

## Comunicación rural, patrimonio, turismo y formación profesional en Jujuy

*Rural communication, heritage, tourism and professional training in Jujuy*

---

Omar Eduardo Vásquez <sup>a</sup> [omar\\_1\\_vasquez@yahoo.com.ar](mailto:omar_1_vasquez@yahoo.com.ar)  
ORCID: 0000-0003-2424-6964.  
Universidad Nacional de Jujuy, Argentina

Vanesa Civila Orellana <sup>b</sup> [vcivilaorellana@fhyics.unju.edu.ar](mailto:vcivilaorellana@fhyics.unju.edu.ar)  
ORCID: 0000-0002-1745-5365.  
Universidad Nacional de Jujuy, Argentina

Recibido: *Enero/ 06/2023* • Aceptado: *Marzo/02/2023* • Publicado: *Abril/30/2023*

---

### RESUMEN

Este artículo plantea una necesaria reflexión sobre la Comunicación Rural como una opción curricular válida especialmente para la Licenciatura en Comunicación Social de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Jujuy. Esta opción como alternativa para un perfil profesional de comunicador/a posibilitaría una inserción laboral adecuada en el NOA con especial énfasis en Jujuy, dadas las necesidades comunicacionales emergentes y las características socioeconómicas preeminentemente rural y patrimonial. En este sentido, se eligió espacio de abordaje El Carmen, región Valles, lugar en el cual se identificaron actividades o características que se corresponden con Comunicación Rural. De este modo, se releva planes de estudios de carreras en comunicación de universidades públicas y privadas del NOA para dar cuenta de tal orientación entre sus ofertas académicas de grado. Asimismo, usando la metodología cualitativa se invita a reflexionar sobre esta opción poco conocida en las tradiciones de las escuelas de comunicación del país. Se recupera así antecedentes históricos y concepciones, de teóricos de la comunicación, en relación con lo que implica la formación profesional y curricular, a fin de poder esbozar una reflexión coherente y lo más acertado posible que contemple comunicación rural como formación.

**Palabras clave:** Comunicación Rural, Patrimonio, Educación, Perfil profesional, Jujuy

### ABSTRACT

This paper raises a necessary need about Rural Communication as a curricular option especially valid for the Degree in Social Communication of the Faculty of Humanities and Social Sciences of the National University of Jujuy. This option as an alternative to a professional profile as a communicator would enable an adequate job placement in the NOA with special emphasis in Jujuy, given the emerging communicational needs and the pre-eminently rural and heritage socio-economic characteristics. In this sense, El Carmen, the valleys region, is chosen as the boarding area, a place in which activities or characteristics that correspond to Rural Communication are identified. In this way, see plans of studies of careers in communication of public and private universities of the NOA to account for such orientation among its academic degree offers. Likewise, using the qualitative methodology, it is invited to reflect on this option that is little known in the traditions of the country's communication schools. In this way, historical antecedents and conceptions of communication theorists are recovered, in relation to what professional and curricular training implies, in order to be able to outline a coherent and as accurate as possible reflection that contemplates rural communication academic training.

**Key Words:** Rural Communication, Heritage, Education, Professional profile, Jujuy

## INTRODUCCIÓN

### **Pensar, re-pensar y reflexionar sobre la comunicación social hoy en Jujuy: comunicación rural y patrimonio.**

Un recorrido teórico que, a nuestro entender es relevante y aporta directamente al desarrollo de esta reflexión necesaria en el campo comunicacional, con especial énfasis en Jujuy, es el contextualizar conceptualmente a la comunicación rural como opción válida para su implementación en el currículo de la Licenciatura en Comunicación Social de la Universidad Nacional de Jujuy en el NOA<sup>1</sup>. En este sentido, invitamos a pensar, re-pensar y reflexionar nuestro campo disciplinar en Comunicación Social, a partir de los siguientes ejes conceptuales claves elegidos y que estructuran, de algún modo, este artículo, ellos son: comunicación rural, patrimonio y perfil profesional. A continuación, explicitamos y retomamos concepciones de académicos especializados en la materia, poniendo especial énfasis en la comunicación rural, como campo primordial en esta reflexión.

### **Comunicación rural en contexto del patrimonio como itinerario cultural: potencialidades y desafíos en la formación profesional**

En este sentido, para iniciar este recorrido, recuperamos algunas definiciones sobre comunicación rural, quienes nos aclaran e interiorizan sobre esta disciplina. Por ejemplo, para Juan Díaz Bordenave (2004) intelectual paraguayo con formación en agronomía y luego en comunicación, Comunicación Rural 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 este sentido, la Comunicación Rural como "(...) mejoramiento de la vida rural" permite reflexionar acerca de la región de los Valles jujeños como región que articula vida rural, predominantemente, y urbana con diversos aspectos para su mejoramiento, como ser el turismo, el paisaje y la puesta en valor del patrimonio. Cabe destacar aquí, y antes de seguir con los/as teóricos de la Comunicación Rural que, el patrimonio como "legado que se transmite generacionalmente" y que vinculan tanto al paisaje natural y cultural, halla aquí su correlato, en tanto la región de los Valles<sup>2</sup>, especialmente la localidad de El Carmen, elegida para este análisis, comparte paisajes similares con la región Yungas<sup>3</sup>. Dichos

paisajes, naturales y culturales, forman parte del patrimonio de la zona, y también se desarrolla allí el denominado “turismo rural” de cabalgatas, pesca, entre otras actividades, y prácticas laborales semejantes relacionadas con la producción agrícola, por ejemplo. Asimismo, es necesario aclarar en este punto que desde el año 2014, el Sistema Vial Andino, *Qhapac Ñan* o Camino del Inca ubicado en la región Yungas, fue declarado “Itinerario Cultural de la Humanidad” por la UNESCO<sup>4</sup>. Es el primer itinerario cultural en América Latina que recorre seis países latinos. Dentro de este contexto, surge el interés de ampliar esta investigación al campo del “patrimonio” dada la característica del concepto “itinerario” que posibilita la conexión paisajística natural, cultural y agrícola de ambas regiones. Es decir, este criterio global de la Organización de las Naciones Unidas para la Ciencia, la Cultura y la Educación (UNESCO) se despliega activamente en el espacio jujeño poniendo énfasis en aquellas características que comparten tanto la región de los Valles como de las Yungas a partir de la declaratoria del *Qhapac Ñan* o Sistema Vial Andino. Dicho Sistema Vial Andino está comprendido por los siguientes seis países, Argentina, Estado Plurinacional de Bolivia, Chile, Colombia, Ecuador y Perú, integra a su vez siete provincias argentinas, Jujuy, Salta, Tucumán, Catamarca, La Rioja, San Juan y Mendoza. Entre estas se destaca especialmente la provincia de Jujuy, porque se considera como antecedente de patrimonialización, en tanto posee a la Quebrada de Humahuaca como “bien único con un valor único excepcional” a partir del año 2003, es decir como “Patrimonio Mundial de la Humanidad” en la categoría “paisaje cultural continuo o activo” (Civila Orellana, 2013, 2014). Aunque en la inscripción del año 2002 fue propuesta dentro de una categoría más abarcativa la de “itinerario cultural”. Resulta interesante entender ahora la complejidad que comporta la categoría en la cual ingresó el *Qhapac Ñan*, es decir como “itinerario cultural”. Un “sistema vial” que reúne tanto el aspecto natural como cultural, dando lugar así a la configuración de “patrimonio vivo”. Asimismo, el interés recae sobre la práctica concreta de la comunicación rural como orientación y opción de formación profesional que posibilita poner en valor las prácticas identitarias y culturales en el seno del colectivo de los Valles, y en especial del colectivo Carmense. Dado que, en prácticas similares de puesta en valor de expresiones y manifestaciones patrimoniales desplegadas en la zona de Quebrada de Humahuaca, la activación patrimonial comportó una serie de complejidades que resignificó exponencialmente no sólo el aspecto de la materialidad del paisaje, sino aún más las formas cotidianas de los/as lugareños/as (Civila Orellana, 2014, 2018).

