

# **Diagnóstico desde la comunicación en la Feria Campesina e Indígena de Zanja Honda y Virgen de la Peña en Tartagal**

**María Fernanda Villagran**  
villagranfernanda1@gmail.com

**Ángel Rodríguez**  
angel-cejas-93@hotmail.com

**Francisco Aranda**  
tucsunsa@gmail.com

Universidad Nacional de Salta  
Sede Regional Tartagal  
Argentina

## **INTRODUCCIÓN**

El presente trabajo es el avance de una intervención en el Área de Extensión Rural (AER) del Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA) Tartagal PRO huerta y La Feria Campesina e Indígena de Zanja Honda y Virgen de la Peña.

El objetivo es generar una planificación, desde la perspectiva prospectiva. La intervención inicia con un diagnóstico desde la comunicación que nos permitió ver y analizar los resultados. Toda la etapa inicial se realizó en forma conjunta con los feriantes. Los ítems que integran el diagnóstico son:

- La historia de la institución.
- Historias de crecimiento de conformación de la feria.
- Áreas que comprende.
- Roles que cumple.
- Herramientas que brindan.
- Testimonio de los actores involucrados.
- Instituciones con quienes se vinculan.
- Tensiones, conflictos, problemas.
- Las imágenes de futuros que sueñan a concretar los miembros.

Consideramos que partiendo de estos ítems podremos destacar la importancia que tiene y brinda la feria, como así también las intenciones o necesidades comunicativas que presenta este grupo reunido en torno a intereses en común. De esta manera, apostamos a realizar una Intervención Comunitaria, en donde identificaremos cuales son los valores del trabajo que realizan los actores

feriantes como así también la carga significativa que se le asigna a dicha actividad.

## **FUNDAMENTACIÓN**

Nos apoyamos en la realización de un diagnóstico comunicacional porque consideramos que es una etapa importante de la intervención ya que nos permite conocer el territorio y el modo en que interactúan los diferentes actores de la Feria Campesina e Indígena de Zanja Honda y Virgen de la Peña vinculado con la coordinación del PRO huerta dependiente del Área de Extensión Rural (AER) del Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA-TARTAGAL). Es así que entendemos a esta etapa como un proceso de análisis e investigación a través del cual veremos las relaciones comunicacionales que se establecen entre los diferentes actores y las imágenes a futuro que tienen cada uno de ellos y lo abordaremos desde una visión prospectiva.

Por lo tanto, el diagnóstico desde la Comunicación será realizado en un grupo de actores heterogéneos con un objetivo en común (Feria Campesina e Indígena) con el propósito de conocer lo que piensan, su realidad, es decir, intervenimos para lograr obtener una realidad diferente de la cual están inmersos hoy en día. Puesto que, operamos bajo el fundamento de la comunicación comunitaria, el cual se trata de dar valores a todas las voces que no son escuchadas y que tienen mucho para decir.

## **OBJETIVOS**

### **Generales**

Conocer e identificar los diferentes procesos comunicacionales que existen entre los actores de la Feria Campesina e Indígena vinculados con PRO huerta (Área de Extensión Rural) INTA Tartagal. A través de diferentes herramientas que brinda la comunicación.

### **Específicos:**

Intervenir en la Feria Campesina e Indígena para destacar los vínculos de los actores involucrados y sus relaciones tanto internas como externas.

Interactuar con los actores internos para conocer la realidad en la cual están inmersos y rescatar sus imágenes hacia un futuro posible de concretar.

## **MARCO TEÓRICO**

En el momento de hacer una intervención desde la comunicación como futuros profesionales nos debemos posicionar desde una perspectiva teórica que nos permita comprender las diferentes manifestaciones de un campo. Una intervención no debe estar vacía de contenidos teóricos-científicos para abordar los procesos sociales en un determinado tiempo histórico.

Por lo tanto consideramos que nos debemos ocupar de un espacio de mediaciones, teniendo en cuenta los problemas en una comunidad que no son estáticos, sino cambiantes, y la intervención debe ser generada de manera colectiva con las personas teniendo en cuenta que el conflicto siempre va a estar presente (*Uranga 2008*). Entonces para actuar en este campo, con el rol de futuros comunicadores debemos tener en cuenta, lo que se entiende por comunidad; comunicación comunitaria; diagnóstico; actores sociales y sus tipos; promoción comunitaria y cuestión social.

