



NORMAS DE PRESENTACIÓN: RELATOS DE EXPERIENCIAS

ÁREA TEMÁTICA ELEGIDA: N.º 8. Políticas públicas y marcos normativos

ConSuma Agroecología

Arancio Sidoti, Helena¹

Cecchini, María Valeria²; Silvana Guerrero³; De Zan, Julieta⁴;
Cecchini, Mariana; Martinez, Sebastian; Mollo Mamani, Edith Mercedes; Ojeda
Godoy, Valeria Silvana; Simone Arias, Paulina Virginia⁵; Jaimes, Diego⁶.

haranciosidoti@gmail.com

Resumen

Entre Agosto y Noviembre del año 2022 se dictó el Curso de “Asistente en Comunicación y Agroecología” en el marco del Centro de Formación Profesional.

El curso tuvo como trabajo final una campaña social sobre el consumo de hortalizas (o productos) de la agroecología que se difundió por varios canales. La presentación de este relato busca contar la experiencia para que pueda ser replicada en otras localidades, además de difundir el trabajo final del grupo.

Palabras clave: Redes sociales; campaña social, difusión, consumo

Descripción de la experiencia

En el marco de un convenio entre el Foro Argentino de Radios Comunitarias (FARCO) y el Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social de la Nación (MTESS), se crea en el año 2011 el Centro de Formación Profesional (CFP). En Viedma, Río Negro, dicho centro tiene sede en la Fundación Alternativa Popular en Comunicación Social, más conocida como Radio Encuentro.

En conjunto con la Estación Experimental Agropecuaria Valle inferior del Río Negro - convenio Provincia de Río Negro-INTA, bajo la Línea de Fortalecimiento Institucional y Certificación de calidad, se ofrecen durante el 2022 los siguientes 4 cursos de formación: “Asistente en Operación Técnica”, “Asistente en Producción Radiofónica”, “Asistente en Comunicación Audiovisual, Redes y Tecnologías”, y el que nos compete en el relato “Asistente en Comunicación y Agroecología”.

Los cursos tienen los siguientes objetivos:

- Promover saberes y conocimientos en comunicación popular, educativa y comunitaria vinculados al contexto rural de la Comarca Viedma-Patagones;

¹ Colectivo Agroecológico del río Negro

² INTA EEA Valle Inferior Convenio Pcia RN-INTA. AER San Javier

³ INTA EEA Valle Inferior Convenio Pcia RN-INTA

⁴ IDEVI

⁵ Alumnos del curso de Comunicación en Agroecología.

⁶ ENACOM - Fundación Alternativa Popular en Comunicación Social



- Desarrollar capacidades de producción radiofónica, audiovisual y digital en personas que quieran desempeñarse laboralmente;
- Mejorar las condiciones de comercialización de los productos de la agricultura familiar a partir de estrategias de comunicación territorial;
- Fortalecer las articulaciones sectoriales entre organizaciones e instituciones vinculadas a la comunicación y la agricultura familiar.

Específicamente el Curso “Asistente en Comunicación y Agroecología” propone organizar y formalizar un conjunto de roles, tareas y competencias laborales para lograr una mayor definición que permita apoyar de manera más sólida y eficiente los procesos de producción agroecológica desde un punto de vista comunicacional.

Propone así facilitar saberes y herramientas comunicacionales (audiovisuales y digitales) para la producción de mensajes en distintos formatos que permitan aumentar la visibilidad de los productos de la agroecología, para lograr así mayor consumo y crecimiento de estas nuevas prácticas de producción y consumo.

Los principales destinatarios son personas jóvenes y adultas desocupadas o con problemas de empleo de la Comarca Viedma-Patagones. Se propuso llegar a 15 jóvenes y adultos/as capacitados/as.

El curso se dictó semanalmente con encuentros de 3 horas presenciales entre los meses de agosto y noviembre del 2022 y tuvo una duración de 48 horas, y se distribuyó en dos módulos; un primer Módulo sobre los conceptos de agroecología, donde se vieron cuestiones productivas y de consumo dictados por Valeria Cecchini y Helena Arancio Sidoti; y un segundo Módulo sobre comunicación dictado por Julieta de Zan y Silvana Guerrero, con la inclusión de una clase sobre fotografía a cargo de Ramón Espinoza. Las clases fueron dadas en la Estación Experimental del INTA Valle inferior, ubicada en la zona rural a unos 8 km de la ciudad de Viedma, Río Negro.

Resultados y análisis

Se inscribieron 13 alumnos. El curso se dictó los días martes de 15 a 18 hs. Una vez empezado el curso, muchos inscriptos manifestaron dificultades en asistir en el día y horario convenido. La obligatoriedad del 80% de las asistencias para completar el curso y la presentación de un trabajo final llevó a que muchos no pudieran continuar, finalizando el curso 5 alumnos.

Además de las clases teórico - prácticas, el curso incluyó una visita a una chacra agroecológica (Familia productora Laura y Gualberto) y a la Feria Agroecológica. Se conformó un grupo estable y muy diverso, donde los intercambios en cada clase eran muy ricos en contenido, gracias a las distintas trayectorias de los alumnos, tanto en la temática agroecológica como en la comunicacional.

Como trabajo final del curso, los alumnos llevaron adelante una Campaña social sobre el consumo agroecológico, identificando como problema el desconocimiento de los beneficios de la agroecología y la dificultad de cambiar hábitos de consumo.