Es decir, la región quebradeña, una región predominantemente rural, con prácticas laborales centradas en la agricultura familiar, fue transformándose debido, entre algunas de sus causas, al fuerte impacto turístico. Por esto, se entiende que el tramo de la región Yungas que corresponde al décimo bien patrimonial argentino incorporado a la Lista del Patrimonio Mundial reconfigurará las prácticas laborales actuales. En tanto, el fenómeno del patrimonio no escapa a la activación turística y a los cambios de políticas culturales a implementarse en el “itinerario cultural” y también en la zona “de los diques” esto es El Carmen. Esto significa que aparejados a la gran afluencia turística que ya presenta el sitio, las demandas de los/as lugareños/as también requieren ser atendidas con prontitud. Si bien, antes de dicha declaratoria las reuniones de comisiones en todos los espacios geográficos latinos y argentinos, especialmente, debieron atender a la multiplicidad de demandas, derechos, en definitiva, múltiples voces que convergen y convergerá en todo el sistema vial, estas estarán aún más presentes ahora y activamente. Ya que, como diría Prats (1997) “el patrimonio (...) puede ser considerado un recurso para vivir (...)”.

En tanto el proceso de patrimonialización atiende a la integración de nuevos contingentes de población o de colectivos de inmigrantes que se integran en la zona latina y argentina y por ello da lugar a las reivindicaciones sociales<sup>1</sup>.



**Figura 1**

*Región de los Valles de Jujuy*

---

<sup>1</sup> Las imágenes fotográficas corresponden a dos regiones características de Jujuy, como son los Valles y las Yungas. Fuente: Secretaría de Turismo de la Provincia de Jujuy.



**Figura 2**

*Región de las Yungas de Jujuy*



**Figura 3**

*Sistema Vial Andino Qhapaq Ñan*

Fuente: Página oficial de la UNESCO en julio 2014

(de Fernando Tamayo/INPC Archaeological complex of Ingapirca Ecuador)<sup>5</sup>.

Como se ve en las imágenes, resulta interesante e importante dar cuenta de las posibles resignificaciones que acarrea la activación patrimonial en tanto el patrimonio es un

sistema de representación que se basa en la “externalidad cultural” (Prats, 1997). Dicha externalidad tiene que ver con objetos, lugares o manifestaciones, procedentes del paisaje natural y cultural tangible e intangible, tales como la actividad rural en un “itinerario cultural” que supone el crecimiento económico para las regiones. En este sentido cabe señalar que el *Qhapac Ñan* en la región Yungas fue propuesto e incorporado, como se adelantó, en la categoría de “itinerario cultural” se trata de lo siguiente según expresa la UNESCO:

(...) una vasta red viaria de unos 30.000 kilómetros construida a lo largo de varios siglos por los incas –aprovechando en parte infraestructuras preincaicas ya existentes– con vistas a facilitar las comunicaciones, los transportes y el comercio, y también con fines defensivos. Este extraordinario sistema de caminos se extiende por una de las zonas geográficas del mundo de mayores contrastes, desde las cumbres nevadas de los Andes que se yerguen a más de 6.000 metros de altitud hasta la costa del Pacífico, pasando por bosques tropicales húmedos, valles fértiles y desiertos de aridez absoluta. La red viaria alcanzó su máxima expansión en el siglo XV, llegando a extenderse por todo lo largo y ancho de la cordillera andina. El nuevo sitio del patrimonio mundial consta de 273 componentes y se extiende a lo largo de más de 5.000 kilómetros. Los componentes se han seleccionado para poner de relieve la importante función social y política de la red viaria; las obras maestras de arquitectura e ingeniería y las infraestructuras conexas dedicadas a las actividades mercantiles, el alojamiento y el almacenamiento de mercancías; y los sitios con un significado religioso.



**Figura 4**

*Itinerario cultural del Camino del Inca o Qhapaq Ñan.*

### **El Carmen y la comunicación rural: contexto e historia, breve recorrido**

En este sentido, la categoría de “itinerario cultural” y patrimonio entre Valles y Yungas jujeñas resulta de suma importancia en este artículo, dado que los límites se vuelven difusos a la hora de pensar, repensar y reflexionar sobre la Comunicación Rural de regiones que comparten tanto paisajes naturales como culturales. De este modo, es menester conocer el contexto y la historia del departamento El Carmen en la región Valles de la provincia de Jujuy, donde se realizó el trabajo etnográfico y que visibiliza esta propuesta de alternativa comunicacional para nuestra disciplina. Precisando que es interesante conocer siempre el espacio que se toma como referencia de estudio, porque posibilita mostrar las características esenciales de su actividad productiva, económica, cultural y social, ítems fundamentales para contemplar e implementar una propuesta curricular con orientación en Comunicación Rural, que tiene como pretensión ser un valioso recurso de formación humana para la región.

## El Carmen, su contexto

El Carmen es un departamento al Sur de la provincia de Jujuy (Argentina). Está ubicado en la región de los Valles, tiene una superficie de 912 km<sup>2</sup>, limita al Norte con los departamentos de San Antonio, Doctor Manuel Belgrano y San Pedro; al Este con el departamento de San Pedro y la Provincia de Salta; al Sur con la provincia de Salta; al Oeste con el departamento de San Antonio.



**Figura 5**

Mapa de la provincia de Jujuy. Departamento El Carmen.



**Figura 6**

Mapa de la provincia de Jujuy por Regiones.

Según estimaciones del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC)<sup>6</sup> su población es de 97.039 habitantes, de acuerdo con el último censo 2010. Es una zona tabacalera por excelencia, no solamente cuenta con localidades agrícolas, sino también con importantes actividades en el sector comercial, frutihortícola, productivo, extractivo y turístico, con instalaciones acordes a estas, como cooperativas, fábricas, institutos tecnológicos, embalses, balnearios, cámpines, gastronomía regional, hotelería, aeropuerto, autopista, etc. En constante crecimiento. Tiene mucha historia ya que El Carmen fue un punto estratégico en la gesta de la independencia argentina. El departamento posee fincas productoras y contrastando con esto, existen pueblos muy precarios. Su fecha oficial de creación es el 26 de noviembre de 1.896.

### **El Carmen, su historia**

Originalmente el departamento El Carmen, se constituía de 3 regiones denominadas: Perico de El Carmen o Perico de San Juan, Perico de San Antonio, y Estación Perico. Dichas denominaciones tomaban su nombre del Río Perico, afluente que une y recorre estas regiones. Los antiguos pobladores e historiadores de la zona cuentan que el río tomó ese nombre debido a la cantidad de loros que vivían a sus alrededores, y los conquistadores españoles que llegaban en aquella época a esta zona conocían a estas aves como pericos, de ahí el nombre original del departamento. Sus primeros pobladores, allá por el siglo XV, “fueron diversas parcialidades indígenas (Ocoyas, Osas, y Paypayas), dominados por los Incas, que recorrían sus extensiones para cobrar tributos y trocar diversos productos, conformando el ‘Camino del Inca’, luego llamado ‘Camino Real’, eje donde está fraguada nuestra historia” (CICTEC, 2002, p. 6). Posteriormente, todas estas regiones conocidas como “Los Pericos”, tomó el nombre de la ciudad capital del departamento, que es El Carmen.

### **Población de El Carmen**

Es una de las más antiguas poblaciones de la Provincia de Jujuy, nació a mediados del siglo XVIII, gracias a la agricultura y la ganadería. En un principio era un lugar de paso, pero los viajeros comenzaron a quedarse a vivir. En el siglo siguiente, se fue formando el núcleo poblacional, que se incrementó notablemente en la segunda mitad de este. La población de El Carmen, en la actualidad, es de 97.039 habitantes y puede dividirse a su vez en, población urbana 75.247 y población rural 21.792 habitantes. El departamento El

Carmen, se encuentra en la región denominada de los Valles bajos, conjuntamente abarca también a los departamentos, Dr. Manuel Belgrano (el cual incluye a San Salvador de Jujuy, la capital provincial), Palpalá y San Antonio, es la zona de mayor densidad de población de la provincia. En la región de los Valles bajo el crecimiento demográfico fue constante, hasta alcanzar más del 60 % de la población provincial. La región es la más urbanizada y donde el sector secundario y terciario alcanza el mayor desarrollo, pero es también la que concentra la mayor parte de la población rural. Según el último censo de 2010, 41 de cada 100 habitantes rurales se encuentran en la región.

El departamento que mayor proporción reúne de la población rural es El Carmen, donde se asienta casi una cuarta parte de los habitantes rurales de la provincia, donde la actividad agrícola que prima es la tabacalera, además hay que tener en cuenta que esta actividad por la temporalidad que requiere en mano de obra puede existir una población fluctuante, migrante, que no esté siendo considerada.

