

BENEMÉRITA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE PUEBLA

**Facultad de Ciencias de la Comunicación
Licenciatura en Comunicación**

Tesis

**“Proyecto de Comunicación para el desarrollo
De la Ganadería Vacuna en Chiautla de Tapia”**

ALUMNO:

Manuel Téllez Acevedo

Matrícula:

201023659

DIRECTOR:

Dra. Abril Celina Gamboa Esteves

21 de febrero de 2018

Índice

Introducción	5
Capítulo 1. Planteamiento del Problema	8
1.1 Preguntas de investigación	9
1.2 Objetivos	9
1.2 Justificación	10
Capítulo 2. Marco Contextual: El Municipio de Chiautla en el Estado de Puebla y Chiautla de Tapia.	12
2.1 El Municipio de Chiautla de Tapia en el Estado de Puebla.	12
2.2 La Ciudad de Chiautla de Tapia:	17
2.3 Historia de Chiautla de Tapia	19
Capítulo 3. Marco teórico	24
3.1 Medir lo comunicacional indicándonos el camino	27
3.2 ESTRATEGIA COMUNICATIVA COMO DISPOSITIVOS	29
3.3 OBJETIVOS EN EL DISEÑO DE UNA ESTRATEGIA COMUNICATIVA	31
3.4 Comunicación para el desarrollo. Generalidades.	32
3.5 Herramientas de la comunicación para el desarrollo.....	36
3.6 La comunicación al servicio del desarrollo. Teóricos y transformación.	37
Capítulo 4. Apartado metodológico.....	39
4.1 Enfoque de investigación	39
4.2 Técnicas de investigación	41
4.3 Instrumentos de investigación.	42
4.3.1 Diario de campo.....	42
4.3.1.1 Formato diario de Campo	43
4.3.2 Taller participativo: Versión técnica comunicacional	44
Capítulo 5. Análisis de datos	53
5.1 Test de Foto problemas.....	53
5.2 Test de modos y formas comunicacionales	56
5.3 Test de Transposición Temporal	60
5.4 Análisis de marcas de racionalidad.....	64
Capítulo 6. Diseño de estrategia desde la C4D	69
Conclusiones, observaciones y recomendaciones	76

Bibliografías.....	83
Anexos	85

Índice de imágenes

Imagen 1 Ubicación de Chiautla de Tapia	12
Imagen 2 Escudo de Chiautla de Tapia	12
Imagen 3 Mapa de Chiautla de Tapia	18
Imagen 4 Ex Convento de San Agustín.....	20
Imagen 5 Palacio Municipal de Chiautla de Tapia	20
Imagen 6 Parroquia de San Agustín	20
Imagen 7 Vista de la Ciudad	21
Imagen 8 Vista nocturna de la ciudad.....	21
Imagen 9 Los linderos	21
Imagen 10 Represa El Platanar	22
Imagen 11Ganadería en Chiautla	22
Imagen 12Cabalgata en la feria de Chiautla.....	22
Imagen 13 Problemas con la sequía y la ganadería	23
Imagen 14 Versión técnica comunicación.....	46
Imagen 15 Cuestionario de preguntas cerradas a los ganaderos de Chiautla de Tapia	48
Imagen 16 entrevista de preguntas abiertas a ganaderos de Chiautla de Tapia	50
Imagen 17 Test de foto problemas formato jpg.....	55
Imagen 18 Test de modos y formas comunicacionales	57
Imagen 19 Test de modos y formas comunicaciones	58
Imagen 20 Test de modos y formas comunicacionales	58
Imagen 21 Test de modos y formas comunicacionales	59
Imagen 22 Test de modos y formas comunicacionales	59
Imagen 23 Test de modos y formas comunicacionales	60
Imagen 24 Test de transposición temporal jpg	62

Índice de Tablas

Tabla 1 Datos Generales Municipio Chiautla	13
Tabla 2 Geografía de Chiautla	14
Tabla 3 Estadísticas agropecuarias 2014 Chiautla, Puebla.....	16
Tabla 4 Estadísticas económicas. Chiautla	16
Tabla 5 Formato de diario de campo	44
Tabla 6 Test de fotoproblemas.....	51
Tabla 7 Test de modos y formas de comunicación.....	51
Tabla 8 Test de transposición temporal	51
Tabla 9 Análisis y prescripción mediante marcas de racionalidad comunicacional	52
Tabla 10 formato de taller de capacitación.....	70

Introducción

La presente investigación se refiere al tema de ganadería vacuna, en el municipio de Chiautla de Tapia, Puebla, que se puede definir como el medio comercial de subsistencia en la mayoría de los pobladores de dicha localidad.

La ganadería vacuna se caracteriza principalmente porque es la actividad laboral ejercida en un porcentaje mayor por distintos grupos ganaderos, de escala mayor, mediana y menor.

Para poder profundizar y analizar la problemática de este tema, se tomó en cuenta a un pequeño grupo micro productor de ganado vacuno correspondiente a la región de Chiautla de Tapia. Y así, poder mencionar algunas de las causas. Una de ellas es que los ganaderos no se favorecen en las actividades de producción ganadera, los ganaderos no tienen orientación para una mejora interpersonal y no cuentan con información adecuada para el uso de herramientas comunicativas que puedan contribuir a la mejora de dichos problemas.

La investigación de este tema se realizó por el interés de conocer la manera en que la comunicación para el desarrollo contribuye aportando una herramienta comunicativa como estrategia de desarrollo social, y así favorecer al grupo de ganaderos involucrado en este proyecto.

Por otra parte tener otra perspectiva más profunda del trabajo de los ganaderos de Chiautla de Tapia, es decir, el conocer el tipo de actividades que realizan dentro del ámbito ganadero y así poder involucrar la comunicación en temas de desarrollo social como este.

En el capítulo uno de este proyecto se presenta el planteamiento de problema, donde se define cual es la problemática por el cual se llevó a cabo esta investigación, así mismo se encuentra las preguntas de investigación, los objetivos y la justificación.

En el capítulo dos, se presenta el marco Contextual del municipio de Chiautla en el Estado de Puebla, donde se muestran datos de colindancia, estadísticas de habitantes, tipo de clima, economía e historia de Chiautla de Tapia.

En el capítulo tres se presenta el marco teórico, donde se expone la C4D desde puntos de vista de autores que han aportado estudios acerca de la comunicación para el desarrollo.

En el capítulo cuatro se presenta el apartado metodológico donde se expone el enfoque de investigación, las técnicas y los instrumentos.

Para el apartado metodológico de esta investigación se realizó un diario de campo, el cual, se tomaron apuntes de las actividades que realizan los ganaderos en su vida cotidiana, también, se realizó una entrevista y encuesta a cada integrante del grupo de productores involucrado en este proyecto, posteriormente se llevó a cabo en conjunto un taller participativo para determinar los puntos principales de la mala producción ganadera, y así, dar paso al diseño de una estrategia comunicativa.

En el capítulo cinco de esta investigación, se presenta el análisis de datos, son los resultados que se representan en tablas y graficas con detalle de lo que se ha obtenido a través del trabajado con el grupo de ganaderos involucrados en este proyecto.

Después se encuentra el capítulo seis, el diseño de la estrategia desde la C4D, donde se presenta la herramienta comunicativa que pretende orientar y contribuir a la mejora del intercambio de información adecuado entre los ganaderos involucrados en este proyecto y para fortalecer la integración de este grupo como comunidad.

Posteriormente se presenta el apartado de conclusiones, observaciones y recomendaciones, donde se exponen algunos obstáculos que se presentaron durante la investigación, que se recomienda para futuros estudios relacionados con el tema de ganadería vacuna y que se observó durante este trabajo.

Por último, se presenta las bibliografías y anexos, en este apartado se encuentra los detalles del trabajo de investigación que llevo a cabo con este grupo de ganaderos en Chiautla de Tapia.

Capítulo 1. Planteamiento del Problema

Este trabajo pretende integrar herramientas de la comunicación para el desarrollo a un proyecto de apoyo a pequeños productores de ganadería vacuna, en Chiautla de Tapia, en el estado de Puebla, que sólo se dedican a la compra venta de ganado y, en consecuencia, se carece de una producción propia que incentive el intercambio información para una mejora de su situación actual.

A partir de lo que se ha observado in situ, estos ganaderos cuentan con ciertas herramientas digitales para el intercambio de información, pero hasta el momento se aprecia un uso mínimo de ellas, es decir, carece de una orientación comunicativa que les permita el uso adecuado de dichas herramientas, lo cual incide muy poco en sus interacciones productivas cotidianas, que se considera como un problema de origen.

Para plantear la problemática anterior, que fundamenta la necesidad de este estudio, nos basamos en el rancho del Sr. Domingo Téllez Cazares y cinco ganaderos que forman parte del proyecto comunitario dentro del mismo: Miguel Ángel Téllez Acevedo, Efraín Acevedo Ramos, Rosalino Acevedo Ramos, Iván Téllez Miranda y Juan Carlos Ruiz Herrera, con el objetivo de lograr un diagnóstico de la calidad de sus interacciones comunicativas desde la propuesta de la comunicación para el desarrollo, o conocido también por sus siglas, C4D. Con el propósito de mejorar el uso de herramientas comunicativas para el intercambio de información y que, idealmente, impacte favorablemente en la productividad entre la comunidad de ganaderos que conforman en su zona de trabajo, por ello, se plantean las siguientes preguntas.

1.1 Preguntas de investigación

General:

¿De qué manera las herramientas comunicativas orientadas al desarrollo contribuyen a mejorar el intercambio de información en este grupo de ganaderos de Chiautla de Tapia, Puebla, con la intención de favorecer las actividades de la producción ganadera?

Específicas:

1. ¿Cuáles son las herramientas comunicativas orientadas al desarrollo para incidir en la mejora de las actividades de la producción ganadera de este grupo?
2. ¿Cuáles son las herramientas comunicativas orientadas al desarrollo para incidir en la mejora del intercambio de información entre este grupo ganadero?
3. ¿De qué manera las herramientas comunicativas orientadas al desarrollo fortalecen la integración personal de este grupo ganadero?

1.2 Objetivos

General: Describir la contribución de las herramientas comunicativas orientadas al desarrollo para el intercambio de información entre el grupo de ganaderos elegido en la comunidad de Chiautla de Tapia, Puebla, y que se enfocan a favorecer las actividades de la producción ganadera.

1.2.1 Objetivos específicos

1. Identificar las herramientas comunicativas orientadas al desarrollo para incidir en la mejora de las actividades de la producción ganadera en este grupo de ganaderos de Chiautla de Tapia, Puebla.

2. Identificar las herramientas comunicativas orientadas al desarrollo para incidir en la mejora del intercambio de información entre este grupo ganadero.
3. Orientar las herramientas comunicativas de desarrollo para fortalecer la integración de este grupo ganadero como comunidad.

1.2 Justificación

La comunicación es el proceso esencial para el buen funcionamiento de las sociedades humanas. El intercambio de mensajes en el esquema clásico aristotélico entre los individuos es complejo porque requiere de un emisor, un receptor, un mensaje, un canal, un código y una retroalimentación que indique que se ha logrado la transmisión efectiva de un mensaje.

A diferencia de la comunicación institucional que refuerza una imagen corporativa (Sotelo, E., 2008, p. 80), la comunicación para el desarrollo hace uso de herramientas para la incidencia social. Mientras la primera busca informar, rendir cuentas, crear visibilidad y establecer Relaciones Públicas, la comunicación para el desarrollo conocido también por sus siglas, C4D permite facilitar el acceso a la información, involucrar y participar, empoderar y combatir y aprender.

La ganadería es una actividad primaria de la economía en Chiautla de Tapia, que se ubica en el sureste del estado de Puebla, esta actividad es primordial para los ciudadanos de dicha localidad, de modo que es parte de su fuente económica, se hace la compraventa de ganado vacuno, se distribuye en carnicerías, a los negocios de producción con carne como las taquerías, fondas, restaurantes, etc.

El problema identificado, mediante observación in situ en esta zona, es que algunas de las dificultades que enfrenta la producción económica y efectiva de los ganaderos de Chiautla de Tapia es la falta de agua en las tierras de estancia ganadera, ya que es un lugar cálido seco y se escasea con facilidad, así también la falta de forraje, es decir, alimento para ganado vacuno; otra fuente de alimento que escasea son los pastizales y la milpa seca, conocida también como zacate. Los ganaderos no tienen otras alternativas para una mejor distribución o venta del ganado en el mercado.

Por lo anterior, lo que la C4D plantea en este proyecto son herramientas comunicativas para compartir información relativa a la identificación de otras formas alternativas de producción, con el mismo ganado vacuno, para la mejora de la producción económica y la comunicación interpersonal en este grupo de ganaderos de Chiautla de Tapia.

Capítulo 2. Marco Contextual: El Municipio de Chiautla en el Estado de Puebla y Chiautla de Tapia.

2.1 El Municipio de Chiautla de Tapia en el Estado de Puebla.

El Estado de Puebla, cuya capital es la ciudad de Puebla, tiene una extensión de 33,902 km² y cuenta con 217 Municipios. Su población total es de 5,383,133. Sus límites son: Al Norte con los estados de Hidalgo y Veracruz; al Sur con los estados de Guerrero y Oaxaca; al Este con los estados de Oaxaca y Veracruz; al Oeste con los estados de Guerrero, Hidalgo, México, Morelos, Tlaxcala.

El Municipio de Chiautla es uno de los 217 municipios del Estado de Puebla (Ver mapa):

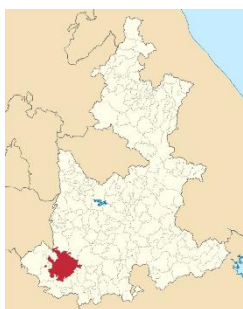


Imagen 1 Ubicación de Chiautla de Tapia



Imagen 2 Escudo de Chiautla de Tapia

Imagen 1 y 2: Localización del Municipio de Chiautla en el Estado de Puebla y Escudo que representa el municipio de Chiautla de Tapia.¹

Toponimia: El nombre se origina de las raíces nahuas *chiahuatl*, cieno lodo grasiento; *tla* , partícula abundancia; en conjunto significa “*Lugar pantanoso*”.