De esta manera, para identificar estas categorías nos apoyamos en un trabajo de manera conjunta a través de la participación colectiva de las personas en una comunidad lo que nos llevaría a crear relaciones con los diferentes actores, así buscan extender y democratizar los espacios donde transitan los sujetos involucrados. Un espacio que implique motorizar el desarrollo de cada ser social (hombre, mujer, niño, niña), donde las personas puedan desarrollar sus capacidades de manera colectiva. Es importante partir de saber si efectivamente en la comunidad hay una voluntad manifiesta de cambio. Esa voluntad de cambio debería manifestarse por parte de la comunidad durante la realización del diagnóstico.

Resumiendo, el diagnóstico es una fase que nos permite problematizar, desideologizar y desnaturalizar aquellos factores con los cuales los sujetos sociales están naturalizados. Para R. Ackoff (1999) “...no hay nada tan engañoso como una verdad aparente y más obvio parezca un enunciado, mas cuidadosamente se debe investigar su veracidad”. Por otro lado Daniel Prieto Castillo (1990) considera el diagnóstico como “...una lectura esencial de

*determinada realidad social, una lectura de sus conexiones, desde una perspectiva histórica”.*

Partiendo de estos postulados, consideramos que debemos planificar antes y después de realizado el diagnóstico ya que la planificación es un método y un proceso que es llevado a cabo a partir de los conocimientos que poseen los miembros protagonistas de la Feria Campesina e Indígena de Zanja Honda y Virgen de la Peña.

La planificación se basa en diferentes perspectivas, podemos destacar a la preferencia donde el planificador va tener en cuenta las experiencias de los actores y también en la prospectiva donde el planificador va destacar los deseos e imágenes de futuros posibles que aspiran los actores sociales involucrados.

Teniendo en cuenta lo mencionado podemos decir que la Feria Campesina e Indígena, intenta mantener viva su costumbre y su cultura a través de las prácticas laborales que realizan en la tierra. Además, mantiene vivo el respeto por la naturaleza y el aprovechamiento de solo lo necesario para vivir en armonía con el ambiente. Esto les permite ceder, tanto a sus familiares y clientes, los conocimientos de sus antepasados y los valores que les han sido transferidos; de esta manera, buscan transmitir para que otras personas retransmitan, y así perduren el tiempo, puesto que poco a poco parecendesaparecer.

También como soporte teórico para la elaboración del diagnóstico tendremos en cuenta la Investigación Acción Participativa, la cual rompe con la tradición clásica de las ciencias positivistas además de dar cuenta, que para transformar una realidad son necesarios los conocimientos científicos de un profesional investigador y los aportes de las clases populares, lo que dicen las personas desde lo cotidiano, del lugar que los rodea.

## **MARCO METODOLOGICO**

En la intervención que realizaremos en la “Feria Campesina e Indígena de Zanja Honda Y Virgen De La Peña – Tartagal”, hemos decidido realizarla desde el enfoque cualitativo lo cual implica la utilización de recolección de datos subjetivos sobre las capacidades y descripciones de los actores.

Esta intervención nos permitirá ver cuáles son sus problemas desde la vida cotidiana, cómo se vinculan las personas entre ellas, escuchar a cada uno con sus relatos y trabajar desde la demanda de las personas e intervenir en un espacio y en un tiempo de la realidad.

Por lo tanto, las diferentes técnicas que hemos utilizado para la recolección de información fueron elegidas debido al grupo en el cual estábamos insertos, ya que el mismo contaba con personas de diferentes edades entre las cuales no se podían implementar técnicas que impliquen su participación mediante la escritura o lectura dado que algunas personas mayores no saben leer y escribir.

## DESCRIPCIÓN DEL DIAGNÓSTICO

En el norte de la provincia de Salta, Departamento General San Martín, se encuentra la ciudad de Tartagal, cabecera de dicho departamento.

La Agencia de Extensión Rural en Tartagal es una estación Experimental que depende de Yuto de Cultivos Tropicales, su edificio fue construido en un terreno donado por el municipio en el año 2005 mediante Resolución Municipal N° 11.322/05 y se inauguró el 10 de Marzo de 2008.

Una de las principales herramientas de trabajo que brinda el INTA es el proyecto de PRO huerta que forma parte de este el Ministerio de Desarrollo Social quien aporta las semillas y el INTA que pone los técnicos con el propósito de brindar seguridad alimentaria.

PRO huerta cumple dos funciones:

- ✓ Entregar semillas, plantas, animales, brindar capacitación. Demostrar que se puede producir en un pequeño terreno.
- ✓ Proyectos: escolares, con financiamiento y comunitarios.