### **Constitución demográfica por localidades de El Carmen**

El departamento El Carmen, está constituido por 12 localidades y un paraje o loteo, que se detallan a continuación por orden de mayor a menor cantidad de población (Según último Censo 2010 – Dirección Provincial de Estadísticas y Censos Jujuy<sup>7</sup>):

1. Perico (44.750 hab.)
  2. El Carmen (13.623 hab.)
  3. Monterrico (11.591 hab.)
  4. Pampa Blanca (2.720 hab.)
  5. Aguas Calientes (2.563 hab.)
  6. Puesto Viejo (1.372 hab.)
  7. Los Lapachos (864 hab.)
  8. Barrio La Unión (700 hab.)
  9. Barrio El Milagro (1.321 hab.)
  10. Manantiales (326 hab.)
  11. San Juancito (45 hab.)
  12. San Isidro (93 hab.)
- Loteo San Vicente (211 hab.)
- Total, de la población del Departamento El Carmen (97.039 hab.)

Zona rural (21.792 hab.). Zona urbana (75.247 hab.)

### **Evolución demográfica de El Carmen.**

**Tabla 1**

Población por censos según departamentos. Provincia de Jujuy. Censos 1970-2010

DEPARTAMENTOS	AÑOS				
	1970	1980	1991	2001	2010
<b>TOTAL</b>	<b>302.436</b>	<b>410.188</b>	<b>512.329</b>	<b>611.888</b>	<b>673.307</b>
Cochinoca	6.420	7.418	9.859	12.111	12.656
Dr. Manuel Belgrano	108.378	167.394	184.920	238.012	265.249
<b>El Carmen</b>	<b>27.808</b>	<b>44.203</b>	<b>62.291</b>	<b>84.667</b>	<b>97.039</b>
Humahuaca	14.947	16.817	18.183	16.765	17.366
Ledesma	54.062	63.556	68.869	75.716	81.790
Palpalá			43.521	48.199	52.631
Rinconada	4.243	3.774	3.076	2.298	2.488
San Antonio	2.489	2.923	2.704	3.698	4.466
San Pedro	47.626	57.261	66.130	71.037	75.037
Santa Barbara	9.148	15.815	15.607	17.115	17.730
Santa Catalina	2.583	2.920	3.176	3.140	2.800
Susques	1.826	2.184	2.846	3.628	3.791
Tilcara	6.832	7.159	8.463	10.403	12.349
Tumbaya	4.222	4.210	4.175	4.553	4.658
Valle Grande	1.821	1.693	1.976	2.386	2.451
Yavi	10.031	12.861	16.533	18.160	20.806

Fuente: Datos tomados de la Dirección Provincial de Estadísticas y Censos (DIPEC-Jujuy).

Observando los últimos 5 censos de población, podemos inferir que el departamento El Carmen, ha ido en aumento, creciendo su población considerablemente, superando a otros departamentos como Ledesma y San Pedro de la zona del ramal, que históricamente tenían más habitantes, llegando a ser actualmente, el segundo departamento más poblado de Jujuy, después del departamento Dr. Manuel Belgrano, capital de la provincia. Así tenemos hoy en Jujuy con una población total de 673.307 habitantes, a los siguientes primeros 5 departamentos con más habitantes:

1º- Dr. Manuel Belgrano (265.249 hab.),

2º- El Carmen (97.039 hab.),

3º- Ledesma (81.790 hab.),

4º San Pedro (75.037 hab.),

5º Palpalá (52.631 hab.).

**Tabla 2**

Población por censo según región. Provincia de Jujuy. Censos 1970-2010.

REGIÓN	AÑOS				
	1970	1980	1991	2001	2010
<b>Total</b>	<b>302.436</b>	<b>410.188</b>	<b>512.329</b>	<b>611.888</b>	<b>673.307</b>
Puna	25.103	29.157	35.490	39.337	42.541
<b>Valles</b>	<b>138.675</b>	<b>214.520</b>	<b>293.436</b>	<b>374.576</b>	<b>419.385</b>
Quebrada	26.001	28.186	30.821	31.721	34.373
Yungas	112.657	138.325	152.582	166.254	177.008

Fuente: Datos tomados de la Dirección Provincial de Estadísticas y Censos (DIPEC – Jujuy).

Observando, la población histórica de las regiones que constituyen la provincia de Jujuy, Puna, Valles, Quebrada y Yungas, podemos decir que la región de los Valles, donde se ubica el departamento El Carmen, según los últimos 5 censos nacionales, ha sido la región donde más población se asienta y que actualmente concentra la mayor cantidad de habitantes, más del 50 % del total de la provincia de Jujuy.

## Indicadores de ruralidad

**Tabla 3**

Población urbana y rural censada en 1991 y por sexo en el año 2001 y 2010. Provincia de Jujuy.

Población Urbana y Rural	1991	2001			2010		
		Total	Varones	Mujeres	Total	Varones	Mujeres
<b>Total</b>	<b>512.329</b>	<b>611.888</b>	<b>301.508</b>	<b>310.380</b>	<b>673.307</b>	<b>329.990</b>	<b>343.317</b>
Urbana	418.153	520.073	254.077	265.996	588.570	286.179	302.391
Rural	94.176	91.815	47.431	44.384	84.737	43.811	40.926
Agrupada	30.794	36.985	18.611	18.374	39.571	20.030	19.541
Dispersa	63.382	54.830	28.820	26.010	45.166	23.781	21.385

Fuente: Datos tomados de la Dirección Provincial de Estadísticas y Censos (DIPEC – Jujuy).

Según se puede observar en el presente cuadro, de los tres últimos censos nacionales que relevaron y discriminaron población urbana y rural. En la provincia de Jujuy, hay predominancia de mayor cantidad de habitantes, en las zonas urbanas, registrándose en el último censo 2010, de un total de 673.307: 588.570 habitantes residen en los sitios urbanos y 84.737 residen en los sitios rurales.

**Tabla 4**

Tamaños y ritmo de crecimiento de la población rural, según departamento. Provincia de Jujuy. Censos 1980-2010.

División Político Administrativo	Población Rural			
	1980	1991	2001	2010
<b>Total</b>	<b>108.065</b>	<b>94.176</b>	<b>91.815</b>	<b>84.737</b>
Cochinoca	4.473	4.461	4.860	5.326
Dr. Manuel Belgrano	11.815	4.818	4.860	5.326
<b>El Carmen</b>	<b>20.425</b>	<b>21.644</b>	<b>26.885</b>	<b>21.792</b>
Humahuaca	6.026	5.857	5.625	4.846

Ledesma	10.289	4.043	3.740	4.214
Palpalá	2.781	3.699	3.015	2.448
Rinconada	3.774	3.076	2.298	2.488
San Antonio	2.923	2.704	3.698	4.466
San Pedro	13.913	10.592	9.853	9.050
Santa Bárbara	8.737	10.588	5.315	4.219
Santa Catalina	2.920	3.176	3.140	2.800
Susques	2.184	2.846	3.628	3.791
Tilcara	7.159	5.487	3.805	4.305
Tumbaya	4.210	4.175	4.553	4.658
Valle Grande	1.693	1.976	2.386	2.451
Yavi	4.743	5.034	4.399	3.932

Fuentes: Datos tomados de la Dirección Provincial de Estadísticas y Censos (DIPEC – Jujuy).

De acuerdo con lo observado en el cuadro respecto a la población rural y su crecimiento por departamentos en la provincia de Jujuy, se observa que el departamento El Carmen es sin dudas, según el último censo 2010, el que posee mayor cantidad de población rural 21.792 hab. Seguido de otros departamentos con cifras significativas como, San Pedro 9.050 hab., Ledesma 4.846 hab., Tumbaya 4.658 hab., San Antonio 4.466 hab., Ledesma 4.214 hab. y Tilcara 4.305 hab. Además, se constata que el departamento El Carmen, en las últimas 3 décadas siempre ha tenido el mayor número de pobladores rurales de la provincia.

### **Importancia económica de El Carmen para la provincia de Jujuy**

El departamento El Carmen, se encuentra dentro de la región de los Valles, en la provincia de Jujuy, es uno de los más importantes en cuanto a producción agrícola se refiere. Hay factores favorables para que esta actividad de buen resultado. Entre otros podemos mencionar los siguientes: el clima moderado, que caracteriza a la región de los Valles de Jujuy, con temperaturas máximas medias de 18.9°C, mínimas medias de 11,7°C, y amplitudes medias anuales 13,0°C. La primavera es de calidad moderada, el verano cálido, el otoño cálido moderado y el invierno templado. El agua para riego, ya que en este

departamento se encuentran el dique La Ciénaga<sup>8</sup> y Las Maderas<sup>9</sup>, que son las obras más importantes de irrigación de la provincia y la que presta grandes beneficios para la agricultura. Los que además son muy utilizados para turismo y esparcimiento. La excelente calidad de las tierras, constituidas por terrenos areno – arcillosos sueltos, ricos en capas fumíferas y permeables, aptas para diversos cultivos, donde se destaca la producción del tabaco.