Cuadro 1. Datos generales, Municipio Chiautla de Tapia

Tabla 1 Datos Generales Municipio Chiautla

Coordenadas	 18°17'57"N 98°36'10"O  Coordenadas: 18°17'57"N 98°36'10"O (mapa)
Cabecera municipal	Ciudad de Chiautla de Tapia
Entidad	Municipio
País	México
Estado	Puebla
Presidente municipal	Jesús Castro Rames
Superficie	Total 804,30 km ² se ubica en el 1er lugar con respecto a los demás municipios del estado.
Altitud	Meida 986 msnm, Máxima 2000 msnm, Mínima, 800 msnm
Población (2010)	Total 19 037 hab 2
Código INEGI	20047

Fuente: Enciclopedia de Municipios y delegaciones del estado de Puebla

El municipio de Chiautla, se localiza en la parte suroeste del estado de Puebla. Sus coordenadas geográficas son los paralelos 18° 07' 48" y 18° 09' 42" de latitud norte y los meridianos 98° 21' 00" y 98° 48' 06" de longitud occidental. Sus limitaciones son: al Norte limita con el municipio de Chietla e Izúcar de Matamoros, Al Sur colinda con los municipio de Xicotlán, Chila de la Sal y Cohetzala, Al Oeste colinda con los

municipio de Tehuitzingo y Axutla, Al Poniente colinda con los municipio de Huehuetlán el chico y Cohetzala.²

El Municipio de Chiautla, Región Mixteca, está formado por las siguientes localidades: Acontla (Los Oropeza), Agua del Amate, Agua Dorada, Agua Hedionda, Almolunca, Amate Prieto, Ayacaxtla, Cañada Grande, Carrizalillo, Cascalote de Bravo, Centeocala, Chahuapa, Chiauuzumba, Ciudad de Chiautla de Tapia, Cristo Rey, Cruz Blanca (Titilintzín), Cruz Verde, El Ahuehuete (El Pochote Boludo), El Ahuehuete Gordo (Los Ladrillos), El Capire, El Cordoncillo, El Guamúchil (Colonia el Guamúchil), El Pochote, El Rosario (Puente de los Inocentes), El Sauce, El Tecomil, El Vado, La Cantera (San Miguel la Cantera), La Ciénega, La Ciénega (San Miguel la Ciénega) y La Palma.

¹ <http://mexico.pueblosamerica.com/puebla/chiautla>.

<https://www.inegi.org.mx/>

Cuadro 2. Geografía de Chiautla

Tabla 2 Geografía de Chiautla

Orografía	Se localiza una gran diversidad morfológica, ya que su territorio es recorrido por 34 unidades, y se presenta una divisoria entre dos unidades. Presenta dos formaciones montañosas importantes: una al norte que culmina con los cerros Tecorral, Grande y La loreta; y prácticamente divide el Valle de Chiautla de Matamoros. La segunda, al suroeste, indica el inicio de contrafuerte meridional del sistema volcánico transversal, además se localizan los cerros Huitlalo, Toztle, Tequichihuitla y Zinacatlán. Del río Atoyac y al oriente, todavía dentro del municipio, se inicia la sierra de Acatlán. El resto del municipio forma parte del Valle de Chiautla, aunque sólo los alrededores de la cabecera municipal pueden considerarse estrictamente planos; el resto lo constituyen sistemas montañosos que llegan a niveles mayores de 200 metros sobre el nivel del mar.
------------------	---

Hidrografía	Pertenece a varias subcuencas hidrográficas. La primera, la subcuenca del río Atoyac, cubre todo el centro y oriente del municipio la corriente principal es permanente y sirve de límite con Chila de la Sal y Xicotlán; algunos de sus afluentes temporales forman barrancas importantes como la de Cohuayote, Epazutla y Cañada Grande. La del río Nexapa, afluente del Atoyac, cubre el occidente del municipio, con arroyos temporales que han formado algunas barrancas como la del Platanar y la de los Atopiles. Una pequeña parte de la subcuenca del río Mixteco se localiza al sudeste del municipio, y también sirve de límite con Chila de la Sal.
Clima	En el municipio se pueden identificar dos variantes de climas cálidos y uno de clima seco. Semiseco muy cálido; se presenta al sur y sudeste del municipio a lo largo de la ribera del río Atoyac. Semicálido subhúmedo con lluvias en verano; se localiza en las formaciones montañosas del norte del municipio, cálido subhúmedo con lluvias en verano; se localiza al occidente, centro, oriente y extremo sudeste.
Ecosistemas	Vegetación predominante; selva baja, matorrales encinosos dispersos en todas direcciones, además dentro de la flora tenemos: la cubata, palo blanco, guamuchil, zopilote, cuachalalate, sompance, cazahuate, ceiba, tecohuixtle, guaje, uña de gato, tepeguaje, olinolue, parota, albacar, cuajilote, cuatecomate. Dentro de los comestibles: pelo de coyote, frailes, cuasca; plantas: ballos, pápalo, quintoniles, verdolagas, epazote, hierbabuena. Dentro de la fauna existe una gran variedad como: el zorrillo, zorro, coyote, conejo, venado, onzas, zopilote, colibrí, palomas, cardenales, hurracas, cuaquixteco, chivillo, víbora de cascabel, víbora sorda, ratonera, mazacuata, coralillo, alacranes, iguana, camaleón, arañas, tarántulas, hormiga brava, colorada y arriera.
Recursos Naturales	Minería. Dentro de esta rama podemos observar algunos yacimientos de los siguientes minerales: cantera de piedra, mármol, cuarzo, bentonita, pedernal, además de matorrales de encino aptos para la explotación.
Suelos	Pueden reconocerse 5 grupos de suelo: Regosol: Es el suelo que ocupa mayor extensión en el municipio; se observa como una masa uniforme que abarca todo el sur, este y parte del norte. Feozem: Se localiza al centro y oeste del municipio, ocupando una gran extensión. Litosol: Se localiza en 2 áreas al norte. Rendzina: Aparece en el suroeste del municipio abarcando un área grande. Luvisol: Se localiza en un área restringida del extremo oeste.

Fuente: Enciclopedia de Municipios y delegaciones del estado de Puebla

Caracterización de Ayuntamiento . El municipio cuenta con un Presidente Municipal, un Síndico, y 8 Regidores, así como también cuenta con 6 comités los cuales son: Agua, Parques y Jardines, C.I.R.C.E.R., Casa de Cultura, Mercados y Panteones.

Población 2010 19,037 Habitantes.

Densidad de población 23.6 Habitantes (Km 2)

Tipo de municipio con marginación muy alta y alta y municipios de media marginación. ³

Cuadro 3. Estadísticas agropecuarias. 2014. Chiautla, Puebla.⁴

Tabla 3 Estadísticas agropecuarias 2014 Chiautla, Puebla

Agropecuaria 2014	Monto. Millones de pesos	Porcentaje en relación al estado %	Lugar que ocupa en el estado
Valor de la producción agrícola	52,6312	0,40	75
Valor de la producción de carne en canal (bovino, porcino, ovino, aves y guajolote)	15.3873	0.12	92
Valor de la producción de otros productos	4.0481	0.03	107

Cuadro 4. Estadísticas económicas. Chiautla.⁵

Tabla 4 Estadísticas económicas. Chiautla

Economía 2013	En el municipio	Porcentaje en relación al estado %	Lugar que ocupa en el estado

³ SEDESOL, 2014.

⁴ Fichas municipales, Chiautla. Comité Estatal de información Estadística y geográfica del Estado de Puebla.

(Disponible en <http://www.coteigep.puebla.gob.mx> (Consultado 15/04/2017)

www.ipomex.org.mx/ipo SAGAPA (SIAP) e INAFED 2005.

⁵ INEGI. Censos económicos , 2014. Resultados definitivos. (Disponible en <http://www.coteigep.puebla.gob.mx> (Consultado 10/4/2017).

Población ocupada	1,788	0.20	53
Hombres	858	0.18	54
Mujeres	930	0.24	51
Sector primario	11	1.09	22
Sector secundario	213	0.08	89
Sector terciario	1564	0.26	40
Unidades económicas	1,013	0.40	41
Producción Bruta Total (Millones de Pesos)	130	0.03	60
Valor Monetario de la Producción (Millones de Pesos)			
Sector primario			
Sector secundario	0.20	0.47	14
Sector terciario	14	0.01	75
	61	0.10	43

2.2 La Ciudad de Chiautla de Tapia:

La Ciudad de Chiautla de Tapia está situada en el Municipio de Chiautla a 1015 metros de altitud. Cuenta con 10,320 habitantes 54,21% de la población municipal (5,284 mujeres y 4661 hombres) situado en el Estado de Puebla, con un ratio de fecundidad de 3.03 hijos por mujer.

El 6,21% de la población proviene de fuera del Estado de Puebla. El 0,74% de la población es indígena, el 0,32% de los habitantes habla alguna lengua indígena pero también español. El 9,04% de la población es analfabeta (el 7,38% de los hombres y el 10,54% de las mujeres). El grado de escolaridad es del 8.18 (8.51 en hombres y 7.90 en mujeres).

Grado de marginación de la localidad Bajo



Imagen 3 Mapa de Chiautla de Tapia

La Ciudad de Chiautla de Tapia está situada en el Municipio de Chiautla 1015 metros de altitud. Cuenta con 19037 habitantes (9191 hombres y 9846 mujeres) situado en el Estado de Puebla, con un ratio de fecundidad de 3.03 hijos por mujer. El 6,21% de la población proviene de fuera del Estado de Puebla. El 0,74% de la población es indígena, el 0,32% de los habitantes habla alguna lengua indígena pero también española. El 9,04% de la población es analfabeta (el 7,38% de los hombres y el 10,54% de las mujeres). El grado de escolaridad es del 8.18 (8.51 en hombres y 7.90 en mujeres).

En Ciudad de Chiautla de Tapia hay 3561 viviendas. De ellas, el 98,40% cuentan con electricidad, el 67,54 % tienen agua entubada, el 95,33% tiene excusado o sanitario, el 66,55% radio, el 89,17% televisión, el 81,54% refrigerador, el 71,14% lavadora, el 29,83% automóvil, el 22,31% una computadora personal, el 47,47% teléfono fijo, el 52,45% teléfono celular, y el 8,08 % Internet.

2.3 Historia de Chiautla de Tapia

Chiautla de Tapia fue fundada aproximadamente en el año de 1535, el vocablo procede del *chiauitl*, que significa lodo grasiento o cenagoso y *uhtla* sinónimo de tla, que denota abundancia, de ahí resulta el término *CHIAUTLA* con el significado *donde abunda el cieno o lodo espeso y hediondo*.

En un principio se le llamaba *Chiautla de la Sal*, pero más tarde un decreto expedido en el año de 1874 por el Supremo Gobierno del Estado, dispuso que se llamara *Chiautla de Tapia*, para perpetuar la memoria del valeroso *Don Mariano Antonio Tapia* quien fuera vicario en Tlapa Guerrero y coronel insurgente, de las fuerzas del Siervo de la nación durante la época de la independencia.

Se cree que la fundaron los chichimecas y los nahuas, éstos últimos se ubicaron en Ixhuatlán, poco después se instalaron en Nexcuezcómatl, estas dos tribus tuvieron grandes enfrentamientos por la posesión de la tierra, pero a la llegada de los españoles, fueron obligados a fundar el barrio que hoy se conoce con el nombre de San Miguel.

Poco después llegaron los monjes agustinos y fundaron un convento edificando la parroquia de *San Agustín*, por eso se le conoce también como *Chiautla de San Agustín*, nombre que en la actualidad sigue usando en su correspondencia eclesiástica.

En los inicios de la Independencia de México, Chiautla, fue importante bastión de las fuerzas de José María Morelos y Pavón, e incluso fueron sus habitantes los que proveyeron en varias ocasiones de alimentos a los pobladores de Cuautla cuando la población morelense fue sitiada. En varias ocasiones fue escenario de los combates entre insurgentes y realistas.



Imagen 4 Ex Convento de San Agustín



Imagen 5 Palacio Municipal de Chiautla de Tapia



Imagen 6 Parroquia de San Agustín



Imagen 7 Vista de la Ciudad



Imagen 8 Vista nocturna de la ciudad



Imagen 9 Los linderos



Imagen 10 Represa El Platanar



Imagen 11 Ganadería en Chiautla



Imagen 12 Cabalgata en la feria de Chiautla



Imagen 13 Problemas con la sequía y la ganadería

Capítulo 3. Marco teórico

La comunicación para el desarrollo es “una disciplina de comunicadores y comunicadoras que permite mantener un diálogo horizontal, fomentar la participación local y empoderar a la gente, es tarea de todas y todos, Proporciona herramientas y procedimientos para lograr estos objetivos”. (Jenatsch,T., & Bauer, 2014 p. 8-10)

Una comunicación apropiada da valor adicional a los procesos en desarrollo, es clave para un trabajo de información y diálogo, por ejemplo, autoridades y ciudadanos, por lo tanto es herramienta para proponer debates, soluciones y tratar de incidir en cambios políticos y sociales, por ello mismo, inspira y motiva el trabajo diario para comunicadores y encargados de proyectos, medios tanto tradicionales como nuevos.

Existe una diferencia fundamental entre la comunicación institucional, que permite dar a conocer lo que se hace e informar sobre acciones, y la comunicación para el desarrollo, que es, en palabras de Alfonso Gumucio Dagron, “un proceso que sucede con los programas en el nivel donde está la gente y permite que [esta] exprese su voz, participe y se apropie de los proyectos; este tipo de comunicación es lo que fortalece las capacidades nacionales” (2011, pp 26-36). Se diferencia de la institucional por sus objetivos y en cuanto a las exigencias a las que debe responder el comunicador o comunicadora, ya que utiliza otros métodos y modelos de orientación (Gumucio Dagron, 2011).