Luego de conocer cómo está conformado el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA) decidimos abocarnos al área de PRO huerta del Área de Extensión Rural, para profundizar más nuestros conocimientos. **PRO huerta** es un programa que está destinado a brindar seguridad alimentaria a familias de escasos recursos con una producción orgánica. Su finalidad es el manejo del

medio ambiente total (una agro ecología sustentable), agro=producción y ecología=defender el medio.

Llegamos, un Sábado 2 de Mayo, a la Feria Campesina e Indígena de Zanja Honda y Virgen de la Peña – Tartagal, de manera imprevista, como simples transeúntes y durante nuestro recorrido pudimos observar que tenían a la venta productos frescos de origen orgánicos producidos por los mismos feriantes hortalizas frutas y verduras, comidas y bebidas regionales, dulces, escabeches, miel de abeja, miel de caña, chancaca, plantas nativas, hierbas medicinales, pan casero, roscas de harina de maíz, entre otras cosas.

Las personas pertenecientes a la feria corresponden a dos parajes colindantes, con características tanto similares como diferentes es decir Zanja Honda y Virgen de la Peña (Yariguarenda).Al escuchar las distintas voces de los actores de la Feria Campesina e Indígena pudimos dar cuenta de su trayecto de formación y conformación hasta la actualidad, y así también indagar sobre estos dos lugares, y lo que significaban para los actores que pertenecían a cada paraje.

El Paraje Virgen de la Peña (Yariguarenda) se encuentra ubicado en la Provincia de Salta, departamento General San Martín a unos 13 kilómetros al norte de la ciudad de Tartagal, por la Ruta Nacional N°34. *Yariguarenda* es de origen Guaraní, se compone de dos palabras: **Yarigua**, que significa *rana* o *sapo* y **Renda** que significa *lugar*. De ahí su significado, “lugar de las ranas o lugar de los sapos”.El paraje se caracteriza por tener un clima tropical y variada flora y fauna silvestre. El terreno presenta elevaciones como las sierras de Tartagal. La ocupación mayoritaria de los habitantes del lugar es la agricultura y en el lugar residen aproximadamente 130 familias.

Hay una discusión persistente en si llamar al paraje Virgen de la Peña o Yariguarenda, ya que el nombre nativo original es el segundo, pero el lugar es reconocido porque allí se instala en la zona un santuario a la Virgen de la Peña. En dialogo con los feriantes pertenecientes a la zona, argumentan que en sus Documentos de Identidad figura Virgen de la Peña y que ellos mayormente dicen que pertenecen a dicho paraje, solo algunas personas se molestan porque se lo llame así, normalmente son las personas más ancianas o aquellas que tengan una descendencia directa de los valores de los primeros habitantes del lugar. Al parecer, entre los feriantes, no hay tanto dilema en el asunto del

nombre del Paraje ya que la feria se nombra Campesina e Indígena Zanja Honda y Virgen de la Peña.

La comunidad de Zanja Honda se encuentra ubicada en el KM 1440 sobre ruta Nacional 34 a 7KM de la ciudad de Tartagal, cuenta con personería jurídica N° 226/01. Actualmente cuenta con 8 (ocho) cuadras, y cada lote tiene 25 metros de frente por 50 metros de fondo, está compuesto por 98 familias, entre indígenas y criollos. Sus viviendas están construidas de materiales y algunas de adobe y barro, poseen baño letrina, cocinas precarias, cuentan con agua corriente, luz eléctrica.

Este paraje tiene un Cacique correspondiente a la etnia Guaraní, un centro vecinal, una escuela pública N° 4.146 "Indígena Zanja Honda" la cual cuenta con una matrícula de 238 alumnos en el nivel inicial, EGB y Polimodal de jornada completa, una Sala de primeros auxilios que funciona de lunes a viernes, una cancha de futbol 11, una gruta y un cementerio.

En su gran mayoría, cada familia posee de una a tres hectáreas, donde cultivan y crían animales. Los jóvenes y algunos padres de familia trabajan en la fábrica de ladrillos huecos que se encuentra a 1km de la comunidad sobre Ruta Nacional 34.

Walter Ramos (feriante y presidente de la comisión) vive en el paraje Zanja Honda y nos expresó, respecto a los conflictos que tuvo la feria *"son importantes para destacar nuestros pasos porque fueron parte de un largo proceso de formación y maduración, que si bien fue denso pero se pudo sobrellevar y que hoy este grupo es conocido como Feria Campesina e Indígena"* (Ramos, 2015).