### **Agricultura**

Existen extensiones considerables dedicadas al cultivo de legumbres como ser: porotos, pimientos, tomates, papas, batatas, garbanzos, arvejas, etc. Se cultivan también plantas forrajeras, especialmente la alfalfa y cereales como ser maíz, trigo, avena y cebada. Entre las plantas industriales que se cultivan son dignos de especial mención el tabaco, la vid, el algodón, la caña de azúcar y el olivo.

### **Tabaco**

Esta planta, el tabaco<sup>10</sup> es en la actualidad la que se cultiva con verdadero interés, tanto por el rendimiento de la producción como por la calidad inmejorable de la misma y porque tiene un mercado asegurado para su industrialización en la capital de la República. Es así como actualmente, la mayoría de los propietarios y arrendatarios se dedican casi exclusivamente al cultivo de esta planta, por las ventajas anteriormente mencionadas, y porque en años buenos proporciona efectivas ganancias a los agricultores del departamento, además el sector productivo tabacalero es el primer empleador privado en la provincia de Jujuy, genera 13.700 puestos de trabajo directos.

### **Vid**

Hace muchos años fue intensificado el cultivo de la vid de vinificar de la variedad Isabel, conocida en la zona por “granadilla” la que en determinados momentos absorbió casi por entero el trabajo de los agricultores de la región. En la actualidad puede calcularse en mil hectáreas la extensión que se dedica al cultivo de viñas, cuyo producto una vez industrializado, rinde alrededor de 50.000 hectolitros de vino. A partir del 2010, en la localidad de Santo Domingo, funciona la tradicional bodega de la familia Nan<sup>11</sup>, que durante estos años logró posicionar vinos en el mercado interno con dos marcas de uva de Monterrico como son “Don Juan” y “Las Pampitas” de exquisitos sabores y reminiscencias

de un pasado que hoy vuelve a retoñar. En relación con esto otro gran emprendimiento surgido a raíz de la incursión del cultivo de stevia en la provincia de Jujuy, es que se logró producir el primer vino endulzado con este edulcorante en nuestro país. Existen también otras clases de uvas de vinificar y de mesa, pero en muy poca escala.

### **Azúcar**

El cultivo de la caña de azúcar ha merecido especial dedicación por parte de los propietarios del Ingenio La Esperanza, quienes poseen grandes extensiones especialmente en Lapachos, San Juancito y otras localidades en la que se produce esta planta de gran rendimiento. En estos últimos años se ha empezado a cultivar con verdadero interés el algodón de fibra larga en un extenso sector del Este del departamento, los resultados son ampliamente satisfactorios ya que el producto es de muy buena calidad y tiene mercado seguro para su industrialización. Finalmente, las tierras y el clima de este departamento son favorables para el cultivo de citrus, arroz, olivo, paltas y chirimoyas.

### **Ganadería**

La producción ganadera podría ser más importante porque la topografía del terreno, el clima, la existencia de pastos buenos y la relativa abundancia de agua favorecen el desarrollo de ganado vacuno, yeguarizo, mula, ovino y cabrío. La casi totalidad de este es para el consumo local. La mayoría del ganado criollo; todavía no se ha intensificado como debiera hacerse la mestización.

### **Turismo**

Ubicada al sur de la provincia norteña, 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 transforman 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 el pique<sup>12</sup> también es el sitio indicado: se puede salir en una excursión de pesca que conduce a las mejores zonas para garantizar una excelente captura del pejerrey. El Pozo del Algarrobo y la Laguna Yala son otros 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. Al pie del murallón del Dique La Ciénaga se ubica un completo camping, con precios muy económicos para el público, perteneciente al Municipio de la ciudad de El Carmen<sup>13</sup>, con todos y los mejores servicios posibles, sector para acampar, *bungalows*<sup>14</sup>, y un extenso Balneario que es una tentación durante los meses de verano. El turista encontrará todos los servicios necesarios para disfrutar a pleno de sus días de descanso: cabañas, hosterías y camping son las opciones en alojamientos; mientras que la gastronomía regional se puede degustar en restaurantes, casas de comida y en ferias urbanas y campesinas.

### **Del patrimonio y la comunicación rural en el paisaje textual: un recorrido conceptual reflexivo del perfil profesional y el mercado laboral en Jujuy**

De este modo, y una vez contextualizada la localidad de El Carmen en la región Valles de Jujuy, y viendo su relevancia patrimonial anclada a la Comunicación Rural, como se viene diciendo se construye una suerte de “paisaje textual” esto es la interface entre naturaleza, patrimonio y significados (Civita Orellana, 2014, 2019). En este paisaje textual las condiciones concretas de existencia encuentran su forma más exacerbada con las prácticas laborales que mutan hacia nuevos escenarios del trabajo: de la producción agrícola familiar al emprendimiento turístico rural, dada la potencialidad de esta actividad. En este sentido, la Comunicación Rural encuentra su correlato de formación profesional más pertinente. Y, volviendo sobre Comunicación Rural, se continúa el recorrido y se recupera la mirada de Sandra Massoni (2002) Directora de las especializaciones en Comunicación Estratégica y Comunicación Ambiental de la Universidad Nacional de Rosario (UNR)<sup>15</sup> y quien además estuvo a cargo por muchos años de la Coordinación de Investigación en Comunicación Estratégica (CICE-INTA)<sup>16</sup>, ella entiende la Comunicación Rural como: “un fenómeno complejo, situacional e histórico que requiere el aporte de distintas miradas disciplinarias para su abordaje” (Massoni, 2002, p. 145). Así, por ejemplo, sugiere que se debe recurrir a las técnicas etnográficas para la obtención de testimonios,

técnicas de análisis del discurso para interpretar la construcción del sentido, técnicas sociológicas para el análisis de fuentes estadísticas y documentales que aportan a la reconstrucción del proceso de institucionalización de los sistemas de generación y conocimiento agropecuario en la región. Además, Massoni (2000) reconoce a través de su experiencia que la incorporación de la comunicación en la planificación de los planes de desarrollo rural puede ayudar a potenciar los recursos haciéndolos más eficientes, porque la Comunicación Rural no es una instancia simplemente instrumental sino un proceso dinámico, tendiente a la construcción de múltiples relaciones, con momentos que se equiparan a los procesos cognoscitivos de cada grupo o sector con el que se trabaja. En este sentido, basta con releer el campo productivo de El Carmen, en el cual se evidencia las complejidades y los procesos cognoscitivos de este colectivo rural. Siguiendo esta línea, la educadora y comunicadora peruana Rosa María Alfaro<sup>17</sup> entiende que la comunicación rural consiste en un “conjunto de métodos y medios que permiten entrar en contacto con el agricultor para que este comprenda la utilidad de las tecnologías que se le proponen y que termine por adoptarlas” (citado en Salinas Aramburu, 2001). En el caso de El Carmen, el agricultor y demás sujetos dedicados al agro promueven el uso de las tecnologías dado el auge turístico que está teniendo la localidad. De la misma forma, Michel Sauquet (2001) francés, doctor en economía y especialista en comunicación intercultural piensa que la comunicación rural es un “conjunto de métodos y medios para establecer un flujo de información (comunicación dialógica) en el cual se toman en cuenta los conocimientos y las lógicas de los campesinos hacia los medios de extensión y de investigación” (citado en Salinas Aramburu, 2001). Estos aportes acordes a los que explica el docente en Comunicación y Desarrollo, José Salinas Aramburu (2001), razona exclusivamente en el plano de la relación agricultor-extensionista; éste (el extensionista) se sitúa en un universo donde el campesino le interesa solamente como elemento constitutivo del binomio. Olvida que el agricultor no lo espera para poder comunicar. Olvida que el campesino comunica en otro universo, que le es propio y en el que el extensionista no necesariamente debe aparecer. Olvida también que la extensión rural ya no tiene el monopolio de la comunicación exógena en el campo y que los *mass media* intervienen ampliamente en la formación de una nueva cultura campesina. Además, aclara que, existen tres ámbitos de la comunicación rural que no han sido explorados convenientemente:

- El ámbito del extensionista en el cual la comunicación significa métodos de trabajo, contacto directo, parcelas demostrativas, unidades experimentales, etc., además de medios concretos como radio, video, cartillas, afiches, etc.

- El ámbito campesino, donde el término comunicación tal vez no sea muy corriente, pero cuya práctica es generalmente muy intensa. Utiliza los soportes y las oportunidades más diversas: poesía popular, música, fiestas religiosas, ferias agrícolas y campesinas, exposiciones locales, danzas, etc.

