

TURISMO Y COMUNICACIÓN RURAL. REFLEXIONES Y POTENCIALIDADES EN LA CIUDAD DE EL CARMEN, JUJUY, ARGENTINA

Omar Eduardo Vásquez. Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Universidad Nacional de Jujuy. omar_1_vasquez@yahoo.com.ar

Resumen

El presente trabajo exploratorio, se realizó con el fin reflexionar acerca de las potencialidades que puede aportar la comunicación rural al sector del turismo rural comunitario, a partir de esto se esbozó una propuesta basada en el diagnóstico comunitario participativo rural, que desarrolla la FAO, en el contexto de la ciudad de El Carmen, Jujuy, Argentina.

En este estudio se priorizó una mirada comunicacional sobre el turismo rural, porque como profesional provenimos del campo de la comunicación y en nuestra línea investigativa particularmente, nos resulta interesante la comunicación rural, dadas las características de la región de preeminencia rural.

La actividad turística en El Carmen tiene gran relevancia para su economía. En este sentido, según lo observado, el turismo de tipo rural comunitario encontraría una gran aliada en la comunicación rural, orientación comunicativa incipientemente trabajada en nuestro país, para visibilizar y mejorar la oferta turística de la zona.

A través de un método etnográfico virtual y de diagnóstico participativo de comunicación rural (DPCR), con técnicas de observación participante flotante y búsqueda documental en esta instancia de reflexión, se propone sugerir una mejora comunicacional acorde a las necesidades locales, significativa y efectiva para el turismo rural comunitario del territorio elegido.

Palabras claves: Turismo rural; comunicación rural; etnografía virtual, diagnóstica participativa de comunicación rural

Marco teórico de referencia

Estado del arte

Primeramente, en lo comunicacional se identificaron dos trabajos de tesis de grado que vinculan la comunicación con el turismo, las mismas son de la carrera de Lic. en Comunicación Social de la FHyCS-UNJu: una que trata, las Tics aplicadas en las agencias de viajes de San Salvador de Jujuy en la comunicación externa con sus clientes de turismo receptivo y proveedores (Ugarte, 2014) y la otra es, un estudio sobre representaciones sociales, en Purmamarca desde las perspectiva de guías de viaje internacionales y personas del lugar. La investigación fue realizada entre el 2015 y 2016 con los análisis de las guías de viaje y las realizaciones y análisis de las entrevistas. Los análisis se realizaron por un lado sobre cuatro guías de viaje internacionales que cuentan con distintas características y por otra lado sobre las entrevistas realizadas a los vendedores que trabajan en la plaza principal de Purmamarca (Peters, 2018).

Prosiguiendo con el campo comunicación, otro trabajo investigativo relacionado al turismo es el de las docentes e investigadoras de la Universidad Nacional de Jujuy, Liliana Bergesio y Lucia Scaloni denominado "Análisis comparativo de las (re) presentaciones de Jujuy en la difusión de sus potencialidades turística (1950-2013)". En este trabajo se describe la construcción de Jujuy, en el periodo señalado, como destino turístico, a través de un análisis interpretativo, con especial atención al tratamiento, de las imágenes, de folletos y promociones de Jujuy, con énfasis en aquellos originados desde organismos oficiales de la provincia. (Bergesio & Scalone, 2020).

También en estudios de comunicación vinculados al turismo, podemos referenciar al libro de la Dra. Vanesa Civila Orellana, titulado "Paisaje cultural de la Quebrada de Humahuaca" (Jujuy, Argentina). Patrimonio Mundial de la Humanidad, con un enfoque original que pone en relación la comunicación, patrimonio y teoría social y cultural. Analiza en particular, la medida en que la Declaración Patrimonial de la Quebrada de Humahuaca (UNESCO) reconfigura un orden social e impacta en una red de discursos sociales (orales y escritos, institucionales y no institucionales, directos y mediatizados), relacionados con su caracterización como un paisaje cultural. Estos discursos desarrollados, van desde las instituciones involucradas hasta los testimonios orales de los lugareños, operadores turísticos y miembros de comunidades originarias. (Civila Orellana, 2019)

Se puede constatar con lo expuesto, que el turismo de tipo rural no está trabajado en estudios académicos, específicamente desde el campo comunicacional en Jujuy.

En segundo lugar, en lo que se refiere a turismo rural comunitario, se encontró un documento trabajado en los ministerios de Cultura y Turismo y de Desarrollo Económico y Producción de Jujuy, durante casi cuatro años de labor de campo y en gabinete, el mismo se denominó el "Manual del Emprendedor de Turismo rural Comunitario",

desarrollado con el fin de sistematizar los contenidos que se trabajaron en los talleres de cursos prácticos impartidos en territorio (Ministerio de Cultura y Turismo, 2019).