La campaña está destinada a las potenciales familias consumidoras de productos agroecológicos, más específicamente a quienes deciden la compra y tienen la



responsabilidad de elegir los alimentos. El tono comunicacional elegido es informal y cercano.

La campaña se centró en el consumo, interpelando a los y las consumidores mediante el juego de palabras que surgen de utilizar la palabra “consumo” como “compra” y “consumo/suma” como adverbio de cantidad.

La palabra “consumo” utilizada en estas dos variantes permite abordar los principios de la agroecología, invitando al consumidor a reflexionar sobre su propio consumo y reconociendo a la vez la labor de las y los productores. Además de referirse al acto de consumir como un acto mayor al de comprar, ya que al consumir, decide qué comprar, llevándose no solo un producto, sino una historia y un proceso detrás de él. En otras palabras, el objetivo es ampliar el significado de la palabra consumo, factor clave del sistema productivo, y hacer visible que se trata de una acción consciente desde la perspectiva agroecológica.

Cabe agregar que esa idea surge de una anécdota al reconocernos como consumidores, estando mal vista la palabra, ya que cuando no se aclara, se interpreta como si fuera consumo en exceso, una adicción. Reivindicar la palabra Consumir, lleva al acto de consumo a un plano principal, acción consciente, dándole poder y decisión. El objetivo de la comunicación consistió en crear conciencia en agroecología, como así también, promover y fidelizar el consumo agroecológico, además de dar a conocer a las familias productoras. Interpelar a la población a consumir productos agroecológicos, evidenciando los pilares de la agroecología ejemplificados en valores como la salud, la conciencia, la cercanía, la calidad, el amor, el respeto y el esfuerzo. A su vez, muestra a las familias productoras en su labor cotidiana, lo que permite por un lado ponerle “rostro” a la agroecología de la Comarca y por el otro posibilitar que nuestro público pueda reconocerles o identificarles.

- **ConSumo Respeto:** Agroecología es preguntarse quiénes producen y en qué condiciones.
- **ConSuma Cercanía:** Agroecología es priorizar el consumo local y de estación.
- **ConSumo Esfuerzo:** Agroecología es fomentar precio justo valorando el trabajo de las familias productoras.
- **ConSuma Salud:** Agroecología es producir sin agroquímicos cuidando a las personas y al medio ambiente.
- **ConSuma Conciencia:** Agroecología es reciclar y hacer un uso responsable de los bienes comunes.
- **ConSuma Calidad:** Agroecología es aceptar que las frutas y verduras no son estandarizadas ni uniformes.
- **ConSumo Amor:** Agroecología es establecer vínculos empáticos entre productores y consumidores.

Las imágenes fueron diseñadas en distintos formatos adaptables a las redes sociales. Se realizaron impresiones sobre un plástico (utilizado para las campañas en la vía pública) y se exponen en todas las ferias agroecológicas locales.

Los spot radiales que acompañan cada imagen, a los cuales se puede acceder a través de un QR, son pasados por la Radio Encuentro como separadores entre programas.



III CONGRESO ARGENTINO
DE AGROECOLOGÍA



AGROECOLOGÍA ES PREGUNTARSE QUIÉNES PRODUCEN Y EN QUÉ CONDICIONES



AGROECOLOGÍA ES PRIORIZAR EL CONSUMO LOCAL Y DE ESTACIÓN



AGROECOLOGÍA ES PROMOVER PRECIOS JUSTOS VALORANDO EL TRABAJO DE LAS FAMILIAS PRODUCTORAS



AGROECOLOGÍA ES PRODUCIR SIN AGROQUÍMICOS CUIDANDO A LAS PERSONAS Y AL MEDIO AMBIENTE





**AGROECOLOGÍA ES RECICLAR Y
HACER UN USO RESPONSABLE DE
LOS BIENES COMUNES**



**AGROECOLOGÍA ES ESTABLECER
VÍNCULOS EMPÁTICOS ENTRE
PRODUCTORES Y CONSUMIDORES**



Figura 1-6: Proyecto final del Curso Comunicación Agroecológica: “Consuma Agroecología”

Posteriormente la campaña trasciende y en el mes de la agroecología, primero se visualizan en la Expo IDEVI, feria de exposición local realizada a mediados de noviembre y luego el INTA difunde las imágenes a nivel nacional.

El concepto “conSUMA Agroecología” nacido del trabajo final continúa haciendo eco, y es hoy un pilar de los productos creados desde el proyecto de Extensión del CURZA, Universidad Nacional del Comahue “CONSTRUYENDO SENTIDOS PARA PROMOVER EL CONSUMO DE LA PRODUCCIÓN AGROECOLÓGICA LOCAL Y LA SOBERANÍA ALIMENTARIA COMO PARADIGMA” En dicho proyecto colabora la Cooperativa de Trabajo Minga limitada y el curso de Economía Social del CET N°40

Agradecimientos

Agradecer enormemente a Diego Jaimes por la propuesta y Silvana Guerrero por la organización del Curso.

A los docentes del curso: Arancio Sidoti, Helena; Cecchini, María Valeria; De Zan, Julieta; Espinoza, Ramón



Y a los integrantes del Curso, creadores del trabajo final: Cecchini, Mariana ; Martinez, Sebastian; Mollo Mamani, Edith Mercedes; Ojeda Godoy, Valeria Silvana; Simone Arias, Paulina Virginia.