La comunicación para el desarrollo, conocida como C4D (por su traducción del inglés *Communication for Development*) es una herramienta para la incidencia social y política, que promueve la participación social a través de métodos e instrumentos de la comunicación interpersonal, medios comunitarios y tecnologías modernas de información. (Jenatsch, T., Bauer, R., 2014, p. 7)

Visto así la comunicación para el desarrollo facilita el acceso a la información, motiva el involucramiento y participación, alienta el empoderamiento, el sentido colectivo inspirado en la solidaridad y el aprendizaje.

Las características de la C4D son la comunicación interpersonal y el uso de medios tradicionales y nuevos. Comunicar para el desarrollo significa establecer un diálogo, apoyar el cambio social y comunicar con sensibilidad para el entorno cultural. Es una actividad que implica una actitud o disposición favorable al cambio, por ello, lo que importa más no es la herramienta sino el fin con qué se hace.

La C4D se fundamenta en el diálogo, la comunicación participativa que contribuye al cambio de actitudes y mentalidades; su tarea básica es crear oportunidades para que las personas se transformen en protagonistas de un autodesarrollo.

Una función más de las C4D es lograr una comunicación con sensibilidad cultural, es decir que haga uso de los recursos locales, para reflejar el sentir de las comunidades. Lo esencial que se debe aplicar en la práctica de la C4D. Es que debe responder ¿qué es lo que queremos lograr?, las variantes pueden ser persuadir, concientizar, motivar, movilizar, educar, recrear, empoderar. Variantes que se definen en función de lo que la comunidad plantea y el comunicador para el desarrollo contribuye.

La comunicación para el desarrollo debe facilitar el acceso a la información y al conocimiento, tanto de los derechos, como los modos de vida adecuados y la producción eficiente mediante la eficacia de la comunicación. La gente informada está mejor preparada para ser parte activa en procesos de cambio social. La C4D facilita esto cuando trabaja con medios nacionales o comunitarios, boletines locales o apoyos diversos a la educación o la información vía internet, por ejemplo. (Jenatsch, T., Bauer,R., 2014, p.14)

La cooperación para el desarrollo coadyuva en la promoción de la participación, para lograr proyectos planificados e implementados con la colaboración de la población, proyectos por ello, más sostenibles y duraderos debido al grado de apropiación que de ellos hacen las mismas comunidades, puesto que responden a

sus intereses y no a los que se imponen del exterior. Para ello, la C4D se apoya en diálogos realizados mediante formas y de comunicación inclusivos, que se lleven a cabo en condiciones de transparencia e igualdad. Estos pueden se pueden implementar a través de la organización de debates públicos, foros radiofónicos o por internet.

La comunicación para el desarrollo permite dar voz a las personas excluidas, empoderarlas, ya que los medios de comunicación en México como casi en todos los países en desarrollo, suelen reflejar la óptica de las élites económicas o sociales, excluyendo a los grupos mayoritarios que suele vulnerar: pobres, mujeres, ancianos y niños. La C4D contribuye al uso de los medios de comunicación para expresar opiniones y necesidades o ser portavoces de sus propias causas; a que sean escuchadas y participen en el diálogo nacional, desde sus propias tribunas. Debe buscar nuevos canales si están cerrados, transformarse en una herramienta poderosa para romper el aislamiento, aumentar la incidencia política y fomentar la inclusión social de grupos marginados. (Jenatsch, T., Bauer,R.,2014, p.15).

El Congreso Mundial sobre Comunicación para el Desarrollo, efectuado en Roma en 2006, señaló las bases de su tarea:

La comunicación para el desarrollo es un proceso social basado en el diálogo, persigue un cambio en distintas áreas, como escuchar, generar confianza, intercambiar conocimientos y capacidades, construir procesos políticos, debatir y aprender para lograr un cambio sostenido y significativo. (Jenatsch, T., Bauer,R.,2014, p.15)

La cooperación al desarrollo abarca una enorme variedad de actores desde ministerios estatales, autoridades municipales, Organizaciones, No gubernamentales sector privado, donantes internacionales y otros elementos para mejorar la calidad de la comunicación y lograr el impacto de los programas. La C4D contribuye a una cultura de intercambio y transparencia, en busca de consensos y para impulsar el aprendizaje entre socios. La C4D tiene la importante función de

permitir que el conocimiento se comparta y se gestione de manera transparente, logrando un acceso libre para todas las personas.

Por todo lo anterior, la C4D ofrece un panorama conceptual que requiere de herramientas para su operación o puesta en marcha, de tal manera que considero importante, para su ejecución, un vínculo entre la C4D y la Comunicación Estratégica planteada por Sandra Massoni que expongo a continuación.

3.1 Medir lo comunicacional indicándonos el camino

Como comunicadores que trabajamos en el despliegue de estrategias, como investigadores interesados en crear modalidades integradoras, fluidas, no dualistas de operación en el fenómeno que abordamos, nos interesa medir lo enactivo en la comunicación, la posibilidad transformadora de la investigación con el mundo.

La teoría de la enacción originalmente planteada por el neurobiólogo y filósofo chileno Francisco Varela. A partir de su noción de autonomía biológica y autopoiesis (1979; Maturana y Varela, 1973; 1987), la enacción propone de manera categórica en su pensamiento la continuidad entre la vida y la mente, rechazando las ideas de la ciencia cognitiva más tradicionales (procesamiento de información, representación mental, reduccionismo individualista y mecanicista de la metodología científica cartesiana)

Lo enactivo es a mi parecer, una especie de constructivismo biológico, es decir que el sujeto construye el conocimiento y el mundo existe independientemente del observador quien sólo lo representa. Más bien se hace con la experiencia viva y vivida, para esto se tiene una forma donde el sujeto y el mundo se hacen a sí mismos durante un desarrollo. A todo esto, lo enactivo es evidenciar algo existente y determinarlo para el presente.

Sabemos que la emoción genera dominios de acción específicos, es como transitar de la cantidad a la intensidad, conforme plantea Sandra Massoni. Nos proponemos integrar metodológicamente las herramientas comunicativas como una forma de

medir a partir de pautas fractales de la intensidad del fenómeno comunicacional que estamos abordando para operar transformaciones considerando su multidimensionalidad.

El pensamiento de Edgar Morin (2008) argumenta que todavía estamos en un nivel prehistórico con respecto al espíritu humano y solo la Complejidad puede civilizar el conocimiento, es decir, se puede adentrar en el desarrollo de la naturaleza humana multidimensional, la lógica generativa, dialéctica y arborescente, del cual cuando el universo es una mezcla de caos y orden; a partir del concepto y práctica de la Auto-eco-organización, el sujeto y el objeto que son partes inseparables de la relación autorganizador-ecosistema.

Si observamos lo anterior, en la investigación clásica hay una ilusión de completitud en las generalizaciones que deja como en un sobreentendido de cuestiones cruciales de las dinámicas socioculturales. Luego, estos datos, en diálogo con el territorio resultan improductivos para la transformación porque suele desconsiderarse lo que está haciendo, es decir, se pierden justamente las conexiones constitutivas de la situación. Aquello que hace posible, a su vez, una determinada descripción y reconocimiento de elementos en esta trama sociocultural en particular.

Por ello, medimos el devenir del proceso comunicativo situado. Una captura lábil de la transformación que está aconteciendo con intención de alimentarla, recuperando los procesos auto-organizados existentes en el territorio. Creamos metodologías para identificar e incorporar a las estrategias comunicativas como conversaciones situadas.

Respecto a la auto-organización, más o menos 30 años después de la fundación de la primera cibernética, Heinz Von Foerster (1991) prueba la versatilidad y potencia de la cibernética cuando la aplica sobre ella misma (cibernética de la cibernética), y con ello fija la atención no tanto en el objeto de control o de los sistemas observados, sino en el sujeto que observa los sistemas observados. Al hacer esto, Von Foerster desplaza el foco de la atención justo sobre los sistemas observantes. A ello, sabemos, le pone por nombre cibernética de segundo orden, que incluye algunas diferencias importantes con la de primer orden, como el énfasis en procesos

emergentes con mayor grado de incertidumbre pero organizados en torno a la vida y la supervivencia, la auto-referencia, la auto-organización, la resiliencia (Geyer, 1995).

Por otra parte, la cibercultur@⁶, en el sentido que lo expresamos, es una forma de empoderamiento que sirve para la información, el conocimiento y la capacidad de crear redes de acción para usar la información y el conocimiento en proyectos específicos de autogestión. Por ello mismo, la cibercultur@ no significa usar intensivamente y de modo acrítico las computadoras y las tecnologías digitales. Tampoco significa rechazarlas de manera tajante. Por el contrario, construir dialógicamente toda técnica ligada a la reflexividad construida y compartida dentro de redes horizontales de inteligencia distribuida en permanente movimiento y crecimiento. Es una estrategia porque es perfectamente posible diseñar y avanzar de forma consciente y dialógica en el conocimiento y el desarrollo de cibercultur@ que, así, incide en formas de auto-organización social.

De esta manera, medimos diferentes modalidades del vínculo intersubjetivo a través de indicadores específicos que registran las implicancias de productos y espacios comunicacionales en el cambio social conversacional.

Nos proponemos pasar del conteo de los mensajes, medios, públicos escindidos de la situación en la comunicación, a la creación de algoritmos fluidos. Registros capaces de sistematizar la operación misma de la emergencia de acciones y sentidos compartidos en el devenir de los encuentros en la diversidad. Este es uno de los desplazamientos condensadores de la propuesta de la Comunicación Estratégica en relación al medir.

3.2 ESTRATEGIA COMUNICATIVA COMO DISPOSITIVOS

⁶ Se integra de tres elementos: ciber que proviene del griego *kybernetes* que significa piloto o conductor de una nave; cultur que hace referencia al vocablo cultura, que proviene de la palabra agricultura y utilizada en sentido figurativo para indicar el cultivo del hombre; y finalmente el símbolo @ como un signo de retroalimentación positiva.

Define a la comunicación como encuentro sociocultural, en tanto espacio y momento relacionante de la diversidad macro social y propone a las mediaciones, a las Marcas de racionalidad comunicativa y a las Matrices socioculturales como técnicas de análisis metodológico propias de los comunicadores sociales. La tesis considera que la Comunicación Estratégica como espacio de encuentro de las alteridades socioculturales es una nueva matriz de estilo académico y científico, que habilita otro registro de la cuestión comunicacional al re-ubicar su objeto de estudio desde el paradigma de lo fluido. Al hacerlo nos emplaza en una dimensión del tiempo como experiencia, nos instala en la complejidad de la construcción ínter subjetiva de la temporalidad en y a través de los signos y de las emociones como un autodispositivo colectivo. Así, la Comunicación Estratégica se propone como una teoría de la intersubjetividad no dualista que despliega la especificidad de lo comunicativo. Se trata de explorar las modalidades de construcción de lo social sobre las diferencias, no negándolas, pero considerando su fractalidad.

Según Gilles Deleuze (1990) un dispositivo es una especie de ovillo o madeja, un conjunto multilineal. Está compuesto de líneas de diferente naturaleza y esas líneas del dispositivo no abarcan ni rodean sistemas cada uno de los cuales sería homogéneo por su cuenta (el objeto, el sujeto, el lenguaje), sino que siguen direcciones diferentes, forman procesos siempre en desequilibrio y esas líneas tanto se acercan unas a otras como se alejan unas de otras. Cada línea está quebrada y sometida a variaciones de dirección (bifurcada, ahorquillada), sometida a derivaciones. En todo dispositivo debemos desenmarañar y distinguir las líneas del pasado reciente y la parte de lo actual, la parte de la historia y la parte del acontecer, la parte de la analítica y la parte del diagnóstico.

Por otro lado, Según Michel Foucault (1984) dice que el dispositivo era de naturaleza esencialmente estratégica, lo que supone que se trata de cierta manipulación de relaciones de fuerza, bien para desarrollarlas en una dirección concreta, bien para bloquearlas, o para estabilizarlas, utilizarlas, etc. El dispositivo se halla pues siempre inscrito en un juego de poder, pero también siempre ligado al saber, que nacen de él pero asimismo lo condicionan. Lo que trato de decir con esto es que en primer lugar, un conjunto resueltamente heterogéneo es que incluye

discursos, instituciones, instalaciones arquitectónicas, decisiones reglamentarias, leyes, medidas administrativas, enunciados científicos, proposiciones filosóficas, morales, filantrópicas, brevemente, lo dicho y también lo no dicho, éstos son los elementos del dispositivo. El dispositivo mismo es la red que se establece entre estos elementos y que contribuirán al diseño de la estrategia comunicacional.

3.3 OBJETIVOS EN EL DISEÑO DE UNA ESTRATEGIA COMUNICATIVA

Las estrategias de comunicación son dispositivos de diseño, en tanto modalidad de investigación enactiva centrada en acompañar procesos de cambio social conversacional operando en el vínculo micro-macro social de generación de conocimiento para la innovación (Massoni, 2011).

La comunicación se entiende desde este enfoque como encuentro sociocultural y el diseño de estrategias implica el despliegue de un camino cognitivo capaz de convocar a los actores relevantes en torno a problemáticas situadas, sobre las que se trabaja a partir del reconocimiento de las racionalidades comunicativas existentes. Por ello, acorde a Massoni:

Comunicación estratégica: Espacio de encuentro de los actores socioculturales. Momento relacionante de la diversidad. Es estratégica por cuanto es donde ocurre el cambio, la transformación cognitiva de los actores. Implica la participación en tanto acción transformadora común con otros, no simétrica y sin pretensiones de completitud. (Massoni, 2011, 23)

Es decir, entiendo que la comunicación estratégica implica la relación entre comunicador y participante del acto comunicativo que se lleva a cabo como un diálogo con finalidad de plantear y crear ideas planeadas y llevar a cabo la comunicación- acción, lo que nos permite diferenciar a la comunicación estratégica de las estrategias de comunicación, porque estas últimas, son dispositivos de diseño para interpelar la dinámica social operando crítica y valorativamente en su dimensión comunicacional. Como metodología de investigación enactiva es un

dispositivo de inteligibilidad de las racionalidades comunicacionales dominantes en la situación y a la vez de propuesta operativa de diferentes recursos para propiciar el despliegue de otras dimensiones de la comunicación en la situación que se investiga. Cuando se las desarrolla en el marco de un proyecto de investigación suele denominarse Diagnóstico Comunicativo Estratégico. Por lo tanto, es la implementación de herramientas de comunicación para un pensamiento multidimensional.