- El ámbito mediático, donde la radio y en alguna medida la televisión, aportan, incluso en el área rural una visión ampliamente urbana y una ventana abierta sobre los modos de vida de las capas privilegiadas de la sociedad.

De todo aquello, se desprende que la comunicación en el área rural raramente viene de los propios campesinos. Esto se debe a que se razona y se toman iniciativas en el marco exclusivo del ámbito extensionista.

Otro aporte para caracterizar a la comunicación rural es aquella aseveración que explica que la misma identifica “como los principales protagonistas a la población rural, los productores hombres y mujeres, y como sus interlocutores al Estado, a las organizaciones no gubernamentales y las diferentes Empresas relacionadas con el sector rural” (Ibarra-Herrera y Cisneros-Madriz, 2002, p. 60). Estas mismas autoras dicen que la Comunicación Rural implica a la población rural que concentra su vida y su comportamiento alrededor de una actividad especial, muy compleja y determinante como lo es la agricultura. Los hombres y las comunidades del sector agrícola y de ambiente rural, piensan, sienten de maneras diferentes a la de los habitantes de las ciudades, comunicándose a través de códigos y medios propios. Y está sujeto a modelos de desarrollo rural que determinan ciertas maneras de usar la comunicación, las cuales no siempre coinciden con las formas urbanas de comunicarse. En este sentido, las actividades del El Carmen tanto agrícolas, de pesca, incluso el turismo entre otras, textualizan una vez el paisaje de esta zona de los Valles jujeños, que al dialogar con ellos/as refieren constantemente a “los diques”, “los buñuelos”, entre otros aspectos característicos de los/as carmenses.

Además, para comprender la importancia de la Comunicación Rural, teniendo muy presente el contexto, nos parece prioritario lo expuesto por la FAO, en referencia a un uso

eficaz de la comunicación para el desarrollo rural, al cuestionarse ¿cómo puede la comunicación hacer una diferencia en el desarrollo agrícola y rural? En respuesta a esto nos dice:

comunicación se relaciona directamente con el desarrollo rural sostenible: es el medio que garantiza la participación de la gente y la apropiación del proceso de cambio por las personas. La facilitación del acceso a la información agrícola y la apertura de canales de comunicación de doble vía entre los actores rurales - incluidas las instituciones, organizaciones de productores, pequeños agricultores y comunidades locales - es clave para establecer un entorno propicio en el que puedan entablar un diálogo constructivo, aprender unos de otros, colaborar en soluciones innovadoras y, finalmente influir en la formulación de políticas. La toma de decisiones informadas y la participación activa es fundamental para que los agricultores asuman el liderazgo en los procesos de desarrollo (FAO, 2016, p. 45).

Prieto Castillo (1991)<sup>18</sup>, también considera que la disciplina de la Comunicación Rural es muy importante para desarrollar como orientación o especialidad en la formación de comunicadores, esto se infiere de las siguientes expresiones:

durante mucho tiempo en nuestros países se confundió el concepto de comunicación con los medios de comunicación. Las escuelas y facultades de la especialidad, por ejemplo, se ocuparon solo de preparar especialistas para ese campo, sin tomar en cuenta otras necesidades de la sociedad. Así, en esta confianza en el poder de la difusión masiva, se acentuaba la falta de la capacitación, de investigaciones y de producciones para espacios como (...) la comunicación y el medio rural (Prieto Castillo, 1991, p. 2).

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. Por consiguiente, la información, la vida cotidiana, la cultura de los sectores campesinos permanecen casi absolutamente fuera del circuito de la información en nuestros países.

El referente teórico de la comunicación latinoamericana, Luis Ramiro Beltrán (1993) comenta en relación con la Comunicación Rural que, a principios de los años 50 el gobierno

de Estados Unidos creó un programa de asistencia técnica y financiera para el desarrollo de los países latinoamericanos que priorizaba, la agricultura, la educación y la salud. Junto con este programa llegó la aplicación con fines pacíficos de la experiencia en comunicación adquirida por ese país durante la Segunda Guerra Mundial, de este modo explica lo siguiente:

la aplicación sigue tres líneas paralelas principales: la información agrícola, la educación audiovisual y la educación sanitaria (...) centenares de latinoamericanos aprendieron, a lo largo de esa década, cómo aplicar principios y técnicas de la comunicación social a las necesidades del desarrollo nacional. Luego compartían estos conocimientos con millares de empleados de los organismos de desarrollo, sobre todo agentes de extensión agrícola en el campo y maestros de escuelas primarias (Beltrán, 1993, p. 4).

En el programa de Estado Unidos, mencionado por Beltrán, un organismo regional jugó un rol preponderante en el aspecto de Comunicación Rural, el Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas (IICA), afiliado a la Organización de Estados Americanos. Con sede en Costa Rica, se convirtió en el centro multiplicador y fuente de materiales adaptados para la capacitación. Por su parte, la FAO contribuyó de manera sustancial a construir en los países latinoamericanos sistemas modernos de agricultura, basados en la educación no formal del campesinado, la que debía incluir medios masivos de información de “extensión agrícola”.

En lo que respecta a la línea de Comunicación Para el Desarrollo y la Comunicación Rural, en el departamento El Carmen, la institución referente por preponderancia, que trabaja con extensionistas y comunicadores, en distintas capacitaciones para el sector rural, es el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria de Argentina (INTA), que posee Agencia de Extensión Rural en todo el país, en el caso de El Carmen, se encuentra la Agencia de Extensión Rural Perico <sup>19</sup>.

### **De los planes de estudios en Jujuy y el NOA: la necesidad de la orientación en Comunicación Rural en la UNJu**

En el caso del plan de estudios de la carrera de Licenciatura en Comunicación de la FHyCS-UNJu<sup>2021</sup>, se observa que hace referencia a lo que se aproxima a la cuestión de

Comunicación Rural, en el apartado sobre el campo ocupacional del graduado, donde dice que el Licenciado en Comunicación Social estará capacitado para: diseñar e implementar actividades de Comunicación Social orientadas a la Comunidad para promover el desarrollo humano, social, educativo, preventivo, en áreas rurales y urbanas. Si bien esto último refiere al área “rural”, no se lleva a cabo actualmente, y por lo cual surge esta propuesta curricular en Comunicación Rural, que invita a la reflexión y desde ya al debate sobre su necesidad, sobre todo, porque como se vio en los apartados anteriores referidos a la región Valles y Yungas, con especial énfasis en El Carmen, existe esta/s zona/s de gran densidad demográfica rural de la provincia que precisa de profesionales idóneos para intervenir en este contexto. Si bien, puede pensarse en la migración por causa de estudio, esto es dejar la provincia para formarse en alguna universidad pública o privada del NOA que incorpore en su oferta de formación esta orientación comunicacional, no es posible ya que no se ofrece. Sin embargo, más allá de que se brindará esta opción en universidades del NOA, se precisa que la UNJu contemple esta opción válida en el perfil y formación profesional, dado los antecedentes que el contexto provincial posee, tal como se analizó en párrafos previos. En este sentido, se realizó un recorrido breve por los planes y perfiles profesionales de las distintas universidades públicas y privadas del NOA para dar cuenta de la oferta propuesta en comunicación social.

### **Oferta académica en comunicación en la región NOA**

Se realizó el relevamiento de información con relación a la oferta académica de las distintas unidades académicas de las Universidades públicas y privadas de la región del Noroeste Argentino, conformada por las provincias de Jujuy, Salta, Tucumán, Catamarca, La Rioja, Santiago del Estero, que es el contexto que nos interesa, por formar parte de esta y por cercanía con las demás provincias nombradas. El objeto fue conocer cuál son las titulaciones en comunicación que brindan estas universidades, y saber si existe en sus ofertas, la Comunicación Rural, para ello se visitó sus respectivas páginas *web*, disponibles en *Internet*, a fin de constatar sus formaciones y planes de estudio. En el mismo sentido, se utilizó como criterio de delimitación, para registrar las carreras de grado de tipo presencial, que además en su currículum, poseían alguna titulación intermedia. Consideramos este razonamiento porque es la formación de grado es la que nos interesa principalmente en este artículo. Asimismo, otro discernimiento fue que, al observar los planes de estudios de

las carreras, se visibilicen materias afines a la Licenciatura en Comunicación Social de la FHyCS-UNJu, en lo que respecta a la formación de base.

A continuación, la información obtenida de sus respectivos sitios webs institucionales, detallados por provincia y condición de pública o privada, con titulación que ofrecen.