A nivel local, en el departamento El Carmen, existe un texto denominado "Carmenses...Un pueblo de más de 400 años" (Cámara de Industria, Comercio y Turismo de El Carmen, s.f.), elaborado ya hace como dos décadas, a manera de compilación de documentos históricos, fotográficos, relatos, costumbres, tradiciones, valores, personajes, producción, economía e información útil de instituciones y de la ciudad de El Carmen, elaborada por la Cámara de Industria, Comercio y Turismo de El Carmen (CICTEC), no trata principalmente, el tema del turismo y menos aun lo que implica el turismo rural comunitario.

En igual forma, con el tópico de turismo rural, se visibiliza el trabajo del Ministerio de Agroindustria de la Nación, titulado "Agroturismo con identidad" (2017), donde se intercambiaron experiencias de grupos y emprendedores del sector entre diferentes provincias de casi todo el país, y se dictaron capacitaciones técnicas, con el fin relevar información de emprendimientos de turismo rural y dejar un registro de intercambio de saberes y experiencias útiles para los productores y técnicos del turismo rural, contando con las estructuras territoriales del Ministerio como las Agencias de INTA y las Delegaciones Provinciales de la Secretaría de Agricultura Familiar. En Jujuy participó el grupo Espejo de Sal, conformada por comunidades coyas de la Puna Jujeña y Salteña, de Susques, Cerro Negro, Barrancas, Rinconadillas, San Francisco de Alfarcito, Sausalito, Santa Ana y Pozo Colorado (Ministerio de Agroindustria Presidencia de la Nación, 2021:17).

También, se considera el libro de Graciela Peralta y Juan Gallo, "Turismo rural comunitario. Un aporte metodológico y herramientas prácticas", publicación que resume la metodología y valores con que los autores trabajan incansablemente en comunidades rurales Argentina, entre ellas comunidades jujeñas, en cuestiones como el empleo, el arraigo de los jóvenes, el empoderamiento femenino, las identidades, la revalorización de saberes, cultura y costumbres locales. La obra nos invita a reflexionar, vincularse y ser parte de la historia del Turismo Rural y Comunitario de Argentina y Latinoamérica.

Por último otro documento identificado, para este apartado, es el de "Estrategias de intervención con enfoque de Turismo Rural en Argentina" (Walter, 2021), desarrollado por Pablo Walter, investigador del Instituto de Tecnologías Agropecuarias Argentina (INTA), el trabajo recorre como surge el desarrollo local, que es y que lo impulsa. Lo conecta con el turismo rural en América Latina y más precisamente Argentina. Expone algunas de las políticas públicas desarrolladas en Argentina sobre Turismo Rural. Y donde actualmente alude a que el INTA a través del Programa Federal de Apoyo al Desarrollo Rural Sustentable (ProFeder) y el Programa Cambio Rural, trabaja en forma conjunta con los distintos actores partícipes necesarios del desarrollo local y regional en un ámbito participativo para la equidad y sustentabilidad social, económica y ambiental, con énfasis en la integración de la cadena de valor. Actualmente son 105 experiencias de Turismo Rural que el INTA acompaña, conformada por más de 700 familias. Entre estas experiencias, se reconoce El Fuerte, del departamento Santa Bárbara, de Jujuy.

Se puede cotejar con referencia a los estudios de turismo rural comunitario, que de las fuentes consultadas, gran parte responden a instituciones del estado nacional o provincial.

Marco teórico

Como referencia teórica, para este trabajo, tomamos como ejes principales: comunicación rural, turismo rural, etnografía virtual y diagnóstico participativo de comunicación rural (DPCR).

La comunicación rural, según Juan Bordenave es, "un conjunto de flujos de información, de diálogo y de influencias recíprocas existentes entre los componentes del sector rural y entre ellos y los demás sectores de la nación afectados por el funcionamiento de la agricultura, o interesados en el mejoramiento de la vida rural" (Cimadevilla & Carniglia, 2004:176).

Es, también pertinente para el estudio la apreciación de la investigadora argentina Sandra Massoni, Directora de las especializaciones, en Comunicación Estratégica y Comunicación Ambiental de la Universidad Nacional de Rosario (UNR) y quien además estuvo a cargo por muchos años, de la Coordinación de Investigación en Comunicación Estratégica (CICE-INTA) , ella entiende a la Comunicación Rural como: "Un fenómeno complejo, situacional e histórico" (Massoni, 2002:176).

Luego, también resulta relevante, la concepción del Dr. Daniel Prieto Castillo, un referente experto a nivel mundial de los estudios de comunicación para el desarrollo, con relación a la comunicación rural, nos dice que, la información, la vida cotidiana, la cultura de los sectores campesinos permanecen casi absolutamente fuera del circuito de la información en nuestros países. Y prosigue diciendo que, buena parte de los estudios de comunicación se dirigen a los medios masivos, aclarando que una prueba de ello es la del modelo urbano que está presente en la casi totalidad de las propuestas comunicacionales difundidas en la región (Prieto Castillo, 1991).