La Comunicación Estratégica orienta la actividad de nuestro proyecto como una metaperspectiva ocupada en el cambio social conversacional, desde los nuevos paradigmas de la ciencia (Massoni, 1990 y 2003). Esta teoría y metodología de la comunicación se inscribe en el entorno de la investigación enactiva.

Entendemos a las estrategias como dispositivos de investigación enactiva. Estos proyectos de investigación comunicacional, lejos de pretender instaurar la verdad en términos de un objetivismo obtuso, pretenden hacer cuerpo con el mundo.

El movimiento enactivo, desarrollado por autores como Francisco Varela (Varela 1974 y 1990), sostiene que el conocimiento es acción y no sólo representación del mundo. Los seres humanos co-creamos los mundos que habitamos, en el acto de habitarlos.

Eso mismo es lo que hace emerger mundos con la investigación, en una espiral sin límites precisables, mientras el sistema permanezca vivo o activo. Trabajamos con estrategias de comunicación como dispositivos de inteligibilidad y a la vez de interpelación de lo real en dimensiones múltiples (Massoni en Gumucio y Tufte, 2006).

3.4 Comunicación para el desarrollo. Generalidades.

Una comunicación apropiada da valor adicional en los procesos de desarrollo, es clave para un trabajo de información y diálogo entre autoridades y ciudadanos, es

herramienta para lanzar debates, proponer soluciones y para incidir en cambios políticos y sociales, así como para inspirar y motivar el trabajo diario para comunicadores y encargados de proyectos, medios tradicionales y nuevos plenos de tecnología, también para las oficinas de cooperación y el campo.

La comunicación para el desarrollo es “una disciplina de comunicadores y comunicadoras que permite mantener un diálogo horizontal, fomentar la participación local y empoderar a la gente, es tarea de todas y todos, Proporciona herramientas y procedimientos para lograr estos objetivos”. (Jenatsch, T., Bauer, R., 2014, p.7)

Existe una diferencia fundamental entre la comunicación institucional, que permite dar a conocer lo que se hace e informar sobre acciones, y la comunicación para el desarrollo, que es, en palabras de Alfonso Gumucio, comunicador boliviano “un proceso que sucede con los programas en el nivel donde está la gente y permite que exprese su voz, participe y se apropie de los proyectos; este tipo de comunicación es lo que fortalece las capacidades nacionales”. Se diferencia de la institucional por sus objetivos y en cuanto a las exigencias a las que debe responder el comunicador o comunicadora, ya que utiliza otros métodos y modelos de orientación.

La comunicación para el desarrollo, conocida como C4D (por su traducción del inglés *Communication for Development*) es una herramienta para la incidencia social y política, que promueve la participación social a través de métodos e instrumentos de la comunicación interpersonal, medios comunitarios y tecnologías modernas de información; es una actividad transversal en la gestión de proyectos para fortalecer el diálogo con socios y personas beneficiarias, con el fin de aumentar la participación ciudadana y fomentar la apropiación y sostenibilidad. (Sager, M., 2016 p.10)

La comunicación para el desarrollo facilita el acceso a la información, involucrar y participar, empoderar, compartir y aprender.

Características de la C4D son la comunicación interpersonal y el uso de medios tradicionales y nuevos. Comunicar para el desarrollo significa establecer un diálogo, apoyar el cambio social y comunicar con sensibilidad para el entorno cultural. Es una actividad que implica una actitud. Lo que importa más no es la herramienta sino el fin con qué se hace.

La C4D se fundamenta en el diálogo, la comunicación participativa que contribuye al cambio de actitudes y mentalidades; su tarea básica es crear oportunidades para que las personas se transformen en protagonistas de su propio desarrollo.

La C4D persigue un objetivo de desarrollo, su desafío consiste en usar herramientas de comunicación para impactar en un proyecto o programa de desarrollo y lograr mejores prácticas. Utiliza la comunicación como palanca para fortalecer la incidencia social y política de un proyecto. Requiere de una estrecha cooperación entre el personal técnico y los especialistas en comunicación. La selección de temas y contenidos las determinan las personas responsables del programa, los instrumentos y canales idóneas para su implementación los especialistas en comunicación.

La comunicación para el desarrollo debe facilitar el acceso a la información y al conocimiento, tanto de los derechos, como los modos de vivir más sano y producir más eficazmente. La gente informada está mejor preparada para ser parte activa en procesos de cambio social. La C4D facilita esto cuando trabaja con medios nacionales o comunitarios, boletines locales o apoyos diversos a la educación o la información vía internet, por ejemplo.

Para la cooperación para el desarrollo coadyuva en la promoción de la participación, para lograr proyectos planificados e implementados con la participación de la población, proyectos más sostenibles y duraderos por el grado de apropiación que de ellos hacen las mismas comunidades, puesto que responden a sus intereses y no a los que se imponen del exterior. Diálogos en espacios de comunicación

inclusivos, que se realicen en condiciones de transparencia e igualdad. Estos pueden se pueden implementar a través de la organización de debates públicos, foros radiofónicos o por internet.

La comunicación para el desarrollo permite dar voz a las personas excluidas, empoderarlas, ya que los medios de comunicación en México como casi en todos los países en desarrollo, suelen reflejar la óptica de las élites económicas o sociales, excluyendo a los grupos mayoritarios que suele vulnerar: pobres, mujeres y ancianos. La C4D contribuye al uso de los medios de comunicación para expresar opiniones y necesidades o ser portavoces de sus propias causas; a que sean escuchadas y participen en el diálogo nacional, desde sus propias tribunas.

El Congreso Mundial sobre Comunicación para el Desarrollo, efectuado en Roma en 2006, señaló las bases de su tarea:

La comunicación para el desarrollo es un proceso social basado en el diálogo, persigue un cambio en distintas áreas, como escuchar, generar confianza, intercambiar conocimientos y capacidades, construir procesos políticos, debatir y aprender para lograr un cambio sostenido y significativo. (Jenatsch, T., Bauer,R.,2014, p.28)

La cooperación al desarrollo abarca una enorme variedad de actores desde ministerios estatales, autoridades municipales, ONG, sector privado, donantes internacionales y otros aspectos para mejorar la calidad de la comunicación y lograr el impacto de los programas. La C4D contribuye a una cultura de intercambio y transparencia, en busca de consensos y para impulsar el aprendizaje entre socios. La C4D tiene la importante función de permitir que el conocimiento se comparta y se gestione de manera transparente, logrando un acceso libre para todas las personas.

3.5 Herramientas de la comunicación para el desarrollo.

El instrumento apropiado para aplicar en la C4D depende del público meta y del entorno sociocultural que se elige. Se distinguen tres grupos de herramientas:

- I. Comunicación directa entre las personas
- II. A través de medios tradicionales (impresos, radio, televisión, etcétera).
- III. Nuevas tecnologías de comunicación e información (facebook, YouTube, Web, SMS, etcétera).

La comunicación directa interpersonal puede darse en cabildo abierto, reuniones con grupos beneficiarios, visitas de igual a igual o de grupos a grupo/campesinos a campesinos, campaña de sensibilización escolar, feria de productos, concurso público, evento cultural, creación colectiva de un mural, teatro callejero, muestra fotográfica, etcétera.

Esta comunicación es la más común, directa y emocional y permite los primeros contactos con grupos y comunidades en el inicio, desarrollo y seguimiento de proyectos, inicia el proceso de confianza; define necesidades, verifica resultados y sirve de mediación en conflictos. Se da en las Asambleas y cabildos, en las visitas de campo que fomentan el intercambio y aprendizaje informal de nexos personales entre comunidades y grupos productores, realmente importante entre campesinos y productores. También es vital en las visitas de campo con autoridades, representantes de comunidades, periodistas o socios de proyectos. Estos contactos permiten comprobar la realidad y fortalecer el diálogo con las personas que se deben beneficiar con los proyectos.

Las actividades culturales entran también en este ámbito y sirven para sensibilizar a las personas a partir de sus mensajes en escenas, metáforas y emociones vivas. Sus formatos son recordados con mayor facilidad y permiten informar de una manera menos densa. Parten de los recursos disponibles de la propia comunidad y pueden dinamizarse con medios de comunicación masiva y redes sociales. Suelen

ser ágiles y atraer al público. Las exposiciones y ferias dan valor a los productos y creaciones locales, aproximan a productores y público consumidor y crean espacios para atraer la atención de los medios.

Los nuevos medios son las TICS que incluyen páginas web, boletines electrónicos, redes sociales (*facebook, twitter, YouTube, SMS, correo electrónico, podcast/radiodifusión multimedia y blog*). Son medios cada vez más utilizados por las generaciones más jóvenes, tienen un gran potencial, y dan más confianza en los testimonios personales subidos a la red que la información “oficial” que se transmite en medios comerciales y gubernamentales.

3.6 La comunicación al servicio del desarrollo. Teóricos y transformación.

En la década de los sesenta del siglo XX, la comunicación en la cooperación para el desarrollo sufrió una gran transformación ya que de vertical desde arriba se modificó al compás de los procesos de modernización y los cambios sociales.

En los setentas se vuelve vertical desde abajo, en lo que se conoce como la teoría de la dependencia, el “imperialismo cultural” de la comunicación vertical. Los teóricos de la dependencia en América Latina, postulan una comunicación crítica, que considere las condiciones sociales y económicas del Sur.

En los ochenta la comunicación ya es horizontal y multipolar. El teórico fundamental es Paulo Freire, el pedagogo brasileño, autor de *Pedagogía del oprimido*, libro que marcó el postulado de una comunicación que interactúe de igual a igual con los pobres. La comunicación no debe reproducir el poder sino ser un instrumento social, horizontal, participativo, popular.

Es en estos años que la comunicación se deriva al servicio del cambio social. La Escuela Latinoamericana de Comunicación inspira en Freire, impulsa el periodismo social arraigado en la realidad de los pueblos y el auge de los medios comunitarios.

Sus teóricos principales son los académicos Luis Ramiro Beltrán, Antonio Pascuali, Rosa María Alfaro y Alfonso Gamucio.

En la década de los noventa inicia la revolución digital, en el 2000 la digitalización global con las TIC, que son herramientas no soluciones a los múltiples desafíos del desarrollo. Y a partir del 2010 está en apogeo de los medios sociales, la red global y los sistemas de interacción como *Linkedin*, *Twitter*, *YouTube*, que multiplican la oferta disponible de informaciones, dificultan la censura del Estado y movilizan a la gente a un ritmo muy acelerado a favor de causas comunes. Los medios sociales democratizan la formación de opinión y empoderan a las personas.

Cerramos este capítulo con las palabras de Luis Ramiro Beltrán, periodista boliviano. “El compromiso del periodista está esencialmente con la noticia. El del comunicador para el desarrollo, con el cambio de conducta”.

Capítulo 4. Apartado metodológico

Relativo a la C4D y a la Comunicación Estratégica, en este capítulo se propone considerar a una técnica de investigación que las vincule y nos permite responder las preguntas de investigación.

Para ello, se considera a la etnografía, que es el estudio sistemático de personas y culturas (Covarrubias,K., 2013 p.171) como una metodología con gran potencial epistémico, metodológico y técnico para generar conocimiento bajo la noción comprensiva de la realidad social; consiste en observar las prácticas culturales de los grupos sociales y poder participar en ellos, para así, poder contrastar lo que la gente dice y lo que hace, considero que la etnografía puede ser útil como método de investigación para el proyecto de ganadería vacuna en Chiautla de Tapia.

Esto hace que la investigación se conduzca a participar en la construcción de su conocimiento, a través de una matriz de técnicas de investigación reflexivas que comprenden instrumentos de investigación como la observación, la conversación y la acción participativa, que juntas en un escenario social conforman una estrategia pertinente para la investigación cualitativa. Esto nos lleva a que la metodología cualitativa como método de investigación, busca comprender la realidad desde un enfoque social y lo hace a través del lenguaje como instrumento para su conocimiento.

4.1 Enfoque de investigación

En esta investigación, me propuse aplicar el trabajo de campo desde un enfoque cualitativo.

La investigación cualitativa, para las ciencias sociales, representa una perspectiva de análisis de la realidad. Es una estrategia fundada en la fenomenología (ciencia que estudia los fenómenos), la hermenéutica (arte basado a la interpretación de textos) y la heurística (la ciencia del descubrimiento), bajo esta perspectiva, la realidad se convierte en una urdimbre abierta a la significación

(Geertz, 1989). A través de la metodología cualitativa podemos darnos cuenta de que la realidad tiene peso, densidad y complejidad. (Covarrubias,K., 2013 p. 171-172)

La metodología tiene el propósito de explorar, describir y comprender (para luego explicar) los universos culturales (hechos, procesos, estructuras y dinámicas de los actores sociales) de los diversos grupos sociales. El carácter cualitativo de la metodología trabaja más sobre lo fenomenológico que sobre la generalización, por lo tanto, su procedimiento metodológico es más intensivo que extensivo, así como más comprensivo que explicativo. La relación de la metodología cualitativa con la etnografía es directa, cercana y pertinente. La etnografía concentra las mismas cualidades de la metodología cualitativa.