Desde 2004 hay una interacción activa con PRO huerta del Área de Extensión Rural (INTA) TARTAGAL y Subsecretaría de la Agricultura Familiar, con estas dos instituciones se vincularon en un primer momento y pudieron lograr ser beneficiarios de manera grupal de varios proyectos agropecuarios. Esta iniciativa ayudo a pensar cómo articularse para conformarse como feria, un anhelo que ya estaba en mente como idea a futuro. Por su parte el AER (INTA), desde el periodo 2004 comenzó a invitarlos a encuentros en otros lugares, por ejemplo: en Salta con productores feriantes que ya estaban con

más años de experiencia, conformados y trabajando en grupo; este encuentro les permitió experimentar, aprender cosas nuevas y volcarlas a la práctica en el grupo que se estaba conformando.

Desde ese acercamiento que tuvieron ambas partes (feriantes y técnicos de INTA), comenzó a crecer el emprendimiento con capacitación técnica y asesoramiento por parte del personal de INTA, esto les permitió un mayor aprovechamiento de su producción, es decir, a elaborar sus derivados.

En el año 2005 conformaron el reglamento, y realizaron ventas de manera ambulante. En ese momento, ellos mismos, ya se identificaban como feriantes aunque no contaban con un lugar físico donde se desarrolle la feria.

Desde 2006 el grupo de personas empezó a redactar en un Libro de Actas todas las reuniones y procesos o estrategias de acción que iban concretando.

En este lapso, hasta 2007 el grupo solo estaba conformado por gente proveniente de Zanja Honda. Al mismo tiempo y a través de una convocatoria de la empresa Tecpetrol se comenzaron a formular proyectos destinados a la producción local, esto les permitió llegar a Virgen de la Peña (Yariguarenda); luego de un relevamiento de la zona, se los invita a participar en forma conjunta en capacitaciones, este proceso les abrió las puertas para insertarse en dos proyectos y en el anhelo de la conformación de una Feria.

A mediados del año 2009 a través de un relevamiento de productos realizados por ellos mismos se concluye que disponían de suficiente producción y de manera grupal se tomó la decisión de salir a vender fuera de su paraje. Toda la información y fundamentación para realizar la creación de la feria, se la proporcionan a Omar Quintana Técnico del PRO huerta, con quien ya desde hace tiempo mantenía un contacto fluido, para que éste colabore con sus conocimientos para la implementación del proyecto.

El 9 de Diciembre de 2009 la Feria Campesina e Indígena se instala por primera vez, como un grupo de feriantes, en un lugar determinado. Se instalaron en la vereda de la Institución del Área de Extensión Rural (INTA), Ruta Nacional N°34 y Av. 25 de Mayo, los mesones que utilizaron se los proporcionó a préstamo gratuito un veterinario. Los feriantes eran en ese momento 14 personas.

En el transcurso del año 2011 se trasladan hacia el predio que ocupan actualmente (calle América y San Martín) a un costado de la Terminal de



Ómnibus de la ciudad de Tartagal. El predio lo obtuvieron mediante Resolución del Concejo Deliberante, espacio donde ya habían realizado varios pedidos para obtener un lugar propio para realizar la venta de sus productos.

Respecto al sistema de organización de la comisión del grupo feriante vemos que se busca que sea lo más sencilla posible y con mínimos requisitos para no generar un alto número de inconvenientes en el momento que se tenga que cumplir con el reglamento. Por otro lado, para elegir nuevos miembros de la comisión se decidió realizar una votación cada 2 años.

La feria está compuesta por un Titular y un Suplente, esto se reglamenta así para que por cualquier inconveniente todos los feriantes consigan tener representación, ya sea en la venta o en las reuniones a las que asisten; dichas reuniones se planifican con anticipación, incluye el día, la hora y los temas a tratar, se realizan una vez por mes, allí también se redacta un informe el cual detalla todo lo sucedido en la feria, y las futuras acciones que se quieren concretar. Solo pueden votar los titulares, pero toda persona integrante de la feria que asiste a las reuniones puede hablar y expresar su pensamiento.

La comisión del grupo feriante dispone de un fondo común destinado para hacer uso ante cualquier necesidad con una posterior devolución. Por ejemplo para invertir en frascos o etiquetas para conservar a los productos envasados, lo que está a cargo de cada productor que lo necesite.

Vemos que el objetivo de la feria no es solo vender productos, sino darle valor a lo cultural, a aquello que por mucho tiempo estuvo silenciado y que actualmente está en el margen de la extinción.

En cuanto a su organización de trabajo, cada familia produce por separado, es decir, cada uno en su propio terreno y el precio que se le asigna al producto está acordado de manera grupal y es valuado de acuerdo al costo de inversión que demandó ese producto y además para darle una salida rápida no debe tener un precio demasiado alto.