Seguidamente, por turismo rural se entiende que es una forma estratégica de visibilizar a la agricultura familiar, indígena y campesina; de promover, el encuentro cultural; conocer los sueños y las luchas de las organizaciones; vivenciar la vida rural; aprender y compartir sus saberes y prácticas productivas ancestrales y degustar alimentos en su lugar de origen (Ministerio de Agroindustria Presidencia de la Nación, 2021).

Por su parte, en el manual del emprendedor jujeño, nos dice que se considera por:

Turismo Rural Comunitario a toda forma de organización empresarial autosustentable, basada en la propiedad y autogestión de los recursos patrimoniales comunitarios, con arreglo a prácticas democráticas y solidarias en el trabajo, y en la distribución de los beneficios generados por la prestación de servicios turísticos (Ministerio de Cultura y Turismo, 2019:10).

Igualmente nos parece importante, la idea que expresa el grupo de trabajo de la comunidad El Cóndor, de la Puna jujeña, para ellos:

El turismo comunitario es una fuente de empleo y de valoración de nuestros recursos. Nosotros nacimos y crecemos relacionándonos con los animales, con la agricultura, con la comida, con las tradiciones y con el clima (...) Queremos también poder contar eso a los demás (Gallo & Peralta, 2018: 16).

También, es menester lo que enuncia, en cuanto a turismo rural y comunitario, el sitio web de la Secretaría de turismo de Jujuy, en el mismo se explicita,

Aprender del campo y sus secretos a la par de los lugareños mientras se comparten las tareas rurales. Dejar de ser un simple visitante, pasar a ser un jujeño más y fundirse en una experiencia diferente en las comunidades indígenas y campesinas (Secretaría de Turismo de Jujuy, 2021)

En el orden de las ideas anteriores, la etnografía virtual, metodología usada en este abordaje, se entiende como un método donde el objeto de estudio es Internet, como espacio de cultura donde se puede estudiar los usos que las personas realizan con las tics en el ciberespacio adaptable al fin que se busca (Hine, 2004).

La etnografía virtual, es un campo en expansión, tiene como objeto de estudios más habituales: individuos comunicando o conectados (indígenas virtuales), códigos de comportamientos online, comunidades online, lista de correos, foros, chats, blogs, redes sociales, etc. (el "otro conectado", "ciber-otro", "tele-otro"). "En genera todas las comunicaciones mediadas por ordenador (CMO O CMC, en inglés): vínculos creados así, relaciones emergentes y mecanismos encarnados" (Arroyo Menéndez & Sádaba Rodríguez, 2012).

En lo que respecta al Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural (DPCR) se explicita que:

Es un método de investigación de la comunicación que utiliza técnicas de visualización en el campo, entrevistas y trabajo de grupo para generar la información necesaria para el diseño de programas, materiales, medios y métodos efectivos de comunicación y asegurar que sean relevantes y que la población se apropie de ellos, para los fines de desarrollo. Esta metodología facilita el diálogo entre la misma población rural, entre ellos y los facilitadores del desarrollo para que todos los participantes alcancen un entendimiento mutuo y un plan de acción. (FAO, 2008:18).

Marco metodológico

Objetivos

Objetivo General

- Reflexionar sobre las actividades de turismo y comunicación rural que se desarrollan y se pueden potenciar en El Carmen.

Objetivos Específicos

- Identificar a las comunidades o emprendedores que realizan turismo rural en El Carmen.
- Describir los canales o medios de comunicación que se visibilizan en el turismo rural en El Carmen.
- Generar sugerencias de diagnóstico participativo de comunicación rural enfocados en mejorar el turismo rural en El Carmen.

Metodología utilizada y resultados

La metodología que se utilizó es la etnografía virtual y el diagnóstico participativo de comunicación rural (DPCR), con técnicas de observación participante (sin presencia física): observación flotante, asistir desde la distancia física a la vida online de un grupo social (Arroyo Menéndez & Sádaba Rodríguez, 2012: 205) y búsqueda documental que según Yuni y Urbano:

supone por parte del investigador el instruirse acerca de la realidad objeto de estudio a través de documentos de diferentes materialidades (escritos, visuales, numéricos, etc.) con el fin de acreditar las justificaciones e interpretaciones que realiza el análisis y reconstrucción de un fenómeno (...). (Yuni & Urbano, 2016: 101-102).

La etnografía virtual, se usó para identificar a las comunidades y emprendedores de turismo rural, a través de sus canales o medios de comunicación que se visibilizan en la red Internet.