Por otra parte, el campo de acción de la etnografía, desde otras ciencias, se debe precisamente a su potencial epistémico, metodológico y técnico, así como a su potencial en la construcción de teoría (Strauss y Corbin, 2002). Sea un comunicólogo, un sociólogo o un historiador, la etnografía se configura desde dentro del objeto de estudio (es ésta su naturaleza epistémica), de otra manera no se puede hacer etnografía desde un escritorio, pues demanda estar en el lugar donde suceden los hechos, en un espacio físico y social.

La investigación etnográfica tiene su origen a finales del siglo XIX y principios del XX en el campo de la Antropología. Desde entonces, aparece vinculada a dos tradiciones:

- 1.- La Antropología Cultural, que surge de un estudio de los nativos de la zona occidental de Nueva Guinea, después de que los investigadores conviviesen durante un tiempo con ellos, como unos miembros más de su comunidad. Este trabajo asienta el proceso básico de las primeras etnografías holísticas.
- 2.-La Escuela de Chicago de Sociología donde se iniciaron un conjunto de estudios sobre pobreza y marginación, dando gran importancia a la dimensión humana. La obtención de los datos de estos estudios se realiza partiendo de experiencias de primera mano, a través de

entrevistas y fotografías del contexto social. (Murillo, F. J. y Martínez-Garrido, C., 2010, 72)

La etnografía es un método de investigación social, las principales características que la distinguen de otros métodos son las que permite el registro del conocimiento cultural, detalla patrones de interacción social y permite el análisis de las sociedades. La investigación etnográfica permite desarrollar y verificar teorías existentes, por ello considero que la etnografía ayudará a este proyecto para facilitar al grupo social involucrado en la ganadería y así facilitar las técnicas de investigación.

4.2 Técnicas de investigación

Vincular la etnografía con la C4D ayudó a observar y comprender al grupo de ganaderos en Chiautla de Tapia para poder proporcionarles una mejor herramienta de comunicación, se crea una estrategia de trabajo eficiente y así, llevar a cabo una mejor producción económica e interpersonal, evidentemente se tuvo que trabajar de diferentes maneras con los ganaderos y no son eficientes algunas estrategias, pero, con ello se construyó una mejora de estrategia comunicativa.

Las técnicas de investigación que se pretenden utilizar acorde al enfoque y método cualitativo que son: observación participante y un taller participativo para dar cuenta de la Versión técnica comunicacional (MASSONI, 2003, p24), cuyos instrumentos se explican más adelante.

En el siguiente apartado hablaremos de los instrumentos de investigación de cual se dará una breve descripción de cada uno de ellos y como se planteó la manera de aplicarlos en este proyecto.

4.3 Instrumentos de investigación.

Un instrumento de investigación es la herramienta utilizada por el investigador para recolectar la información de la muestra seleccionada y poder resolver el problema de investigación.

Considero que en la C4D podemos tomar y utilizar los diferentes tipos de instrumentos de investigación que existen como la observación, ya sea individual o en equipo, el diario de campo (Ver Anexo 1), la entrevista (ver anexo 2), taller participativo, entre otros. Para realizar una investigación con datos acertados al proyecto y otorgar estrategias que se efectúen en el desarrollo social.

La observación es un elemento fundamental de todo proceso investigativo, en ella se apoya el investigador para obtener el mayor número de datos y llevar a cabo una investigación eficiente.

4.3.1 Diario de campo

Se considera también un instrumento de investigación, ya que a través de la observación se puede crear un diario de campo (Ver Anexo 1) que sirve para anotar lo observado del objeto de estudio a través de las unidades de observación, en este caso, sujetos denominados ganaderos de Chiautla de Tapia. A partir de esto se puede crear una base de datos en la que se lleva un control de lo que trabaja la sociedad o no, como investigador es importante involucrarse en la acción práctica participativa de campo y llevar a cabo la práctica de lo que se hace día con día. En esta ocasión me involucraré en el grupo de ganaderos del Sr. Domingo Téllez Cazares de Chiautla de Tapia y el diario de campo que elaboraré al involucrarme fue a través de la observación y práctica de lo que se realiza en su ganado vacuno, por ejemplo; inyectar, dar de comer a los bovinos, dar agua, que tipo de alimento es eficiente, cada cuanto y que cantidad se debe dar a cada uno, como se realiza la compraventa del ganado entre otras acciones.

4.3.1.1 Formato diario de Campo

A continuación el formato de diario de campo se describe de la siguiente manera, al comienzo de la parte superior se encuentra una tabla pequeña que se divide en 3 filas, cada una de ellas contiene información con respecto a los datos: en la primera se encuentra el nombre de la institución (Benemérita Universidad Autónoma de Puebla), en la segunda fila de la primera tabla se encuentra el nombre del investigador del proyecto para ganadería vacuno (Manuel Téllez Acevedo), en la tercera fila de la primera tabla está el título del proyecto de investigación.

En la parte inferior de la primera tabla, se encuentra otra tabla que se conforma por cinco columnas y seis filas, en ellas se encuentran los datos de cómo se ha trabajado el diario de campo. En la primera columna superior izquierda se registra el número del día, por ejemplo, Día 1, Día 2, día 3, etc., a su vez, éste será referido al número de días que se trabajará el diario de campo, en la segunda columna se escriba la fecha indicada en la que se lleva a cabo la acción de diario de campo, en la tercera columna se encuentra la acción a realizar que se refiere a las actividades de los ganaderos de Chiautla de Tapia, por ejemplo, vacunar al ganado, bañar al ganado, dar de comer al ganado etc. En la siguiente columna se encuentra las observaciones donde se tomará nota del punto de vista del investigador con respecto a los ganaderos y sus acciones, por último, se encuentra la columna de nota de resultados donde se anotarán las conclusiones de lo que se haga en relación al trabajo de los ganaderos de Chiautla de Tapia.

Tabla 5 Formato de diario de campo

Benemérita Universidad Autónoma de Puebla				
Investigador: Manuel Téllez Acevedo				
Título del proyecto de investigación: Proyecto de comunicación para el desarrollo de ganadería vacuna en Chiautla de Tapia				

DIA	FECHA	ACCION A REALIZAR	OBSERVACIONES	NOTA DE RESULTADOS

Concluyendo con el formato del diario de campo que se ejecutó en su tiempo y forma, daremos continuidad al proyecto trabajando, también, un taller participativo donde se expondrá la Versión técnica comunicacional y se aplicarán instrumentos de investigación conforme a lo que plantea Sandra Massoni en su libro “Medir la comunicación desde lo vivo” (2011)

4.3.2 Taller participativo: Versión técnica comunicacional

La participación social es parte importante para un proyecto de desarrollo, en especial si se relaciona con la C4D; recordando que la comunicación es fundamental para ser favorable entre los grupos sociales, de no ser así, el proyecto se considera lejos de su objetivo como meta o de ser posible un total fracaso.

Hoy en día la sociedad se divide en grupos, uno de ellos, son personas que viven en una idea errónea creyendo que la participación solo es una pérdida de tiempo para el desarrollo y solo se benefician los gestores del proyecto. Esto se debe a que los técnicos en comunicación no involucran como se debe a los “beneficiarios” y ellos no miran respuesta favorable por parte del proyecto.

En este apartado del proyecto de comunicación para el desarrollo de ganadería en Chiautla de Tapia, se trabajó como instrumento un taller participativo (Ver anexo 4) donde se involucró al equipo de ganaderos del Sr. Domingo Téllez Cázares, y los incitaremos a ser partícipes de este proyecto de comunicación para desarrollo social y tener una mejora de comunicación interpersonal que posiblemente contribuya a mejorar algún aspecto económico porque, es importante recordarlo, este proyecto lo que busca es comprender la eficacia de las herramientas comunicativas como elementos que contribuyan a mejorar las condiciones de los ganaderos en torno a la producción económica, pero también, en torno a la comunicación interpersonal, utilizando como estrategia de intervención a la comunicación para el desarrollo.

Por eso, se utilizarán los instrumentos que Sandra Massoni propone como parte de la investigación enactiva, como parte de la Versión Técnica Comunicacional que se elabora a partir de talleres participativos. (Massoni, 2011)

Tabla 6 - Aporte de los instrumentos de la matriz de datos de investigación enactiva. Articulación en el plan operativo de la Estrategia comunicacional	
Instrumentos	Aportes en la matriz de datos de investigación enactiva. Articulación en la Estrategia comunicacional
Test de la Fotoproblema	- Identifica los componentes de la problemática más propicios para iniciar la conversación con cada Matriz sociocultural. - Indica por dónde comenzar en el diseño de acciones comunicacionales. - Muestra los procesos comunicacionales que son relevantes para aportar a la transformación de cada componente de la problemática atendiendo a la VTC.
Test de Modos y Formas de Comunicación	- Indica las modalidades más pertinentes de comunicación con cada Matriz sociocultural. - Identifica espacios actuales de encuentro entre Matrices socioculturales con lo que se facilita la planificación de acciones de comunicación sectoriales y transversales de la Estrategia comunicacional.
Análisis y prescripción mediante marcas de racionalidad comunicacional	- Registra la configuración actual dominante en la modalidad del vínculo intersubjetivo. - Identifica en qué dimensión y en qué proceso comunicacional es preciso trabajar en el Plan operativo inicial de la Estrategia comunicacional.
Test de Jerarquía de Actores y Competencias	- Identifica actores claves para aportar a la transformación buscada por la Estrategia comunicacional. - Permite identificar competencias para integrar actores a diferentes acciones comunicacionales en el diseño la Estrategia.
Test de Transposición Temporal	- Identifica trayectorias convergentes entre diferentes Matrices Socioculturales para la planificación de acciones en el marco del diseño de la Estrategia comunicacional. - Capta ambientes emotivos del sector en torno a la temática que son recuperados en el diseño de acciones en la Estrategia Comunicacional.

Imagen 14 Versión técnica comunicación

Tabla 6; Versión técnica comunicacional

Fuente: Massoni, S. (2011, pág. 31)

Los instrumentos de investigación de la VTC comienzan por el test del fotoproblema, que pretende identificar el o los problemas, en este caso de los ganaderos que conforman el grupo social en Chiautla de Tapia, respecto a la falta de producción animal y tener una mejora económica e interpersonal, se identificará el problema acorde a su experiencia de ellos para así comenzar una interacción entre los matices socioculturales. Por otra parte, el test de modos y formas de comunicación contribuye a buscar los espacios de encuentros socioculturales para así poder planificar las estrategias comunicativas, de tal manera que el análisis y prescripción mediante marcas de racionalidad comunicativas se refiere a que se debe hacer el proceso comunicativo, es decir, debe precisarse el plan de trabajo de la estrategia de comunicación, porque así, el test de jerarquía de actores y competencia ayuda a identificar a otros actores e integrarlos en las acciones de comunicación y de esta

manera diseñar la estrategia de comunicación para, finalmente, entender que el test de transposición temporal permitirá la acción de planificación de varias matrices socioculturales dentro del diseño de la estrategia comunicativa.

A partir de dichos instrumentos, el taller participativo se llevó a cabo por fases que comprenden lo siguiente:

- a) Test de fotoproblema: dado que este instrumento utiliza la fotografía como evidencia de prueba para buscar el problema, en esta primera fase, se presentará a los ganaderos una serie de fotografías en que se muestren algunos hechos de la vida del ganado vacuno, se mostrarán también algunas diapositivas donde se presentarán algunas otras maneras de cómo trabajan otros grupos de ganaderos de la misma región. Una vez mostradas y visualizadas las fotografías y diapositivas se definirá el problema principal junto con los ganaderos en su producción, para ello, se llevará a cabo un árbol de problemas con las matrices socioculturales exponiendo cada uno sus problemas según afectan a la producción, se tomará los que consideren de más importancia y se jerarquizará de menor a mayor cada problema (de abajo hacia arriba), considerando que arriba será el principal problema que se deriva de los demás. A ello se tomará en cuenta la opinión de los ganaderos que forman parte de este proyecto y se acordará el problema a tratar.
- b) Test de modos y formas de comunicación: aquí se diseñó un breve cuestionario de preguntas cerradas para conocer qué medios de comunicación consumen los ganaderos.

NOMBRE: Domingo Téllez Cazares

GÉNERO: Masculino

EDAD: 63 años

ESCOLARIDAD: Licenciatura en Educación

OCUPACION ACTUAL: Ganadero

LOCALIZACION: Chiautla de Tapia, Puebla

- ¿Qué medios de comunicación le permiten aprender más sobre producción ganadera?
1) Televisión 2) Radio 3) Boletines y Revistas 4) Internet 5) ninguno 6) Todos los anteriores

- Del medio que considere que le permite aprender más, explique por qué:

- ¿Podría utilizar algún medio de comunicación para ayudar a sus compañeros ganaderos?
1) Si 2) No

- ¿Cuál es el medio de comunicación que podría ayudar a sus compañeros en la mejora de producción ganadera? 1) Televisión 2) Radio 3) Boletines y Revistas 4) Internet 5) ninguno 6) Todos los anteriores

- ¿Cuál de estos medios de comunicación considera con más credibilidad al dar la información con respecto al tema de ganadería vacuno?
1) Televisión 2) Radio 3) Boletines y Revistas 4) Internet 5) ninguno 6) Todos los anteriores

- Sugiera un medio de comunicación el cual le gustaría que le proporcionaran información a detalle con respecto al tema de ganadería vacuna u otro.