También se mantiene un vínculo con diferentes sectores del Municipio de Tartagal. Como con la Secretaria de Cultura y Turismo quien los invita todos los meses a la Plaza San Martín adonde se realiza La Feria de Artesanos, allí su coordinadora le brinda transporte para que se trasladen en cada momento que se les realiza una invitación. Allí vemos como se vincula el público en general

con los productores de la Feria, algunos se detienen para sacar fotos o solamente para observar y realizar consultas.

## **CONCLUSIÓN**

Luego de realizar nuestro diagnóstico desde la Comunicación en la institución de la Agencia de Extensión Rural (INTA) TARTAGAL en conjunto con la organización de las familias rurales, identificadas como Feria Campesina e Indígena Zanja Honda y Virgen de la Peña - Tartagal, podemos proponer como futuros comunicadores, posibles alternativas para abordar desde la comunicación, uno de los problemas considerados que afectan negativamente a los actores feriantes.

El problema que pudimos identificar, es que la Feria Campesina e Indígena de Zanja Honda y Virgen de la Peña – Tartagal, a pesar de estar instalados en la ciudad de Tartagal hace más de seis años, una gran parte de la población desconoce su existencia. Esto no es positivo, ya que uno de los objetivos de los feriantes es que este grupo crezca y se conozca más sobre sus productos y la carga significativa de ellos, y es importante que las personas de la zona en donde realizan sus ventas sepan que allí está ubicada esta feria y la variedad de productos orgánicos y artesanales que ofrecen. Consideramos que si una institución logra ser un actor social activo de la población pasa a ser más considerada en la ciudad. Esto influye en las ventas, en el crecimiento y en la trasmisión de la cultura que ellos intentan transmitir también a través de la venta. Como una alternativa, proponemos una campaña publicitaria a través de diferentes medios para dar a conocer a la sociedad de Tartagal los valores culturales que poseen y ofrecen los diferentes sujetos sociales. Teniendo en cuenta los diferentes espacios donde circulan las personas podemos implementar una técnica publicitaria, como medios a utilizar pueden ser visuales (carteles, pasacalles, vestimenta), audiovisuales (televisión, video), auditivos o radiofónicos (parlantes, una radio). Proponemos esto porque consideramos que así logrará tener un impacto en la sociedad, y se harán de público conocimiento, aumentarán las ventas y ganarán popularidad, además las autoridades municipales podrán darle una mirada más positiva y verse en el rol de atender las necesidades territoriales que demanda la feria.

## Bibliografía

- ♦ *Balan, Eduardo y Otros (4 edición) Barrio Galaxia: manual de comunicación comunitaria; Centro Nueva Tierra, Buenos Aires, 2013.*
- ♦ *Bruno, Daniela; El Diagnostico en Comunicación.*
- ♦ *Carballeda, Alfredo Juan Manuel; política social como intervención en lo social, Cuaderno de Margen.*
- ♦ *Carballeda, Alfredo Juan Manuel; la intervención en lo social como dispositivo. Una mirada donde los escenarios actuales, UNLP UBA.*
- ♦ *Carballeda, Alfredo Juan Manuel; Las cartografías sociales y el territorio en la intervención.*
- ♦ *Cavalleri, Silvia; Instrumentos de Intervención Comunitaria.*
- ♦ *Frizzo, Kátia Regina; La investigación acción participante.*
- ♦ *Frizzo, Kátia Regina; Diario de Campo.*
- ♦ *Guareschi, Pedrinho; el misterio de la comunidad, 2005.*
- ♦ *Prieto Castillo, Daniel; Diagnóstico de la comunicación, CIESPAL, Quito, 1990.*
- ♦ *Radulich, Graciela y Tufro; Herramientas metodológicas para el diagnóstico, la planificación y la gestión de procesos comunicacionales, 1999.*
- ♦ *Rangel Meneses, María Piedad; Desarrollo de recursos y redes sociales.*
- ♦ *Uranga Washington; Prospectiva estratégica desde la comunicación; procesos metodológicos de diagnósticos y participación. , Buenos Aires, 2007*
- ♦ *Uranga Washington; Guía acercamiento inicial al ámbito de trabajo, 2008.*
- ♦ *Uranga Washington; Mirar desde la comunicación, Buenos Aires, 2007.*
- ♦ *Velázquez, María Cecilia y Molina, María Gabriela; Modulo: Organización Comunitaria y Promoción Social, 2007.*