### **Universidades Públicas**

**Jujuy:** la Universidad Nacional de Jujuy (UNJu)<sup>22</sup>, ofrece la carrera de grado de Licenciatura en Comunicación Social, con una duración de 4 años, que exige la elaboración de tesis final de grado, y además posee un título de pregrado de Técnico en Comunicación Social, que se otorga con la aprobación del 3 año. Se dicta en la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales<sup>23</sup>.

**Salta:** la Universidad Nacional de Salta (UNSa)<sup>24</sup> ofrece la carrera de grado de Licenciatura en Comunicación Social, con una duración de 4 años, exige una tesis para la obtención del título cuyos lineamientos se contemplan en un Seminario de Investigación metodológica y Tesis. Además, dicha titulación de Licenciado en Comunicación Social, con un pregrado de Técnico en Comunicación Social, se ofrece también en la sede regional de Tartagal. Se dicta en su Facultad de Humanidades<sup>25</sup>

**Tucumán:** la Universidad Nacional de Tucumán (UNT)<sup>26</sup>, ofrece la carrera de Tecnicatura Universitaria en Comunicación y Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, con una duración de 3 y 4 años respectivamente. La misma se dictan en la Facultad de Filosofía y Letras<sup>27</sup>. En su Escuela Universitaria de Cine, Video y Televisión<sup>28</sup>, se dictan las carreras de grado de Licenciado en Cinematografía y Licenciado en Televisión, con duración de 5 años.

**Catamarca:** la provincia de Catamarca no ofrece oferta académica en comunicación ni otras variantes de la disciplina, en su Universidad Nacional de Catamarca.

**Santiago del Estero:** la Universidad Nacional de Santiago del Estero (UNSE)<sup>29</sup>, ofrece la carrera de grado de Licenciatura en Periodismo. Se dicta en su Facultad de Humanidades, Ciencias Sociales y de la Salud<sup>30</sup>.

**La Rioja:** la Universidad Nacional de La Rioja (UNLaR)<sup>31</sup>, ofrece la carrera de Licenciatura en Comunicación Social con orientación en Periodismo o en Publicidad y Comunicación Institucional, ambas con una duración de 4 años, con un tronco común de materias hasta el 3° año donde se otorga el título de Técnico en Comunicación Institucional, siendo el último donde se opta por la orientación, no se exige tesis para la obtención del título sino un trabajo final contemplado en un seminario. También ofrece la carrera de grado de Licenciado/a en Diseño y Producción Multimedial, con una duración de 4 años.

Universidad Nacional de Chilecito (UNdeC)<sup>32</sup> ofrece la carrera de grado de Licenciatura en Comunicación Social, con una duración de 4 años.

### **Universidades Privadas**

**Jujuy:** la Universidad Católica Santiago del Estero en su sede Jujuy (UCSE-DASS)<sup>33</sup>, ofrece las carreras de grado de Licenciado en Comunicación Social y Licenciado en Diseño de la Comunicación Visual, ambas con una duración de 4 años, y otorga un título intermedio de Técnico universitario en Periodismo o Técnico Universitario en Diseño Gráfico o Técnico universitario en Producción Audiovisual, todos de 3 años de duración.

**Salta:** la Universidad Católica de Salta (UCASAL)<sup>34</sup>, ofrece la carrera de grado de Licenciado en Comunicaciones Sociales, con una duración de 4 años, con un título intermedio de Técnico en Comunicaciones Sociales, con una duración de 3 años. También ofrece, la carrera de Licenciado en Diseño gráfico, con una duración de 4 años, con un título intermedio de Técnico Universitario en Diseño Gráfico, con una duración de 3 años. Otra carrera dentro de la oferta en comunicación es la de Licenciado en Imagen y Sonido, con una duración de 4 años, con un título intermedio de Técnico Universitario en Imagen y Sonido de 3 años de duración. Además, otra carrera que ofrece es la Licenciatura en Periodismo con una duración de 4 años, con un título intermedio de Técnico en Comunicación Periodística de 3 años de duración. Todas estas carreras mencionadas, se dictan en la Facultad de Artes y Ciencias<sup>35</sup> de la UCASAL. Una mención aparte se merece, la formación de grado que se denomina Profesorado en Campo Disciplinar según Titulación de Base, el título que otorga es Profesor/a en (campo disciplinar según titulación de base), con una duración de 2 años. Lo cual implica en el caso de egresados/as de comunicación, que poseen título de técnico en Comunicación, cursando esta carrera pueden graduarse de Profesor/a en Comunicación, dado que es de acuerdo a la titulación de base que adopta su

denominación de titulación curricular. La misma se dicta en la Escuela de Educación y Perfeccionamiento Docente<sup>36</sup> de la UCASAL.

**Tucumán:** la Universidad del Norte de Santo Tomás de Aquino (UNSTA)<sup>37</sup>, ofrece la carrera de grado de Licenciado en Comunicación Social, con una duración de 4 años. Con un título intermedio de Técnico en Periodismo Universitario con 3 años de duración. Se dicta en su Facultad de Ciencias Jurídicas, Políticas y Sociales<sup>38</sup>. Y en su Facultad de Ingeniería<sup>39</sup>, ofrece la carrera de grado de Licenciatura en Diseño Gráfico con una duración de 4 años. Otra carrera también que se ofrece es la Licenciatura en Diseño Multimedial con una duración de 4 años.

**Catamarca:** las universidades privadas que tienen su sede en la provincia, como la Universidad Siglo XXI y la Universidad Católica de Salta, no ofrecen en su oferta académica local carreras de comunicación, ni otras vinculadas a la disciplina.

**Santiago del Estero:** la Universidad Católica de Santiago del Estero (UCSE)<sup>40</sup>, en su sede central de la provincia homónima, ofrece como oferta académica en comunicación, la carrera de Licenciatura en Comunicación Social, con una duración de 4 años y los títulos intermedios de Técnico Universitario en Periodismo o Técnico Universitario en Diseño Gráfico o Técnico Universitario en Producción Audiovisual, todos de 3 años de duración. También brinda la carrera de Licenciatura en Diseño de la Comunicación Visual con 4 años de duración. Además, posee la carrera de Profesorado Universitario en Comunicación Social, de 4 años de duración.

**La Rioja:** en cuanto a instituciones privadas tiene presencia el Instituto Universitario de Ciencias de la Salud Fundación Barceló (FB), y no posee en su oferta académica, carreras que contemplen la disciplina comunicación.

### **Consideraciones finales: comunicación rural como nueva apertura en Jujuy y el NOA**

Recapitulando, como pudo verse en las consideraciones planteadas, la matriz económica del departamento El Carmen, tiene una importante impronta de ruralidad, con producción agrícola, caracterizada por sectores y cultivos tradicionales que han tenido y tienen gran desarrollo en la provincia de Jujuy. Sin dudas en la zona, el tabaco, es el cultivo que emplea mayor mano de obra, tanto en su plantación como en su industrialización, y

además tiene una dirigencia dinámica de fuerte peso político en el plano local, siendo las instituciones tabacaleras quienes más empleo generan, después del estado provincial. En este contexto existen fortalezas que deben aprovecharse, la producción del mejor tabaco del país, la frutihorticultura de primicia, la ganadería que aún no se explota en toda su potencialidad, actividades estas favorecidas por el clima benévolo, el suelo fértil, y su gran sistema de canales de irrigación de agua provista por los mayores diques de la provincia. Otro sector en amplio crecimiento es el turismo donde la región y la provincia en general tienen amplias ventajas, presencia de paisajes naturales y culturales importantes, sumados a un contenido histórico milenario generando una combinación muy atractiva para el visitante. En este sentido como vio el componente patrimonial es muy importante, dado que El Carmen, ubicado en la región de los Valles comparte un “itinerario” turístico y paisajístico con la región de las Yungas, en donde se ubica el Sistema Vial Andino o *Qhapac Ñan*. La similitud de los paisajes naturales predominantemente cubiertos de vegetación permite conectar dichas regiones en el “itinerario” del visitante. Es decir, el paisaje natural y cultural se construye en un camino de similitudes, en una interfaz entre naturaleza, patrimonio y significados sobre tradiciones y costumbres ancestrales resignificadas en un paisaje textual. Este itinerario y paisaje textual, también encuentra su correlato en el discurso de los medios de comunicación de la provincia que promocionan las actividades para desarrollar tanto en la región de los Valles como en las Yungas de manera semejante y analógica dado el verdor de ambas zonas, temporadas altas, con *spot*<sup>41</sup> oficiales que hacen dialogar lagunas, diques y vegetación de los Valles con lagos y flora exuberante de las Yungas.