Las técnicas de observación participante (sin presencia física) observación flotante (y búsqueda documental para interiorizarnos y conocer sobre la temática, contextualización, actividades, características y actores de turismo rural en la región.

Los resultados, nos expusieron el estado actual del turismo rural en la ciudad de El Carmen.

Y en ese sentido, reflexionamos en relación el conocimiento y la información obtenida de las disciplinas, turismo y comunicación rural, para brindar sugerencias fundamentadas en un DPCR, con el fin de optimizar el sector turístico, especialmente de turismo rural comunitario en la ciudad de El Carmen.

Contexto de estudio: El Carmen, Jujuy.

Nuestro contexto de estudio elegido fue la ciudad El Carmen, es la ciudad cabecera del departamento que lleva el mismo nombre, en la provincia de Jujuy, Argentina. Alcanza una superficie de 330 km². Por su ubicación al sur de la provincia, en la región denominada de los Valles, tiene un estrecho vínculo con ciudades de Salta (Vaquero, La Caldera, que limitan al sur. Al norte con los departamentos de San Antonio y Manuel Belgrano (Jujuy). Al oeste San Antonio, y al este el departamento de San Pedro

Figura 1.



Fuente: externa. https://www.familysearch.org/wiki/es/Provincia_de_Jujuy,_Argentina_-_Genealog%C3%ADa

La ciudad de El Carmen tiene una población de 13.623 habitantes, (De un total en el departamento de 97.039 habitantes, es el segundo de la provincia más poblado, luego del departamento Dr. Manuel Belgrano donde se haya la capital San Salvador de Jujuy).

Es una de las más antiguas poblaciones de la provincia de Jujuy, su nombre se lo debe al patronazgo de la virgen de El Carmen, imagen traída desde El Perú (1753), por la familia española Espinoza de los Monteros, quien tomó posesión de estas tierras en su nombre por la devoción que le concedía.

En cuanto a su economía, podemos decir que, por su excelente calidad de tierra y clima templado casi durante todo el año, sumado a la disponibilidad de aguas de riego provista por dos grandes diques, favorece la actividad agrícola con el cultivo de hortalizas y frutas, siendo su principal producción el cultivo del tabaco, sector este que es el segundo empleador en Jujuy, luego del Estado.

Turismo en El Carmen

Ubicada al sur de la provincia norteña, desde principios de este siglo, el turismo ha ido en aumento en la ciudad, constituyéndose en un sector clave para la economía del lugar, ofrece alternativas que permiten disfrutar de sus encantos urbanos y muchas opciones al aire libre. Sierras oscuras que se elevan tímidamente se divisan sobre el

cielo azul; un verde brillante tapiza las laderas y se extiende por los valles; aguas cristalinas se desplazan por ríos serpenteantes, o se pasean tranquilas por extensos diques; son sólo algunas de las postales de ensueño que se pueden encontrar en El Carmen.

Dueña de paisajes que maravillan a todos sus visitantes, esta localidad jujeña resulta ideal para los amantes de la naturaleza en estado puro y las actividades que permiten entrar en contacto con el ambiente. A escasos kilómetros, los Diques La Ciénaga y Las Maderas se transforma en un escenario propicio para la práctica de deportes náuticos: rafting, esquí, canotaje y surf son las opciones más elegidas.

Para quienes gusten de la espera por la pesca, también es el sitio indicado: se puede salir en una excursión de este deporte, que conduce a las mejores zonas para garantizar una excelente captura del pejerrey (pez representativo de El Carmen, de gran sabor, que se utiliza para las mejores recetas gastronómicas de la cocina regional).

El Pozo del Algarrobo es otro de los pesqueros recomendados cercanos a la localidad. La aventura también tiene su lugar: el trekking y el mountain bike se lanzan por el accidentado relieve recorriendo improvisados senderos. Completan esta amplia cartelera norteña las caminatas; observación de flora y fauna; cabalgatas; safaris fotográficos: alternativas más apacibles para disfrutar con toda la familia.

Turismo Rural Comunitario en El Carmen

El turismo rural comunitario que se identifica en El Carmen, teniendo presente lo expuesto, como

(..) forma estratégica de visibilizar a la agricultura familiar, indígena y campesina; de promover, el encuentro cultural; conocer los sueños y las luchas de las organizaciones; vivenciar la vida rural; aprender y compartir sus saberes y prácticas productivas ancestrales y degustar alimentos en su lugar de origen (Ministerio de Agroindustria Presidencia de la Nación, 2021).

En relación con las consideraciones anteriores, se logró identificar, a las siguientes comunidades y emprendimientos de El Carmen:

- Turismo Rural Los Naranjos.
- Turismo Rural Paraje Dique Las Ciénagas
- Hostería Rural La Posada de los Diques.