Imagen 15 Cuestionario de preguntas cerradas a los ganaderos de Chiautla de Tapia

- c) Análisis y prescripción mediante marcas de racionalidad comunicacional, de modo que este punto se enfoca a la intervención y planificación de la comunicación, se llevó a cabo a partir del diario de campo, test de fotoproblemas, test de modos y formas de comunicación, junto con los ganaderos permitirá planificar el trabajo del grupo de ganaderos de Chiautla de Tapia, es decir, se planificará la estrategia de mejora de comunicación a través de la técnica de lluvia de ideas, ésta se refiere a que el investigador y los ganaderos tomarán asiento en mesa redonda y plantearán sus ideas y de ellas se tomará nota para ir acordando cuál sería de mayor prioridad, así se irá tejiendo la estrategia comunicativa.
- d) Test de jerarquía de actores y competencias; ya que esta fase se enfoca a identificar, reclutar e involucrar a los actores socioculturales nos daremos a la tarea de hacer una lista de jerarquización de los ganaderos para tener un orden de las matrices socioculturales, comenzando por quién sería el líder de opinión o mayor jerarquía, así de mayor a menor; la jerarquía significa que nos referimos a quién tiene mayor conocimiento en el tema de ganadería vacuno. A continuación, se muestra el listado de actores del problema:

Domingo Téllez Cazares

Miguel Ángel Téllez Acevedo

Rosalino Acevedo Ramos

Efraín Acevedo Ramos

Iván Téllez Miranda

Juan Carlos Ruiz Herrera

- e) Test de transposición temporal, en esta fase, se hará una entrevista con los actores socioculturales del proyecto, como instrumento que dará a conocer información del cómo se ha trabajado la ganadería a través del tiempo. Esta será una entrevista de preguntas abiertas donde tendrán la opción de contestar a su conocimiento propio y conforme a las respuestas también

saldrán otras preguntas por hacer, por tanto, se trata de un instrumento que corresponde a una entrevista semiestructurada, las preguntas serán concretas y con respecto al tema de ganado vacuno; son las que se presentan a continuación:

ENTREVISTA

Nombre del entrevistado: Domingo Téllez Cazares

Fecha: 17 de noviembre del 2018

Género: Masculino

Edad: 63 años

Escolaridad: licenciatura en educación Ocupación actual: Ganadero

Localización: Chiautla de Tapia, Puebla

1. ¿Cuánto tiempo lleva involucrado en el negocio de la ganadería?
2. ¿Cuáles son los problemas principales que ha enfrentado el ganadero para la compraventa de ganado?
3. ¿Qué hace la diferencia del mercado vacuno hace 20 años atrás a la actualidad?
4. ¿Cómo trabajaba tiempo atrás su mejora de producción ganadera y económica?
5. ¿La manera de trabajar el mercado de compraventa de ganado es mismo que hacía tiempo atrás?
6. ¿Cómo se maneja el mercadeo de la compraventa de ganado vacuno actualmente?
7. ¿Qué se necesita para una buena producción de ganado vacuno?
8. ¿Cómo trabaja su mejora de producción ganadera y económica actualmente?
9. Además de la compraventa de ganado ¿tiene alguna otra alternativa para mejorar económicamente del mismo ganado vacuno?
10. ¿Qué cambios puede tener el mercado de compraventa de ganado a futuro?
11. ¿Qué problemas pueden suscitarse en unos años si no hay alguna mejora de producción de ganado?
12. ¿Cómo pretende trabajar la producción ganadera en plazo futuro?

Imagen 16 entrevista de preguntas abiertas a ganaderos de Chiautla de Tapia

Fuente: elaboración propia MT

Lo anterior se debe a que las estrategias de comunicación son consideradas como dispositivos de diseño para interpelar la dinámica social (Massoni, S, 1990,2011).

4.4 Método de análisis

Un método de análisis es una sistematización (organización y orden) de la información obtenida durante el trabajo de campo.

Se usaron dos instrumentos: el diario de campo y taller participativo y por ello se realizaron tablas dinámicas para organizar la información obtenida puesto que la información del diario de campo se utilizó en el taller participativo.

4.4.1 Tabla de test de Fotoproblemas

Tabla 6 Test de fotoproblemas

IMAGEN	COMENTARIOS DE LOS GANADEROS	DEFINICIÓN DE PROBLEMAS

4.4.2 Tabla de Test de modos y formas de comunicación

Tabla 7 Test de modos y formas de comunicación

PREGUNTAS	RESPUESTAS (TENDENCIAS)

4.4.3 Tabla de Test de transposición temporal

Tabla 8 Test de transposición temporal

GANADERO	DISCURSO EN TIEMPO PASADO	DISCURSO EN TIEMPO PRESENTE	DISCURSO EN TIEMPO FUTURO

1			
2			
3			
4			
CONCLUSIÓN GENERAL			

4.4.4 Tabla de Análisis y prescripción mediante marcas de racionalidad comunicacional

Tabla 9 Análisis y prescripción mediante marcas de racionalidad comunicacional

INSTRUMENTOS	MARCAS DE RACIONALIDAD	INTERPRETACIÓN A PARTIR DEL MARCO TEÓRICO
DIARIO DE CAMPO		
TEST DE FOTOPROBLEMA		
TEST DE MODOS Y FORMAS DE COMUNICACIÓN		
TEST DE TT		

INTERPRETACIÓN A PARTIR DEL MARCO TEÓRICO	DISEÑO DE ESTRATEGIA

Aquí damos por concluido la metodología con la que se llevará a cabo un análisis de datos conforme a los resultados que se obtuvieron en el trabajo de campo para, posteriormente, poder diseñar una estrategia comunicativa para favorecer al grupo de ganaderos en Chiautla de Tapia en su mejora de producción ganadera, económica e interpersonal.

Capítulo 5. Análisis de datos

Durante el trabajo de campo que se realizó con el señor Domingo Téllez Cázares y los demás ganaderos de Chiautla de Tapia, me involucré en las actividades que realizaban para el mantenimiento del ganado vacuno, es decir, se llevaban a cabo tareas como vacunar a los bovinos, bañarlos para evitar que los insectos no les causen alguna infección, vacunarlos para vitaminar y evitar algunas enfermedades como la diarrea o la mordida de murciélago, se alimentaba a los animales con silo u otro alimento especial para ganado (melaza), darles agua, entre otras actividades. Para ello se llevó un diario de campo (ver anexo 1) donde se registraban las actividades, esto ayudó en identificar el momento y el tiempo en que se realizarían las mismas, en apoyo a esto también se diseñaron unas tablas que sirven como instrumentos comunicativos porque nos ayudaron a identificar los problemas de comunicación de los ganaderos.

Es importante destacar que el presente capítulo contiene los siguientes apartados: Test de Foto Problemas, test de modos y formas de comunicación, test de transposición temporal y análisis de marcas de racionalidad, (ver anexo 5) de tal manera que se empieza por presentar el análisis del Test de Foto Problemas.

5.1 Test de Foto problemas

Es importante recordar que este instrumento utiliza a la fotografía como evidencia de prueba para buscar el problema que muestran algunos hechos de la vida cotidiana, en este caso, de los ganaderos en relación a su actividad: el ganado vacuno, posteriormente se busca la definición del problema mediante la enunciación de palabras clave para así determinar la marca de racionalidad.

El Test de Foto problemas se llevó a cabo a través de un taller participativo (ver anexo 4) en el cual el grupo de ganaderos de Chiautla de Tapia, del rancho del señor Domingo Téllez Cázares, fueron partícipes de esta actividad.

El moderador de este taller fue el investigador responsable, Manuel Téllez Acevedo y se realizó en la casa del señor Domingo Téllez, el 20 de mayo de 2019, con hora de inicio a las nueve de la mañana y con hora de término a las once de la mañana,

es decir, tuvo una duración aproximada de dos horas. Los ganaderos que estuvieron presentes en el taller participativo fueron seis: Domingo Téllez Cázares, Miguel Ángel Téllez Acevedo, Rosalino Acevedo Ramos, Efraín Acevedo Ramos, Iván Téllez Miranda y Juan Carlos Ruiz Herrera.

Durante el taller participativo los ganaderos expusieron las experiencias que viven día con día, esto a partir de mostrarles diversas imágenes en torno al tema del ganado vacuno; se tomaron en cuenta los puntos principales que les impiden tener una mejora de producción ganadera, tanto en el ámbito económico como interpersonal; cada uno de ellos aportó una o dos problemáticas que les parecían ser las más importantes, y por mayoría, optaron y jerarquizaron para identificar cuál era la problemática principal.

Una vez realizado el taller se procedió a integrar los datos en una tabla diseñada en formato Excel para organizar la información. La primera información de la tabla registra la fecha, participantes, lugar de realización y nombre del moderador. Esta tabla consta de cuatro columnas. En la primera columna se presentan las imágenes que se utilizaron como muestra en la actividad con los participantes; en la segunda columna, se presentan comentarios breves que los ganaderos aportaron durante el taller. La tercera y cuarta columnas forman parte del análisis del investigador, una para definir el problema y, otra, para proponer una palabra clave, como se muestra en la siguiente imagen.

B	C	D	E
FECHA:	20 de Mayo del 2019		
PARTICIPANTES:	Domingo Téllez Casarez, Miguel Ángel Téllez Acevedo, Rosalino Acevedo Ramos, Efraín Acevedo Ramos, Juan Téllez Miranda, Juan Carlos Ruiz Herrera.		
LUGAR:	Chualta de Tapa		
MODERADOR:	Manuel Téllez Acevedo		
IMÁGENES	COMENTARIOS DE LOS GANADEROS	DEFINICIÓN DE PROBLEMA	PALABRA CLAVE
	DTC: no hay suficiente pastura para que las vacas coman, pero están flacas en esta temporada.	los ganaderos no cuentan con el suficiente forraje para abastecer al ganado.	Alimentación
	DTC: los bovinos necesitan mucha agua en estos días de calor.	el ganado vacuno se deshidrata por el escasez del agua. Necesita de ella para su supervivencia.	Deshidratación
	DTC: las vacas están flacas por causa de falta de alimento no puedes hacer que se preñen en estos días ya que se les haría muy difícil.	los ganaderos no cuentan con suficiente forraje ya que conseguir forraje se dificulta a consecuencia del tipo de clima cálido seco.	Alimentación
	RAR: problemática principal es el forraje, el alimento, la sequía.	no hay alimentación suficiente para el ganado, conseguir forraje se dificulta a consecuencia del tipo de clima cálido seco.	Alimentación y tipo de clima
	MATA: quieren comprar por kilo muy económico al productor ganadero y lo revenden en el mercado a otro precio más elevado.	el problema que más afecta la economía del ganadero es el intermediario.	Intermediario
TEST DE FOTOPROBLEMAS	TEST DE MODOS Y FORMAS COMUNICA	TEST DE TTT	ANÁLISIS

Imagen 17 Test de foto problemas formato jpg.

Fuente: Elaboración propia, MTA

Los hallazgos derivados de esta técnica se extraen de los datos importantes que dieron los ganaderos durante el taller participativo. La definición de los problemas encontrados, conforme los comentarios de los participantes, fueron los siguientes:

- Los ganaderos no cuentan con el suficiente alimento para sus animales y abastecer al ganado, en consecuencia, no tienen producción adecuada de bovinos
- El ganado vacuno se deshidrata por la escasez de agua, pues necesita de ella para su supervivencia
- Conseguir el forraje se dificulta a consecuencia del tipo de clima que es cálido seco
- El intermediario paga muy barato por el producto ya que se aprovecha de las condiciones en las que se encuentran los ganaderos
- La falta de recurso económico también se tiene como problema ya que no les permite a los productores invertir para la manutención y mejora de la raza vacuna
- los programas de gobierno no apoyan a los productores ganaderos.

- Por último, el tipo de ganado no es viables para producción de lácteos.

Esto es la derivación de las experiencias de los ganaderos durante su vida cotidiana, misma que tiene que ver con el déficit de producción ganadera en términos económicos; en términos interpersonales, se infiere que existe dificultad para trabajar de manera colaborativa. Estas problemáticas son definiciones de lo dicho por los ganaderos en el taller.

Para identificar con mayor facilidad la definición de los problemas ya mencionados anteriormente, se enunciaron palabras clave, que son una síntesis de lo dicho por los ganaderos. De acuerdo con cada problema definido, las palabras clave que engloban lo planteado por los participantes, son: alimentación, deshidratación, tipo de clima, intermediario, tipo de ganado, falta de recurso económico, programas de gobierno.

Por último, se determinó como problema principal la falta de alimentación al ganado, ya que es la problemática que más sobresale conforme la experiencia de los ganaderos y el que, en consecuencia, no les permite generar una producción positiva, situación que se refrenda conforme al Test de modos y formas comunicacionales que se explica a continuación.

5.2 Test de modos y formas comunicacionales

El test de modos y formas de comunicación busca los espacios de encuentros socioculturales, se planifica la estrategia comunicacional mediante marcas de racionalidad que derivan del Test de foto problemas, como parte de un proceso comunicacional, es decir, esta técnica precisa el plan de trabajo de la estrategia de comunicación.

Para esta técnica se realizó una encuesta (ver anexo 3) como instrumento de investigación que se aplicó a todos y cada uno de los seis ganaderos que forman parte de este proyecto. La encuesta se aplicó en Chialta de Tapia en la casa del

señor Domingo Téllez Cázares por el encuestador Manuel Téllez Acevedo, el día 20 de mayo de 2019 y se integró con seis preguntas (cuatro cerradas y dos abiertas) relacionadas con medios de comunicación para identificar y reiterar las posibles marcas de racionalidad y así dar paso a la planificación de la herramienta que se utilizará en la estrategia comunicacional.

Una vez realizada la encuesta se procedió a capturar los datos obtenidos por los ganaderos y se integraron en una tabla de formato Excel, así también, los hallazgos de las tendencias de las respuestas que se representan en gráficas y un tabulador de porcentajes que a continuación se muestra.



Imagen 18 Test de modos y formas comunicacionales

Fuente: Elaboración propia, 2019 MTA

La pregunta anterior se planteó con la intención de conocer sobre los medios de comunicación que los ganaderos consideran más relevantes, dando como resultado que 83% de los encuestados, es decir, 5 de 6, consideran a Internet como un medio que les permite aprender más sobre producción ganadera.