En relación a toda la oferta académica relevada en las Universidades públicas y privadas de la región NOA, se pudo constatar que la formación y orientación que prevalecen, son las que tradicionalmente constituyeron y constituyen el campo de las comunicaciones en Latinoamérica, es así que se evidencia en casi todas ellas la presencia de especificidades como, periodismo, publicidad, comunicación institucional, diseño gráfico, producción audiovisual, diseño de comunicación visual, cinematografía, televisión, diseño multimedial, imagen y sonido. La única provincia que no presenta oferta académica en comunicación, ni de carácter privado ni público es la provincia de Catamarca. Además, se constató que dos de las Universidades de educación privada, la UCASAL y la UCSE, ofrecen formación de grado en educación, con la titulación de Profesor/a en el campo de la comunicación, lo que demuestra que hay otras demandas comunicacionales emergentes en la sociedad, fuera de las tradicionales. Así que realizada dicha actividad, en este

apartado, propuesta que figura como objetivo de nuestro estudio confirmamos lo expuesto por José Marques de Melo (2001) acerca de que las escuelas de comunicación de Latinoamérica desde sus inicios se ajustaron a los modelos externos, generando la tradición de formar: “comunicadores sociales habilitados para el ejercicio de las profesiones legitimadas por la sociedad (periodistas, publicistas, relaciones públicas, radialistas, cineastas, productores editoriales”. Como se observa en todas las universidades contempladas, con sus respectivas carreras en el orden de las disciplinas dentro de la comunicación y sus variantes no existe la propuesta en Comunicación Rural, que es el campo sobre el cual reflexiona este artículo. Por lo tanto, ante la falta de oferta académica de la orientación considerada, en las universidades del NOA, esta representa una gran oportunidad de aportar valor diferencial a la formación de comunicadores/as en la FHycS-UNJu, teniendo presente todas las características expuestas de la Comunicación Rural, que contribuirían al desarrollo de la región y más aun teniendo en cuenta el contexto, económico, productivo, social y cultural, como el analizado en este artículo que se caracteriza por la ruralidad o en algunos de los casos también puede ser entendida como rurbanidad<sup>42</sup>, acorde a alguno autores, dado que se mezclan y conviven aspectos urbanos y rurales propio de la modernidad, las Nuevas Tecnologías de la Comunicación e Información (TIC) y el crecimiento de las ciudades e instituciones como polos de producción. En este sentido, una orientación en Comunicación Rural, para un/a profesional del campo de la comunicación formado en la Universidad Nacional de Jujuy, puede ser de suma relevancia para desempeñarse como un actor útil y eficiente en esta región.

Como pudo verse en las consideraciones planteadas, la matriz económica del departamento El Carmen, tiene una importante impronta de ruralidad, con producción agrícola, caracterizada por sectores y cultivos tradicionales que han tenido y tienen gran desarrollo en la provincia de Jujuy. Sin dudas en la zona, el tabaco, es el cultivo que emplea mayor mano de obra, tanto en su plantación como en su industrialización, y además tiene una dirigencia dinámica de fuerte peso político en el plano local, siendo las instituciones tabacaleras quienes más empleo generan, después del estado provincial.

En este contexto existen fortalezas que deben aprovecharse, la producción del mejor tabaco del país, la frutihorticultura de primicia, la ganadería que aún no se explota en toda su potencialidad, actividades estas favorecidas por el clima benévolo, el suelo fértil, y su gran sistema de canales de irrigación de agua provista por los mayores diques de la

provincia. Otro sector en amplio crecimiento es el turismo donde la región y la provincia en general tienen amplias ventajas, presencia de paisajes naturalmente impactantes, sumado a un contenido cultural e histórico milenario, generando una combinación muy atractiva para el visitante. Si bien hay una gran afluencia de turistas, por la información que pasa de boca a boca de las personas que nos visitan, y que comparten sus experiencias, comentando de lo hermoso que es la provincia de Jujuy con sus bondades naturales y su gente, con sus tradiciones y costumbres ancestrales. Y los medios de comunicación de la provincia promocionan la actividad en las distintas regiones, en las temporadas altas, con *spot* oficiales de la Secretaría de turismo de la provincia.

Se observa, una deficiencia a nivel TICs, *Internet* principalmente, dado que es escasa la información disponible en la *web*, esto en los tiempos de la sociedad de la información, en que vivimos no resulta concebible, porque hoy todo pasa por la red o el entorno digital. Entonces, esto, que consideramos fundamental, se podría mejorar de manera eficiente, si hubiera más sitios *webs*, que proporcionen información organizada, al instante y actualizada, sobre los servicios y lugares más visitados o acondicionados para el turismo. Lo cual además significaría un campo ocupacional apto para un comunicador/a con perfil rural, que puede asesorar en estas cuestiones de difusión y contenidos.

Es evidente entonces, que en un contexto, económico, productivo, social y cultural, descrito en este capítulo, que se caracteriza por la ruralidad o en algunos de los casos también puede ser entendida como rurbanidad, acorde a alguno autores, dado que se mezclan y conviven aspectos urbanos y rurales propio de nuestra modernidad e invasión de las TICs, y crecimiento de las ciudades e instituciones, que son polos de producción, una orientación en Comunicación Rural, para un profesional del campo de la comunicación formado en la Universidad Nacional de Jujuy, puede ser de suma relevancia para desempeñarse como un actor útil y eficiente en esta región.

## NOTAS

1. Noroeste Argentino. Sitio web:

[https://www.mininterior.gov.ar/municipios/gestion/regiones\\_archivos/NOA.pdf](https://www.mininterior.gov.ar/municipios/gestion/regiones_archivos/NOA.pdf)

2. Región de los Valles. Sitio web: <http://jujuy.gob.ar/geografia/>

3. Región Yungas. Sitio web: <http://jujuy.gob.ar/geografia/>

4. El Comité del Patrimonio Mundial, reunido en Doha (Qatar) bajo la presidencia de la jequesa al Mayassa Bint Hamad Bin Khalifa Al Thani, inscribió esta tarde [el sábado 21 de junio del 2014] tres nuevos sitios en la Lista del Patrimonio Mundial, entre ellos el Qhapaq Ñan, Sistema Vial Andino, que comparten seis países latinoamericanos y es el primer sitio transnacional seriado del continente”. Los corchetes son nuestros.

5. Sitio web: <https://whc.unesco.org/es/actividades/65/>

6. Sitio web: <https://www.indec.gob.ar/>

7. Sitio web: <http://www.dipec.jujuy.gov.ar/>

8. El dique embalse “La Ciénaga” construido en el periodo 1911-1926 fue la primera de las obras de reserva de agua para riego y abastecimiento de agua potable de la provincia de Jujuy. Concebido por el Ingeniero Adriano Borus, profesional jujeño, hoy luego de tantos años de constante servicio sigue manteniendo su insustituible aporte al mantenimiento del desarrollo de la zona de influencia en lo productivo y lo turístico.

9. Los primeros estudios de Las Maderas se realizaron entre los años 1910 y 1911 por el Ingeniero Diego F. Outes, de la Dirección General de Irrigación, que proyectó un sistema de riego que contemplaba la regulación de los derrames del río Perico. Con grandes altibajos económicos el dique se fue construyendo, empleándose prácticamente 90 años para ejecutar los estudios y llegar al fin de la obra. En el año 1978 de lleno y en el 2002 de habilitar la Central Hidroeléctrica

10. Producción de difícil reemplazo. Ningún otro cultivo alcanza el nivel de demanda intensiva de mano de obra de la producción tabacalera. No hay cultivo que pueda reemplazar la escasa superficie que le dedican los productores, la extensión media de la producción agropecuaria en Argentina es de 587 has., la del tabaco es de 3,67 has. (Economía de escala). Efecto multiplicador: los tabacaleros efectúan inversiones considerablemente elevadas en sus campañas. Los ingresos generados quedan en el circuito económico de la provincia lo que produce un enorme efecto multiplicador. Actividades comerciales, industriales, bienes y servicios se movilizan en torno a la actividad tabacalera. La producción de tabaco genera una masa salarial estimada en 55 millones de pesos.