- Organización Campesina de Los Perilagos.

La información de referencia online que se encuentra de estos emprendimientos es la siguiente:

Turismo Rural Los Naranjos

Es un emprendimiento turístico familiar, que nació desde la iniciativa de poder compartir tradiciones y costumbres gauchas, creando un ambiente de recreación para la familia y amigos.

Turismo Rural Paraje Dique Las Ciénagas

Emprendimiento donde ofrecen principalmente servicios de turismo gastronómico con desayunos y meriendas campestres como café, café con leche, mate cocido, té, con pan casero, tortillas, buñuelos, acompañado de queso criollo y dulces caseros, complementan sus servicios con turismo, cultural, religioso y ecoturismo.

Hostería Rural La Posada de los Diques

Alojamiento ubicado a orillas del Dique La Ciénaga. Dispone de los siguientes servicios: estacionamiento, TV en habitación, piscina, cocina, servicio de cuarto, asador.

Organización Campesina de Los Perilagos.

Organización integrada por familias que habitan y producen desde hace generaciones en los distintos parajes alrededor de los diques La Ciénaga y Las Maderas: Los Naranjos, Las Urracas, Las Lanzas, Monte Grande, Las Pircas, Los Cedros, El Algarrobal y Catamontaña. Allí desarrollan la pequeña producción agrícola ganadera y emprendimientos familiares de turismo rural. Siembran maíz, zapallo y frutales, y crían ganado vacuno, ovino, caprino, para el autoconsumo y la venta local.

Canales o medios de comunicación que visibilizan el turismo rural de El Carmen

En el presente apartado, se cumple con describir los canales o medios de comunicación que visibilizamos en los emprendimientos o comunidades que se enmarcan en la actividad del turismo rural de El Carmen.

En efecto, para este objetivo nos pareció relevante, el concepto de Bordenave, de comunicación rural, quien nos dice que es "un conjunto de flujos de información, de diálogo y de influencias recíprocas existentes entre los componentes del sector rural y entre ellos y los demás sectores de la nación afectados por el funcionamiento de la agricultura, o interesados en el mejoramiento de la vida rural" (Cimadevilla y Carniglia, 2004, p. 176).

En ese sentido, es que vemos en la comunicación rural, un gran aliado para mejorar la vida rural, específicamente en esta propuesta de trabajo, del sector del turismo rural comunitario de El Carmen.

Además, consideramos para este propósito, la concepción de comunicación para el desarrollo rural, que nos presenta la FAO, donde esta línea investigativa, se asume como "un proceso comunicacional, que se basa en el diálogo y la participación. Utiliza métodos y herramientas de comunicación participativos tales como medios comunitarios y TICs (...) mejorar la accesibilidad e inclusión de los servicios rurales y proyectos de desarrollo (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, 2018)

En la línea de ideas anteriores, la metodología de etnografía virtual nos fue de utilidad para obtener la información de los canales o medios de comunicación que se visibilizaron con presencia en Internet, del cual resulta el siguiente cuadro descriptivo sistematizado.

Tabla 1.

Nombre de Emprendimiento o Comunidad	Sitio web	Mail	Teléfono	Otros
Turismo Rural Los Naranjos	Página de Facebook	Si	Si	No
Turismo Rural Paraje Dique Las Ciénagas	Página de Facebook	No	Si	No
Hostería Rural La Posada de los Diques	No	No	Si	Sitio web de turismo rural argentina y turismo jujuy
Organización Campesina de Los Perilagos	Página de Facebook	No	No	No

Fuente: Elaboración propia.

De la sistematización realizada, observamos que el medio de comunicación más utilizado es la página de Facebook, luego el teléfono, seguido del mail o correo electrónico. Otros medios utilizados para brindar información de contacto, ubicación y servicios son otros sitios web del sector turístico a nivel nacional y provincial.

Sugerencias de DPCR para el turismo rural de El Carmen

En lo que implica, generar sugerencias para mejorar el turismo rural de El Carmen, es pertinente, a nuestro entender la siguiente metodología de DPCR (FAO):

En consonancia con la idea anterior, se entiende por Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural (DPCR),

Es un método de investigación de la comunicación que utiliza técnicas de visualización en el campo, entrevistas y trabajo de grupo para generar la información necesaria para el diseño de programas, materiales, medios y métodos efectivos de comunicación y asegurar que sean relevantes y que la población se apropie de ellos, para los fines de desarrollo. Esta metodología facilita el diálogo entre la misma población rural, entre ellos y los facilitadores del desarrollo para que todos los participantes alcancen un entendimiento mutuo y un plan de acción. (FAO, 2008:18).

El DPCR, tiene por fin, llevar a cabo una valoración de la comunicación en campo.

