción de los teléfonos móviles en las zonas rurales de Tanzania, la radio sigue siendo el medio más usado para acceder a la información. La emisora nacional Radio Tanzania cubre aproximadamente el 90 por ciento del territorio nacional. Todas las personas entrevistadas en el marco de la evaluación de las TIC, con independencia de su nivel de ingresos, tenían un receptor de radio. Muchas de ellas escuchaban programas de información agrícola difundidos por Radio Tanzania. Sin embargo, muchas personas dijeron que la información sobre los mercados era inadecuada o no respondía a sus necesidades. La radiodifusión comunitaria, que facilitaría la participación de los agricultores en la selección de los contenidos, está poco difundida en Tanzania. Las emisoras privadas de frecuencia modulada alientan la participación de los oyentes, pero sus programas se emiten desde la capital y las grandes ciudades y tienen poca cobertura en las zonas rurales más remotas. Ahora se pueden obtener licencias de radiodifusión en los distritos y las emisoras locales disponen de muchas posibilidades, aún no aprovechadas, para difundir información sobre los mercados.

Un poderoso instrumento de desarrollo rural

El FIDA es el organismo especializado de las Naciones Unidas que se dedica a erradicar la pobreza rural en los países en desarrollo. El 75 por ciento de la población más pobre del mundo —800 millones de mujeres, niños y hombres— vive en zonas rurales y



depende de la agricultura y de actividades conexas para obtener sus medios de subsistencia. Mediante la concesión de préstamos con tipos de interés bajos, y de donaciones, el FIDA colabora con los gobiernos en la formulación y financiación de programas y proyectos para que la población rural pueda salir de la pobreza.

Las TIC son un poderoso instrumento de desarrollo rural. Sin embargo, para que las TIC puedan contribuir sustancialmente al mejoramiento de la vida de la población rural pobre deben cumplirse algunas condiciones previas en lo que se refiere a la propiedad, el contenido local, el idioma, la cultura y la adecuación de la tecnología. El acceso a las TIC sólo cobra importancia una vez que se han cumplido estas condiciones.

El enfoque del FIDA sobre la utilización de las TIC para apoyar las iniciativas de desarrollo debe centrarse en las personas y no en la tecnología.

Una iniciativa de aprendizaje e intercambio

La División de Comunicaciones del FIDA produce fotografías, vídeos y textos para documentar las actividades de aprendizaje y los cambios logrados durante la ejecución del proyecto Primera Milla.

Se trata de registrar, comunicar y archivar los resultados del proyecto de una manera detallada, significativa y accesible tanto dentro del FIDA como para un público ajeno al Fondo. Se aplica un enfoque temático para documentar la situación anterior, los procesos, los efectos directos y las enseñanzas incipientes. Se han determinado las siguientes esferas temáticas:

- las condiciones generales para que la población pobre de las zonas rurales pueda aprovechar las TIC;
- el aislamiento geográfico, económico y cultural;
- el aprendizaje y su impacto en los medios de subsistencia de la población rural pobre, y
- la capacidad de responder a la demanda de las comunidades.

Contactos

Ides de Willebois
Gerente del Programa del FIDA
en Tanzania
Correo electrónico:
i.dewillebois@ifad.org

Clive Lightfoot
Gestor del proyecto Primera Milla,
Director Ejecutivo del Grupo de
Apoyo Internacional
Correo electrónico:
clive.lightfoot@linkinglearners.net

Nathaniel Katinila
Coordinador del Programa de
Desarrollo de Sistemas de
Comercialización Agrícola
Correo electrónico:
amsdp@cybernet.co.tz

Roxanna Samii
Gestora de la web
FIDA
Correo electrónico:
r.samii@ifad.org

Helen Gillman
Gestora de los servicios de edición
FIDA
Correo electrónico:
h.gillman@ifad.org

Enlaces

Proyecto Primera Milla
<http://www.firstmiletanzania.net/>

Linking Local Learners
(Enlaces para grupos locales
de aprendizaje)
<http://www.linkinglearners.net/>

El FIDA en Tanzania
[http://www.ifad.org/english/
operations/pf/tza/index.htm](http://www.ifad.org/english/operations/pf/tza/index.htm)