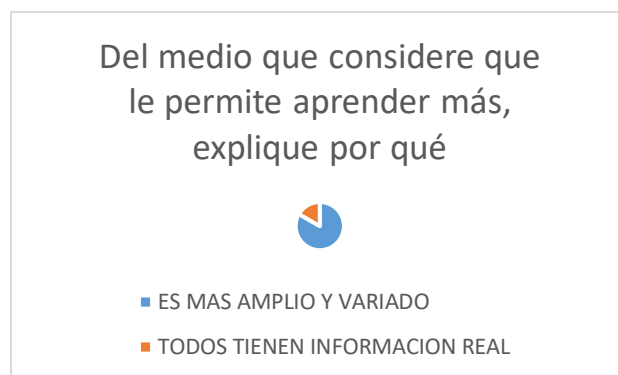


Imagen 19 Test de modos y formas comunicaciones

Fuente: Elaboración propia, 2019 MTA

El hallazgo anterior tiene una pregunta abierta que se planteó a los ganaderos con la intención de saber porque el internet es el medio que consideran les permite aprender más sobre la producción ganadera. Al plantear la pregunta, se encontró que 83% de los encuestados, es decir, 5 de 6 dijeron que: es más amplio el medio y variado, mientras que 17%, es decir 1 de seis ganaderos, dijo que: todos (los medios) tiene información real.

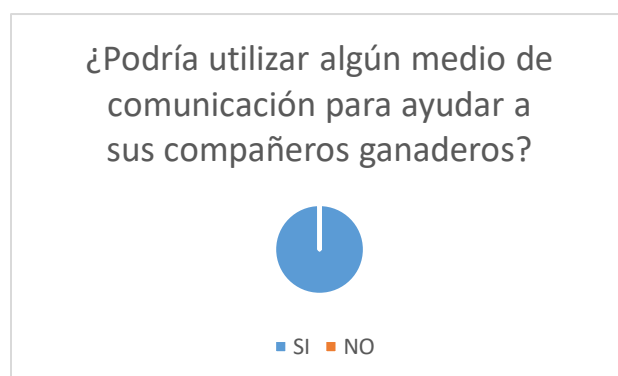


Imagen 20 Test de modos y formas comunicacionales

Fuente: Elaboración propia, 2019, MTA

La pregunta anterior se planteó con la intención de saber si los ganaderos pueden utilizar algún medio de comunicación para ayudar a sus compañeros en la mejora de producción. El 100% de los encuestados, es decir, 6 de 6 dijeron que sí. Esto

favorece al proyecto en marcha para que la C4D pueda incidir con mayor facilidad la herramienta comunicacional en el diseño de estrategia.

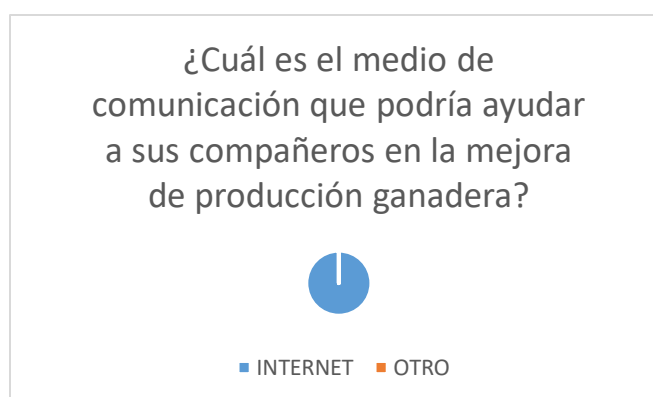


Imagen 21 Test de modos y formas comunicacionales

Fuente: Elaboración propia, 2019. MTA

La pregunta anterior se planteó con la intención de conocer cuál es el medio de comunicación que los ganaderos utilizarían para ayudar y orientar a sus compañeros en la mejora de producción ganadera. El 100% de los encuestados, es decir, 6 de 6 consideran a Internet como un medio que les permite aprender más sobre producción ganadera.

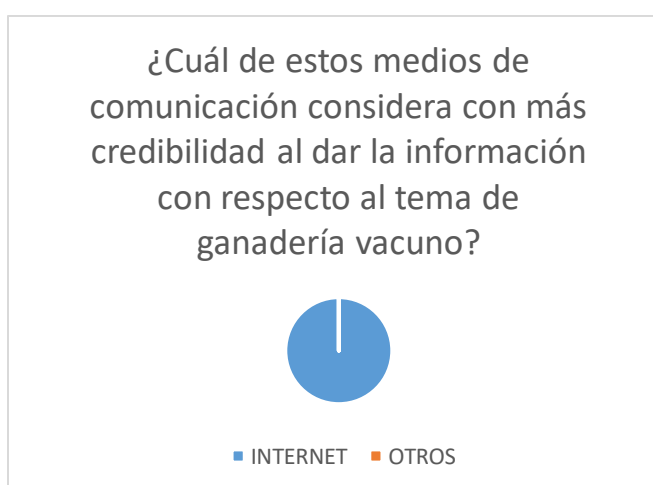


Imagen 22 Test de modos y formas comunicacionales

Fuente: Elaboración propia, 2019 MTA

La pregunta anterior se planteó con la intención de conocer cuál es el medio de comunicación que los ganaderos consideran con mayor credibilidad en temas relacionados a la ganadería. El 100% de los encuestados, es decir, 6 de 6, consideran a Internet como un medio que brinda mayor posibilidad de credibilidad.

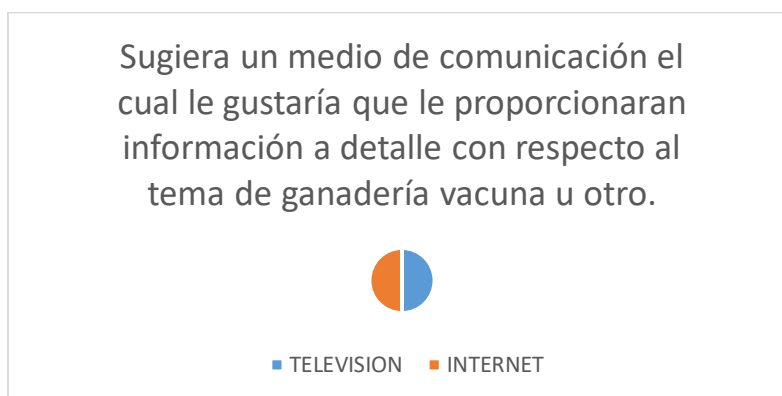


Imagen 23 Test de modos y formas comunicacionales

Fuente: Elaboración propia, 2019.MTA

La pregunta anterior se planteó de manera abierta, con la intención de que los ganaderos sugirieran un medio de comunicación el cual les gustaría que les proporcione información acerca de la ganadería vacuna. El 50% de los encuestados, es decir, 3 de 6 dijeron que internet y otro 50%, es decir, otros 3 de 6 sugieren a la televisión.

Esta encuesta y sus preguntas, más bien, orientan sobre el tipo de herramienta que facilitaría la interacción entre los ganaderos, situación que se profundiza mejor al analizar el Test de Transposición Temporal como se muestra en seguida.

5.3 Test de Transposición Temporal

Brevemente es importante recordar que este instrumento, Test de transposición temporal, identifica las trayectorias convergentes entre las diferentes matrices socioculturales y permite acentuar lo necesario para la planificación de las acciones a seguir en el diseño de estrategia comunicacional.

Para este instrumento se realizó una entrevista (ver anexo 2) a cada ganadero que forma parte de este proyecto, la cual se llevó a cabo en Chiautla de Tapia, por el entrevistador Manuel Téllez Acevedo, con preguntas abiertas y relacionadas con el tema de ganadería y la manera de trabajar el mercado vacuno; en cada entrevista, se enfatizaron las preguntas para que, los ganaderos, compararan sus respuestas conforme a sus experiencias, por ello, se les pidió pensar en el pasado, presente y futuro relativo a dichos temas, especialmente, respecto al mercadeo.

Durante la entrevista, los ganaderos hablaron de su experiencia en el mercado y compartieron algunos argumentos de lo que podría ser la vida del ganadero en caso de no tener una mejora de producción.

En el discurso de los entrevistados se puede identificar que en tiempo pasado los ganaderos no ejercían este oficio al cien por ciento, “hace veinte años casi no se daba este negocio de la ganadería” (Efraín Acevedo Ramos, entrevista personal, 19/05/2019), el mercado estaba en otras zonas, en consecuencia, desconocen el manejo del mercadeo respecto de la compra y venta de ganado en su totalidad. Pero a pesar de la poca información que pudieron brindar se encontró que, tiempo atrás, se buscaba la mejora de la raza del animal, la alimentación para el ganado era más económica y el productor se podía abastecer más y mejor en su economía personal.

Actualmente los ganaderos atraviesan por una crisis de alimentación para su ganado vacuno, esto no les permite generar una buena producción ganadera y económica, aun así, continúan buscando sementales de buena calidad con el fin de mejorar la raza y tener una mejor producción, “ahora se han enfocado los ganaderos en buscar razas para el tipo de carne y sementales”(Iván Téllez Miranda, entrevista personal, 19/05/2019), dando como resultado que la compraventa en el mercado es más formal y por kilo, ya que anteriormente esto no eras así.

En las respuestas de los ganaderos, en plazo futuro, se encontró que, de no tener una mejora de calidad de raza y producción de ganado, no podrán continuar con la actividad de ser ganaderos productores, “puede que vayas en picado y te dediques

a otra cosa que te rinda mejor económicamente” (Juan Carlos Ruiz Herrera, entrevista personal, 19/05/2019) se necesita apoyo económico, fortalecer información para orientar e incentivar a los ganaderos para que el resultado sea favorable.

Una vez realizada la entrevista a todos los ganaderos las respuestas fueron capturadas en el formato de Excel y organizadas conforme a las preguntas y la temporalidad. En la primera tabla superior se encuentra datos de información de los participantes, lugar y del entrevistador. Esta tabla consta de cinco columnas. En la primera columna se presenta las preguntas que se realizaron a los ganaderos, en la segunda, están los nombres de los entrevistados, en la tercera columna se escriben enunciados que dijeron los ganaderos en tiempo pasado, posteriormente en la columna que sigue están algunos fragmentos de los participantes en tiempo presente y por último, la quinta columna, presenta los discursos en plazo futuro, como se muestra a continuación:

	GANADEROS	DISCURSO EN TIEMPO PASADO	DISCURSO EN TIEMPO PRESENTE	DISCURSO EN TIEMPO FUTURO
PREGUNTA 1 ¿Cuánto tiempo lleva involucrado en el negocio de la ganadería?	Domingo Téllez Cazares	ejerci la carrera del magisterio	Actualmente solo 3 años, después de jubilarme me decidí a tomar esta bondadosa actividad y apenas llevo tres en realidad como unos 3 años mas o menos	No aplica
	Miguel Ángel Téllez Acevedo	No aplica	cuatro años o menos	No aplica
	Rosalino Acevedo Ramos	No aplica	aproximadamente unos tres años	No aplica
	Efraín Acevedo Ramos	antes no estaba metido de lleno a esto	tres o cuatro años	No aplica
	Iván Téllez Miranda	No aplica	llevo como unos dos años	No aplica
	Juan Carlos Ruiz Herrera	No aplica	la falta del recurso económico para comprar y para vender	No aplica
PREGUNTA 2 ¿Cuáles son los problemas principales que ha enfrentado el ganadero para la compraventa de ganado?	Domingo Téllez Cazares	No aplica	los problemas principal que enfrenta el productor ganadero es el mediador	No aplica
	Miguel Ángel Téllez Acevedo	No aplica	el intermediario y que los animales no están en condiciones de venta	No aplica
	Rosalino Acevedo Ramos	No aplica	el consumidor te lo quiere pagar en treinta pesos o menos y ya ellos lo venden a otro precio mayor	No aplica
	Efraín Acevedo Ramos	No aplica	los compradores te consumen en lo económico porque te compran, y al rato te enteras que ya lo vendió a otro precio mayor	No aplica
	Iván Téllez Miranda	No aplica		No aplica

Imagen 24 Test de transposición temporal jpg

Fuente: Elaboración propia, MTA

Los hallazgos encontrados de este instrumento se clasificaron conforme al orden temporal en que se organizó el discurso.

- Pasado

Los ganaderos de Chiautla de Tapia entrevistados le han dedicado al negocio de la ganadería un tiempo no mayor a 5 años, desde 2014 a la fecha. Pero en general,

en la actividad de la ganadería, hace veinte años, aproximadamente en el año 2000, según los ganaderos, se buscaba la mejora de razas, la venta era por bulto, es decir, el animal se vendía por cierta cantidad sin importar lo que pesara; la venta del ganado era más informal ya que no existían los medios suficientes para la compraventa. En cuestión económica se favorecían más los ganaderos, ya que el alimento era más económico y podían abastecer bien a su ganado vacuno. El ganado era para el autoconsumo y era suficiente tanto para reproducir como para el consumo de derivados (como la leche).

- Presente

Los ganaderos de Chiautla de Tapia no tienen una favorable reproducción de ganado, esto motivado por la falta de alimentación a sus animales, es decir, la falta de forraje y pasto entre otros. Actualmente las condiciones de compraventa no favorecen al micro productor, ya que el intermediario es quien ofrece un menor precio por el ganado y lo ofrece a un costo mayor en el mercado, llevándose así parte de la ganancia. Hoy en día, la compraventa de ganado vacuno es más formal, ya que se lleva un proceso legal ante las respectivas autoridades. Por otra parte, los ganaderos buscan la mejora de raza y otro tipo de ganado que sea para el buen apareamiento, buscan apoyo en asociaciones ganaderas y programas sociales de gobierno. Esto se define como tipo de problema climático, problema con el intermediario, falta de apoyo gubernamentales y problemas alimentarios porque apenas si favorecen la reproducción de ganado, pero no es suficiente para el autoconsumo ni para la reproducción de derivados.

- Futuro

Los ganaderos de Chiautla de Tapia pretenden buscar otros medios de ingresos a través de asociaciones y programas de gobierno, esto con la finalidad de invertir y tener una mejora de producción ganadera y económica, en cuestión del mercado buscar otro tipo de ganado que les favorezca la mejora de raza, se pretende que a plazo futuro el mercadeo sea diferente en cuestión de economía, tipo de animales, alimentación y producción.