El valor del DPCR radica en la importancia de escuchar a los actores de un proyecto para entender las distintas percepciones y atender sus necesidades reales de información y comunicación.

El DPCR es el primer paso para iniciar un diálogo con los actores relevantes para las actividades de comunicación, en línea con un enfoque de participación en el diseño y la implementación del proyecto. Esto también contribuye a construir empoderamiento y compromiso hacia el proyecto que se pretenda realizar.

Dimensiones del DPCR (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, 2018).

El DPCR incluye cinco dimensiones:

1. Priorización de temas comunicacionales.
2. Análisis de los actores relevantes.
3. Análisis de conocimientos, habilidades, actitudes y prácticas.
4. Análisis de recurso de comunicación.
5. Análisis de redes sociales.

Entrando en detalle estas dimensiones, nos dicen:

1. Priorización de temas comunicacionales.

El diagnóstico en campo inicia por discutir con los actores relevantes los temas clave de desarrollo (Turismo rural comunitario) y cómo estos se relacionan a la comunicación.

Las herramientas sugeridas, para este abordaje son los grupos focales de discusión, el árbol de problemas, así como herramientas de calificación y clasificación, ayuda a los participantes a expresar sus opiniones y a identificar, valorar y priorizar los temas relacionados a la comunicación. Entrevista con Informantes Clave (EIC), mapeo participativo, observación directa, línea de tiempo, diagrama de Venn.

2. Análisis de los actores relevantes

A través del estudio de campo, se puede desarrollar un perfil completo de la comunidad o del grupo de actores (comunidad o emprendedores del turismo rural), desde el punto de vista de sus integrantes. Durante la interacción con los participantes del DPCR, se debe procurar responder las siguientes preguntas:

- ¿Cuáles son las características del grupo de actores según ellos mismos?
- ¿Quiénes tendrán más interés o mayor influencia en la iniciativa de comunicación rural en esa área en particular?
- ¿Con qué grupos se debe interactuar de forma prioritaria y por qué?
- ¿Cuál es la postura de estos actores prioritarios sobre los temas comunicacionales en juego?

Se sugieren también usar las herramientas de la amplia gama nombrada en la dimensión 1.

3. Análisis de conocimientos, habilidades, actitudes y prácticas.

Resulta importante evaluar el nivel de Conocimiento, Habilidades, Actitudes, y Prácticas (CHAP) de los actores (comunidades y emprendedores del turismo rural) en relación a los temas rurales y comunicacionales identificados como prioritarios.

Mediante el análisis CHAP se deberá examinar:

- Percepciones y nivel de conciencia de las personas;
- Brechas de conocimiento y necesidades informativas;
- Formas para conseguir objetivos;
- Sentimientos y creencias culturales;
- Patrones de comportamiento y prácticas existentes.

Las herramientas sugeridas para esta dimensión de análisis CHAP se lleva a cabo a través de grupos focales o entrevistas con informantes clave. También se puede realizar una encuesta CHAP con la ayuda de cuestionario aplicado a un gran número de personas.

4. Análisis de recursos de comunicación.

El análisis de los recursos de comunicación sirve para entender cómo acontece el intercambio de información y conocimientos dentro de un grupo de actores, y entre sus miembros y los agentes externos.

- Se deberá considerar tres aspectos distintos:
- Disponibilidad de recursos
- Accesibilidad por parte de diferentes actores.

Preferencia de los actores en cuanto a popularidad o funciones específicas asociadas a los distintos canales.

Las mejores herramientas para evaluar los recursos de comunicación son las discusiones en grupos focales y las entrevistas. Se puede complementar a éstas, con técnicas de clasificación y calificación u otras más visuales como son bosquejos, diagramas de vinculación o diagramas de Venn.

5. Análisis de redes sociales.

El Análisis de Redes Sociales (ARS) sirve para mapear y comparar las relaciones formales e informales, los flujos y patrones de interacción entre individuos, grupos, organizaciones y sistemas.

Al capturar las relaciones formales e informales, el ARS nos permite entender qué o quién puede facilitar o dificultar el intercambio de conocimiento y la comunicación dentro de un grupo o comunidad.

Para llevar adelante el ARS se puede utilizar herramientas de mapeo o guías de preguntas para grupos focales y entrevistas. La información recolectada se puede analizar de forma manual o utilizando software diseñado para tal propósito.

Luego de realizar el diagnóstico de comunicación, se deberá analizar toda la información recolectada a través del DPCR, validar esa información con representantes de los grupos de actores relevantes (comunidades y emprendedores de turismo rural) y redactar un informe final.

El contenido de este informe se puede estructurar de la siguiente manera:

1. Agradecimientos

Agradecimientos a personas, grupos, organizaciones involucradas:

- ¿Quién financió el diagnóstico?
- ¿Quién condujo el diagnóstico?
- ¿Quién participó en los preparativos del diagnóstico?