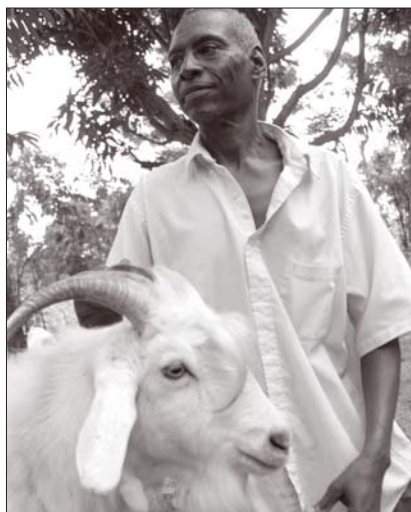


Fondo Internacional
de Desarrollo Agrícola
Via del Serafico 107,
00142 Roma (Italia)
Teléfono: +39 06 54591
Correo electrónico: ifad@ifad.org
www.ifad.org

El pequeño agricultor e Internet

El Sr. Tumsifu Lema, de 68 años, se dedica a la agricultura orgánica en la aldea de Shiri Njoro. En sus dos acres de tierra cultiva hortalizas, maíz, girasol y café, y siempre está interesado en conocer nuevas tecnologías agrícolas orgánicas. La plantación de parcelas experimentales con agricultores vecinos es una buena fuente de nuevas ideas. El Sr. Lema deseaba ponerse en contacto con un grupo de productores que practican la agricultura orgánica en Uganda: se enteró de que esos agricultores habían logrado producir y utilizaban un fertilizante orgánico fabricado con melazas, pero no tenían ningún medio para ponerse en contacto con ellos.

Si bien el Sr. Lema ha oído hablar del correo electrónico y de Internet, nunca ha tenido ocasión de verlos. Sin embargo, le atrae la idea de que el correo electrónico podría ser un medio barato para comunicarse a distancia con otras personas, como los agricultores orgánicos ugandeses. "El correo electrónico podría ser muy útil," dijo el Sr. Lema. "Hemos tratado de fabricar fertilizante orgánico con melaza, pero no resultó. Necesitamos aprender de las experiencias de otros agricultores."



El Sr. Lema, al igual que un número cada vez mayor de agricultores pobres de Tanzania, está empezando a evaluar las posibles ventajas de las TIC. Muchos de ellos, incluido él mismo, ya utilizan teléfonos móviles, aunque sobre todo para comunicarse con sus hijos que viven fuera del hogar y con otros familiares que también viven lejos. Sin embargo, cada vez es más frecuente que los agricultores utilicen sus teléfonos móviles para intercambiar información agrícola en las reuniones con otros miembros de sus grupos o para obtener información actualizada sobre los mercados locales. En sitios como Shiri Njoro, donde para la mayoría de los aldeanos el tablón de anuncios sigue siendo la principal fuente de información, la difusión del uso de las computadoras y de Internet para la comunicación cotidiana parecería algo muy lejano.

Sin embargo, la experiencia obtenida en las primeras etapas de la ejecución del proyecto Primera Milla indica que la tecnología no es tan inaccesible como cabría pensar. "Si bien las personas no tienen acceso directo al correo electrónico y a Internet, en realidad tampoco es que los tengan tan lejos," dice Jonathan Cook, que dirigió un estudio sobre el acceso a las TIC realizado en Tanzania en junio de 2005. "A través de uno o tal vez dos intermediarios, se puede acceder actualmente a Internet y al correo electrónico. Aunque el cibercafé más cercano se encuentre a 100 kilómetros de distancia, las personas viajan todo el tiempo desde aldeas más recónditas hasta la ciudad más cercana donde hay un proveedor de Internet."

Según el Sr. Cook, en un futuro cercano se difundirá el uso del correo electrónico y de Internet en las zonas rurales de Tanzania. "Es estrictamente realista prever que el uso de Internet aumentará, incluso en las zonas rurales más remotas, a medida que diversos grupos, como las organizaciones de agricultores, empiecen a usar este medio de comunicación para colaborar entre sí y compartir ideas entre grupos y entre personas que se encuentran en lugares muy distantes," dice. "Esto se debe al costo muy reducido de dicha tecnología y al hecho de que permite compartir mucha más información que la que puede intercambiarse mediante mensaje de texto con teléfonos móviles."

**Es estrictamente
realista prever
que el uso de
Internet
aumentará,
incluso en las
zonas rurales
más remotas**