Sitio

web:

[http://www.tabacojujuy.com.ar/noticias/index.php?option=com\\_content&view=article&id=3828:demanda-intensiva-de-mano-de-obra&catid=75:impacto-socio-economico&Itemid=94](http://www.tabacojujuy.com.ar/noticias/index.php?option=com_content&view=article&id=3828:demanda-intensiva-de-mano-de-obra&catid=75:impacto-socio-economico&Itemid=94)

11. Con el renacer del cultivo de la vida, surgió la necesidad de fundar la Bodega “Mis Primeros Frutos”, el 19 de marzo de 2010. Con este acontecimiento se revaloriza las

costumbres y tradiciones cuando en toda la región predominaba el cultivo de la uva, hace más de 60 años atrás. Fue la familia Nan, que gentilmente cedió una vieja casona, situada a 5 km del casco céntrico de Monterrico, hoy refaccionada para el procesamiento de vino y es direccionada por un gran artesano y micro productor, Don Ángel Gómez. Recuperado de: <http://turismo-perico.blogspot.com.ar/>

**12.** Palabra que, en la jerga de la pesca argentina, se entiende a la acción del pez cuando muerde la carnada o cebo, en el caso de los diques carmenses el mayor pique es el del pejerrey, porque es el pez característico de la zona, y el cual se cría también para comercializar, popular por su exquisita carne.

**13.** Página de Facebook Municipalidad de El Carmen: <https://es-la.facebook.com/Municipalidad-de-El-Carmen-Sitio-Oficial-195281310561556/>

**14.** Es una especie de cabaña o casa de dimensiones reducidas que, por lo general, está orientada al turismo. Se trata de una construcción sencilla, de una única planta o piso, que cuenta con las comodidades básicas.

**15.** Universidad Nacional de Rosario (Argentina). Sitio web: <http://www.fcpolit.unr.edu.ar/posgrado/especializacion-en-comunicacion-ambiental>

**16.** Coordinación de Investigación en Comunicación Estratégica – Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (Argentina). Sitio web: <http://bibliocice.inta.gov.ar/bibliocice/?p=212>

**17.** Sitio web: <https://ae-ic.org/rosa-maria-alfaro-socia-de-honor/>

**18.** Sitio web: <http://prietocastillo.com/el-autor>

**19.** Agencia de Extensión Rural Perico. Sitio web: <https://inta.gob.ar/perico>

**20.** Sitio web: [http://www.fhycs.unju.edu.ar/oferta/licenciatura\\_comunicacion\\_social.html](http://www.fhycs.unju.edu.ar/oferta/licenciatura_comunicacion_social.html)

**21.** Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Jujuy. Sitio web: <http://www.fhycs.unju.edu.ar/>

**22.** Sitio web: <http://www.unju.edu.ar/>

**23.** Sitio web: <http://www.fhycs.unju.edu.ar/>

**24.** Sitio web: <http://www.unsa.edu.ar/web/index.php>

**25.** Sitio web: <http://hum.unsa.edu.ar/web/>

**26.** Sitio web: <https://www.unt.edu.ar/>

**27.** Sitio web: <https://www.unt.edu.ar/Facultades/ffilo.php>

**28.** Sitio web: <https://www.unt.edu.ar/CarrerasGrado/cg-escine.php>

**29.** Sitio web: <https://www.unse.edu.ar/>

30. Sitio web: <https://academica.unse.edu.ar/txt-carrera-grado.php>
31. Sitio web: <https://www.unlar.edu.ar/>
32. Sitio web: <https://www.undec.edu.ar/>
33. Sitio web: <http://newsite.ucse.edu.ar/index.php/ucse-sedes/jujuy>
34. Sitio web: <https://www.ucasal.edu.ar/>
35. Sitio web: <https://www.ucasal.edu.ar/artes-y-ciencias-carreras>
36. Sitio web: <https://www.ucasal.edu.ar/carreras/docente-secundario-superior.htm>
37. Sitio web: <http://www.unsta.edu.ar/>
38. Sitio web: <http://www.unsta.edu.ar/juridicas/>
39. Sitio web: <http://www.unsta.edu.ar/ingenieria/>
40. Sitio web: <http://newsite.ucse.edu.ar/>
41. Anuncio televisado o filme publicitario que se caracteriza por su brevedad, y por la concentración de efectos propagandísticos en sólo unos 20 segundos
42. El concepto de rurbanidad es una categoría teórica propuesta por el sociólogo norteamericano Charles Galpin en su texto *Rural Life* (1918) para considerar las transformaciones de las ciudades intermedias que al ampliar sus ejidos generaban espacios ambivalentes entre lo comúnmente denominado rural y lo concebido como urbano. Espacios híbridos que contenían poblaciones con caracteres distintivos, Ni urbano ni rurales, sino una especie de síntesis que bien podría denominarse rurbano. Fenómenos que pueden encontrarse en diversos escenarios de Latinoamérica y otras regiones. Sitio web: <https://www.comunicacionyrurbanidad.org/sample-page/>

## REFERENCIAS

- Beltrán, L. R. (1993, del 23 al 26 de febrero). Comunicación para el desarrollo en Latinoamérica, Una evaluación sucinta al cabo de cuarenta años [Discurso de inauguración] *IV Mesa Redonda sobre Comunicación y Desarrollo organizada por el Instituto para América Latina (IPAL)*, Lima, Perú. [http://www.bantaba.ehu.es/sociedad/files/view/comunicacion\\_para\\_el\\_desarrollo\\_en\\_latinoamerica.pdf?revisio\\_n\\_id=62744&package\\_id=33044](http://www.bantaba.ehu.es/sociedad/files/view/comunicacion_para_el_desarrollo_en_latinoamerica.pdf?revisio_n_id=62744&package_id=33044)
- Biblioteca de Comunicación Estratégica y Desarrollo (2011). *CICE (Coordinación de Investigación en Comunicación Estratégica)*. <http://bibliocice.inta.gov.ar/bibliocice/?p=212>

- Cámara de Industria, Comercio y Turismo de El Carmen (2002). *Carmenses...Un pueblo de más de 400 años*. Disponible en Biblioteca Popular Nuestra Sra. de El Carmen. Ciudad El Carmen. Jujuy.
- Civila Orellana, V. (2019). *Paisaje textual: naturaleza, patrimonio y significados en la Quebrada de Humahuaca*. Buenos Aires, Prometeo.
- Civila Orellana, V. (2014). *Argentina y sus paisajes culturales: patrimonio, folklore y comunicación en la Quebrada de Humahuaca*. Jujuy. Buenos Aires, Malaspina.
- Comunicación y Rurbanidad (2017). *Comunicación y rurbanidad*. <https://www.comunicacionyrurbanidad.org/sample-page/>
- Díaz Bordenave, J. (2004). De la información agrícola a la comunicación para el cambio social. En Cimadevilla, G. y Carniglia, E. (Editores). *Comunicación, ruralidad y desarrollo: mitos, paradigmas y dispositivos del cambio* (pp. 267-276). Ediciones INTA, Buenos Aires.
- Dirección Provincial de Estadísticas y Censos (DIPEC – Jujuy) (s.f). *Datos censales*. [http://www.dipec.jujuy.gov.ar/dc\\_datoscensales.html](http://www.dipec.jujuy.gov.ar/dc_datoscensales.html) .
- Domínguez, A. y Civila Orellana, V. (2013). “Chaya y Patrimonio: una mirada folklórica al acervo riojano y su activación dentro del Itinerario Cultural del Qhpac Ñan (Camino del Inca)”. *Folklore Latinoamericano I /Estevao Amaro dos Rei...* [et. Al.], 1ª ed. Buenos Aires, Instituto Universitario del Arte. Área Transdepartamental de Folklore.–
- FAO (2016). *Comunicación para el Desarrollo Rural. Directrices para la Planificación y la Formulación de Proyectos*. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. Roma. <https://www.fao.org/3/i4222s/i4222s.pdf>
- Gobierno de Jujuy (2022). *Geografía*. <http://jujuy.gob.ar/geografia/>
- Massoni, S. (2002). Historicidad de la comunicación rural en la Pampa Argentina. *Revista de Investigaciones Agropecuarias*, vol. 31, (1), 139-158. <http://www.redalyc.org/pdf/864/86431109.pdf>
- Ministerio del Interior Argentino. *Región del Noroeste*. [https://www.mininterior.gov.ar/municipios/gestion/regiones\\_archivos/NOA.pdf](https://www.mininterior.gov.ar/municipios/gestion/regiones_archivos/NOA.pdf)
- Prats, Llorenç (1997). *Antropología y Patrimonio*, Barcelona, Ariel.
- Prieto Castillo, D. (1991). *Comunicación y reactivación agrícola. Propuesta en IICA para desarrollo sostenible*. Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura.

Rodríguez, C. (s.f). Historia del Patronazgo. *Colección El Carmen, un mundo, una región* (5), p. 2. Escuela Nacional de Educación Técnica N°1 “Ingeniero Luis Michaud”. Asociación Cooperadora. El Carmen. Provincia de Jujuy.

Salinas Aramburu, J. (2001). De la difusión de innovaciones a la comunicación rural. *Punto Cero*, 6(2), 36-39.  
[http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1815-02762001000100008](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762001000100008)



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/).