- ¿Quién brindó información durante el diagnóstico?

2. Resumen Ejecutivo

Escriba máximo una carilla y media, sea conciso para generar interés en sus lectores y para persuadirlos a leer el informe. Resuma:

- Antecedentes y propósitos del diagnóstico;
- Principales hallazgos y su significado;
- Recomendaciones;
- Estructura del informe;

3. Introducción

Presente:

- Antecedentes sobre el tema principal y el asunto de desarrollo (Turismo rural), el estado del proyecto y sus prioridades, el área y los actores que se están investigando (citando las fuentes e incluyendo mapas y fotos cuando sea posible);
- Razón del diagnóstico de comunicación incluyendo el objetivo de investigación, justificación, objetivos específicos.

4. Metodología

Especifique:

- Cuándo y dónde se llevó a cabo el diagnóstico;
- Diseño del estudio: muestreo, participantes, métodos de investigación, herramientas y técnicas;
- Métodos de análisis de la información;
- Problemas prácticos o limitaciones enfrentadas;
- Confidencialidad de los resultados.

5. Presentación de resultados.

- Este es el corazón del informe. Se debería cubrir:
 - Hallazgos del análisis situacional y del diagnóstico participativo de comunicación rural (conducido en uno o más sitios en terreno);
 - Implicaciones de los hallazgos en relación al propósito del estudio, así como para los temas de comunicación y desarrollo que se están considerando.

Utilice tablas, gráficos, gráficos circulares, fotografías, y todos los resultados visuales de las herramientas DPCR con explicaciones en texto para destacar resultados.

6. Conclusiones y recomendaciones.

Este es otro componente fundamental del informe, por ende, debe dedicarle mucha atención. Debe incluir:

- Resumen de principales hallazgos y su importancia;
- Lecciones aprendidas;
- Siguiendo línea de acción para el proyecto o programa de desarrollo.
- Sugerencias para acciones de comunicación e insumos específicos de la estrategia Comunicación para el Desarrollo Rural.

Debe considerar las conclusiones y recomendaciones como punto de partida para la discusión.

7. Bibliografía.

Enliste todas las fuentes y material de referencia que utilizó y consultó para desarrollar el estudio.

Conclusiones

Teniendo presente el objetivo general y los objetivos específicos, propuestos en este trabajo podemos concluir las siguientes apreciaciones o reflexiones:

Primero, las comunidades o emprendedores que realizan turismo rural identificados en El Carmen, son actores muy relevantes, por los distintos tipos de servicios que brindan, como turismo cultural, gastronómico, religioso, ecoturismo, agroturismo, etc. para la economía tanto autosustentable como para la ciudad y sus instituciones, en lo que respecta al sector turístico de la región, que se constituye como sumamente valioso para sus pobladores, dado que genera grandes ingresos, sin embargo se observa desde la mirada comunicacional, que aún tienen poca presencia como oferta turística, en el contexto de los medios de comunicación y las tics, a nivel local, nacional e internacional, aspecto este que en la actualidad resulta muy relevante, donde todo pasa por las redes sociales, en este sentido, la comunicación rural representaría un gran aliado para poder potenciar aún más el turismo rural comunitario.

Segundo, los canales o medios de comunicación que se visibilizan y hacen uso las comunidades o emprendedores del turismo rural en El Carmen, son principalmente páginas de Facebook, que no se actualizan constantemente, ni se aprovechan muy bien sus recursos comunicacionales, luego los otros canales más usados son el teléfono y el mail, que sirven más bien de contacto. En este sentido lo ideal, sería un sitio web, donde se presente toda la información, organizada, aprovechando al máximo el formato multimedial (texto, sonido, imagen, audiovisual). E inclusive algunos de estos emprendimientos no tienen ni su propia página de Facebook, sino que sólo se los

referencia a través de páginas de tercero, relacionadas al turismo, lo cual resta eficacia en la comunicación.

Además, sobre la idea anterior nos llama poderosamente la atención, que en el sitio web del Ministerio de Turismo de la Provincia de Jujuy, en su sección de turismo rural, tampoco se alude a comunidades o emprendimientos de El Carmen, a nivel ciudad o departamental. Lo que demuestra una falencia de los actores institucionales estatales principalmente, que son quienes se encargan de estas gestiones, como son municipios y secretarías de turismo y cultura locales, fundamentalmente.

Igualmente consideramos desde la comunicación para el desarrollo rural, que es donde se contempla este estudio, todos los medios de comunicación son importantes, mientras más sean los canales por donde se informen las actividades y servicios del turismo rural, es lo más acertado, aunque lo recomendable es utilizar aquellos, que sean acordes al contexto situacional y de preferencia de los actores rurales.

Finalmente, se contempla y propone la metodología de DPCR, para generar mejoras en el turismo rural en El Carmen. En este sentido, lo consideramos adecuado para este enfoque comunicacional en contextos rurales y específicamente para la actividad turística de tipo rural y comunitario. Para este fin, se realiza un resumen de sus principales aspectos, herramientas de abordaje y estructuras.

La importancia del método DPCR, es brindar un escenario integral en términos de necesidades y oportunidades de comunicación en relación a los actores y principales temas en juego.

Distintos grupos de actores de comunicación serán perfilados para revelar sus características y cultura, apuntando a conocer cómo las personas se comunican dentro de sus comunidades, sus principales fuentes de información y medios predilectos, patrones de interacción e influencia social.

Todo este conocimiento que se adquiera con el DPCR, constituirá una base sólida para definir estrategias de comunicación para el desarrollo rural para intervenir en este caso en la actividad del turismo rural comunitario.

Referencias Bibliográficas

Arroyo Menéndez, M., & Sádaba Rodríguez, I. (2012). Metodología de la Investigación Social Técnicas innovadoras y sus aplicaciones. Madrid: Síntesis S.A. .

Bergesio, L., & Scalone, L. (27 de 8 de 2020)

iii jornadas nacionales sobre estudios regionales y mercados de trabajo/3 Análisis comparativo de las. Obtenido de Acta Académica:

<https://www.aacademica.org/iii.jornadas.nacionales.sobre.estudios.regionales.y.mercados.de.trabajo/3.pdf>

Cámara de Industria, Comercio y Turismo de El Carmen . (s.f.). Carmenses...Un pueblo de más de 400 años. El Carmen.

Cimadevilla, G., & Carniglia, E. (2004). Comunicación, ruralidad y desarrollo. Mitos, paradigmas y dispositivos del cambio. Buenos Aires: INTA.

Civila Orellana, V. (2019). Paisaje textual. Naturaleza, patrimonio y significados en la Quebrada de Humahuaca. Buenos Aires: Prometeo.

Gallo, G. I., & Peralta, J. M. (2018). Turismo Rural Comunitario. Un aporte metodológico y herramientas prácticas. Buenos Aires: Teseo.

Hine, C. (2004). Etnografía virtual . Barcelona: UOC.

Massoni, S. (2002). Historicidad de la comunicación rural en La Pampa Argentina. RIA. Revista de Investigaciones Agropecuarias, 139-158.

Ministerio de Agroindustria Presidencia de la Nación. (6 de Abril de 2021). Agroturismo con Identidad. Obtenido de Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca: https://www.magyp.gob.ar/sitio/areas/s_agricultura_familiar/_archivos/agroturismo_con_identidad.pdf

Ministerio de Cultura y Turismo. (12 de 6 de 2019). Turismo Rural Manual del Emprendedor Jujeño. Obtenido de isuu: https://issuu.com/rolandoveliz8/docs/manual_curvasxd

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. (29 de mayo de 2018). La Academia de aprendizaje electrónico de la FAO. Obtenido de Comunicación para el desarrollo rural: <https://elearning.fao.org/course/view.php?id=366>

Peralta, G. I., & Gallo, J. M. (2018). Turismo rural comunitario. Un aporte metodológico y herramientas prácticas. Buenos Aires: Teseo. Recuperado el 7 de Abril de 2020, de <https://www.editorialteseo.com/archivos/16128/turismo-rural-comunitario/>

Peters, L. M. (2018). Purmamarca desde la perspectiva de guías de viaje internacionales y personas del lugar. Un estudio sobre representaciones sociales. (Tesis de Licenciatura). Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Universidad Nacional de Jujuy., San Salvador de Jujuy.

Prieto Castillo, D. (1991). Comunicación y reactivación agrícola. Propuesta en Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura para desarrollo sostenible.

Secretaría de Turismo de Jujuy. (15 de marzo de 2021). Turismo Rural Comunitario. Obtenido de Jujuy Energía Viva: <http://www.turismo.jujuy.gov.ar/turismo-rural-comunitario/>

Ugarte, M. (2014). Las nuevas tecnologías de la información aplicadas desde Julio de 2009 hasta Julio de 2010 por las agencias de viajes de la ciudad de San Salvador de Jujuy en la comunicación externa con sus clientes de turismo receptivo y proveedores. (Tesis de Licenciatura). Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Universidad Nacional de Jujuy., San Salvador de Jujuy.

Walter, P. (15 de marzo de 2021). Estrategias de intervención con enfoque de Turismo Rural en la Argentina. Obtenido de Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria: <https://repositorio.inta.gob.ar/handle/20.500.12123/8996#>

Yuni, J., & Urbano, C. (2016). Técnicas para investigar. Análisis de datos y redacción científica. Córdoba: Brujas.