Una vez analizados los puntos anteriores, y conforme la metodología en Comunicación Estratégica propuesta por Sandra Massoni, se procedió a contrastar los hallazgos en relación al marco teórico para poder caracterizar las marcas de racionalidad, como a continuación se muestra.

5.4 Análisis de marcas de racionalidad

Para presentar las marcas de racionalidad, se organizaron los hallazgos conforme a cada instrumento en una tabla de Excel que consta de tres columnas y se propone la interpretación conforme a los instrumentos de investigación aplicados y sus hallazgos como sigue:

- Test de foto problemas:

1.- Desde la Comunicación para el desarrollo el ganadero no asume su papel protagónico dentro del sistema económico porque depende de programas gubernamentales que no llegan o no existen. Comunicativamente: se requieren políticas públicas para incentivar el desarrollo de programas de gobierno en apoyo a los ganaderos.

2.- Desde la Comunicación para el desarrollo el ganadero se asume como dependiente del intermediario cuyo papel considera injusto. Comunicativamente: los ganaderos podrían omitir o hacer caso omiso de los intermediarios.

3.- Desde la Comunicación para el desarrollo el ganadero se asume como víctima del sector financiero, se vuelve dependiente de una crisis económica para no hacer inversión de mercado. Comunicativamente: los ganaderos pueden buscar alternativas como medios financieros (bancos, caja de ahorro u otros) para no depender de ello.

4.- Desde la Comunicación para el desarrollo el ganadero no asume su papel como productor porque se atiene ser dependiente de los programas de gobierno. Comunicativamente: se requiere que los productores ganaderos sean orientados a los incentivos gubernamentales para así reforzar la comunicación en los medio que no les están facilitando la información.

5.- Desde la comunicación para el desarrollo la climatización convierte al ganadero en víctima de la producción ya que no abastece el suficiente alimento para mantener y producir su ganado como debería ser. Comunicativamente: el ganadero puede omitir el tipo de forraje y buscar otra alternativa dietética que se adapte el ganado vacuno.

6.- Desde la comunicación para el desarrollo el ganadero ejerce un papel multifuncional, ya que trata de mejorar en variedad su ganado pero no cuenta con la información suficiente para llevar a cabo alternativas de producción. Comunicativamente; se necesitan herramientas comunicacionales para orientar al ganadero y obtenga una variedad de producción animal y así mismo tener mejora de producción económica.

7.- desde la comunicación para el desarrollo el ganadero se considera víctima de la escases del agua, (él está consciente de que el agua es vital para su ganado) por ello se considera dentro de ese papel. Comunicativamente: sería favorable para el ganadero orientarlo y proporcionarle alternativas de solución de abastecimiento de agua y no dependa de solo con lo que cuenta.

- Test de modos y formas de comunicación,

1.- Desde la comunicación para el desarrollo el internet es el medio más consumido por los ganaderos y como indicador de ésta herramienta de información se favorece con un ochenta y tres por ciento, esto según les permite

aprender más sobre temas relacionados a la producción ganadera, pero no con la información certera. Comunicativamente: este medio no debería ser la única opción de información para los consumidores sobre temas de ganadería. ¿Existen otras fuentes de internet con información que sirvan para orientar a los ganaderos acerca de temas de mejora de producción? Si existen. Las redes sociales (Fb) documentales y plataformas grupales son herramientas que permiten mantener en interacción e información entre micro y macro grupos e intercambiar ideas o alguna otra forma de mejora de producción ganadera.

2.- Desde la comunicación para el desarrollo los ganaderos toman un papel cooperativo, ya que están abiertos a la idea de colaborar con sus compañeros utilizando un medio de comunicación para llevar a cabo una favorable respuesta de desarrollo. Comunicativamente: los ganaderos tienen alternativas para involucrarse con el mundo de las TIC'S, y medios de información que les facilite el desarrollo de producción y no depender solo de fuentes como el internet.

3.- Desde la comunicación para el desarrollo, los ganaderos consideran y quieren adoptar el internet como el mejor medio de comunicación que les permite mejorar su producción, lo que ellos no toman en cuenta es que el campo de ese medio es amplio y contiene varias herramientas que si no conocen su función pueden no adoptar el papel colaborador que ellos quieren protagonizar con sus compañeros ganaderos. Comunicativamente: es deber como comunicólogo conocer y saber utilizar las diferentes herramientas de comunicación para mostrar y orientar al ganadero, brindarle optativas de medios de información que le permitan facilitar y desarrollar su producción.

4.- Desde la comunicación para el desarrollo el ganadero considera al internet como el medio de comunicación con mayor credibilidad con un porcentaje del cien por ciento, lo que ellos tal vez desconocen es que el internet no siempre cuenta con información real y concreta, probablemente desconocen también que ellos

tienen a la mano otros medios de comunicación que les puede brindar una mayor credibilidad de información y puedan aprender a desarrollar diferentes habilidades para su producción ganadera Comunicativamente: sería bueno brindarle al ganadero otro medio de comunicación con fuentes de mayor credibilidad y pueda no solo tomar al internet como la única herramienta de información. ¿Cuáles serían algunos de los medios de comunicación que existen y se le brindaría al ganadero, que contengan temas con relación a la ganadería? el internet no es el único medio de comunicación que brinda diferentes herramientas de información, también podemos encontrar temas de ganadería en boletines, revistas o artículos publicados por asociaciones ganaderas, libros que son redactados con base de la experiencia y estudio profesional.

5. Desde la comunicación para el desarrollo el internet y la televisión son los medios de comunicación que los ganaderos se atienen a que les brinden una mejor información a través de estos, el productor ganadero debe asumir conciencia que estos medios de información son herramientas amplias en fuentes y deben adoptar un papel cooperativo y de involucramiento para que les pueda favorecer estos medios. Comunicativamente: el ganadero debe tomar en serio las faces comunicacionales del desarrollo para su producción, la colaboración, el involucramiento y el empoderamiento con estos medios para que puedan acertar en la C4D.

6.- Desde la comunicación para el desarrollo el internet fue el medio de comunicación que los ganaderos consideran tener una amplia y variada información en cual pueden ellos adoptar como herramienta para favorecer su desarrollo de producción ganadera y así también la económica. Comunicativamente: el ganadero debe asumir la responsabilidad de tomar en cuenta el manejo de este medio de comunicación para ser intérprete de su mejora de producción.

- Test de transposición temporal:

1.- Desde la comunicación para el desarrollo el ganadero se ha visto a la necesidad de vivir cambios en la compraventa de ganado vacuno en el mercado, lo cual no ha podido protagonizar su papel de productor ganadero como debería y esto lo lleva al punto de un déficit económico y social, (no le permite el progreso de su estabilidad económica ni ganadera) Comunicativamente: el ganadero no cuenta con las suficientes herramientas de comunicación para su auto desarrollo, idealmente debería no ignorar las fuentes de información que se le pueden brindar.

2.- Desde la comunicación para el desarrollo, el ganadero continua dependiendo del intermediario, lo que no permite que se involucre en un sector independiente de producción Comunicativamente: ya que esto se considera algo injusto para el ganadero, él debe buscar alternativas de desarrollo con ayuda de la C4D. e innovar propuestas para una mejora de producción.

3.- Desde la comunicación para el desarrollo los ganaderos aspiran a colaborar y mejorar la manera del mercadeo sin perder el papel de dependencia de algunas dependencias gubernamentales o sectores privados. Comunicativamente: esto no es malo si no se pierde la pauta de la participación con la media comunicación adecuadamente y así favorecer a dichos productores ganaderos en el mundo del desarrollo.

Una vez propuesto el análisis de las marcas de racionalidad, podemos dar por concluido este capítulo para dar paso al diseño de la estrategia comunicativa.

Capítulo 6. Diseño de estrategia desde la C4D

Desde la comunicación para el desarrollo, y acorde con el análisis del trabajo de campo realizado para la investigación, internet es la herramienta comunicativa que puede incidir, orientar e integrar a los ganaderos de Chiautla de Tapia, tomando en cuenta los resultados de los instrumentos de trabajo que se realizaron con el grupo de productores ganaderos. Al tomar los resultados, se optó por mayoría que internet será la herramienta que se utilizará en este diseño de proyecto para tratar de incidir en la mejora de producción ganadera, económica e interpersonal entre los ganaderos.

Dicho lo anterior, se propone crear una página en internet conforme a una red social virtual, como Facebook, donde habrá fuentes, como ligas para productos audiovisuales, visuales y sonoros, es decir, medios de información concretos y reales para que los ganaderos accedan a la página con la intención de informarse.

Esta página informativa contará con diferentes espacios para la información y para la interacción, con la intención de fomentar la participación entre y desde los ganaderos. Por otra parte, se piensa contar, dentro de estos espacios, con secciones específicas, por ejemplo, en el espacio informativo se pretende que los ganaderos encuentren información acerca de temas relativos al ganado y su actividad, mientras que, en el espacio de interacción, se busca que los ganaderos compartan sus ideas entre sí mediante publicaciones personales. Esto permitirá llevar un orden adecuado para los ganaderos, pues contará con medios audios visuales como videos, documentales, fotografías, relatos, entrevistas, o videos grabados en tiempo real por otros participantes que quieran formar parte del proyecto, grabaciones realizadas por expertos en temas de ganadería para brindar información con respecto a la producción ganadera.

Esta página es con el fin de que los ganaderos productores de Chiautla de Tapia puedan involucrarse con esta herramienta de comunicación y sepan usar este medio para fin de mejorar su producción económica y su relación interpersonal, por eso este proyecto tiene la intención, desde la C4D, para orientar a los participantes

a saber utilizar la página a través de capacitación mediante un taller que les faciliten el uso de esta herramienta.

OBJETIVO DEL TALLER: Capacitar a los ganaderos en la creación, uso, mantenimiento y manejo de una página de red social en internet, lograr que los participantes de este taller tengan el conocimiento necesario para el uso de la herramienta comunicativa y así puedan orientarse a favorecer su mejora de producción ganadera, económica e interpersonal.

META: Que se conozca y utilice favorablemente una herramienta comunicativa, (Facebook) sea de uso adecuado para permitir la mejora de producción ganadera, económica e interpersonal de los ganaderos de Chiautla de Tapia.

TALLER: será un taller de 6 horas dividido en 3 sesiones de dos horas.

Tabla 10 formato de taller de capacitación

DIAS	ACTIVIDADES	HORA DE INICIO	HORA DE TERMINO	PLAN DE ACTIVIDADES CON HORA	TIEMPO ACUMULADO DE TALLER
DIA 1	CREACION DE LA PAGINA EN FACEBOOK, USO DE DATOS MOVILES Y HERRAMIENTAS BASICAS	9:30 AM	11:30 AM	9:30 Bienvenida y presentación del personal 9:50 Introducción al uso de datos móviles desde sus dispositivos móviles, (dar a conocer; que es datos móviles, hacer uso de los datos móviles o conexión a internet	2 HORAS

				desde un modem, y dar a conocer la velocidad a la que navegan) 10:10 navegación en internet, entrar en diversas paginas (google, Fire Fox, Explorer, entre otros) mostrar las ligas de navegación y dar inicio con la red social en Facebook 10:30 Creación de la página Facebook, 11:00 Uso de herramientas elementales en Facebook (ventanas, ligas de internet), dar a conocer las funciones elementales e invitar amigos en la red y navegar en la página. 11:30 Cierre de la sesión	
DIA 2	MANEJO DE HERRAMIENTAS EN FACEBOOK, USO Y MANTENIMIENTO DE LA PAGINA	9:30 AM	11:30 AM	9:30 Uso de herramientas avanzadas en Facebook,(crear grupos, uso de chat, subir y descargar videos, audios y	4 HORAS

				fotos, compartir información, personalizar y administrar la página) 10:30 a 10:50 Receso 10:51 Mantenimiento de la página(actualización de datos en la red social) 11:15 a 11:30 práctica y cierre de sesión.	
DIA 3	PRACTICA Y EVALUACION (preguntas cerradas)	9:30 AM	11:30 AM	9:30 a 10:00 recordatorio de lo dicho y trabajado en el taller anteriormente 10:00 am a 11: 00 practica de navegación en la página, uso y mantenimiento de la red social (Facebook) 10:00 a 11:30 Evaluación a los participantes del taller.	6 HORAS

CONTENIDO DEL TALLER (detalles): Para el uso de esta plataforma los ganaderos y/o participantes se sugiere contar con alguno de estos dispositivos inteligentes; computadora, Tablet, laptop, de no contar con alguno de estos dispositivos, se brinda la siguiente opción como alternativa de uso; basta solo con tener un teléfono inteligente o algún otro dispositivo que tenga a la mano y que le permita el uso de internet y así poder darle uso a la plataforma.

Los participantes deberán conocer las funciones adecuadas para esta página, ya que ellos serán los protagonistas de este proyecto, una vez creada la página en Facebook, el capacitador les mostrara el manejo de cómo darle uso adecuado, "subir y descargar videos, compartir información con otros grupos e ir invitando a personal a que se una a la página y así crear una plataforma suficientemente amplia para la mejora de producción"

Una vez capacitado el personal, está listo para llevar a cabo diversas actividades para su auto beneficio, los ganaderos podrían ser los administradores de la página y podrán modificar conforme les favorezca su convicción.

FORMATO DE EVALUACIÓN DEL TALLER

La capacitación que recibió la considera

- a) Adecuada y necesaria b) inadecuada e innecesaria

La información que se le brindó en el taller lo considera

- a) Suficiente b) insuficiente

Con la información que recibo en el taller, ¿Cómo considerara al capacitador?

- a) Excelente b) Bueno c) Malo D) pésimo

El personal capacitador ¿fue el indicado para impartir el taller?

Sí No

El nivel de la capacitación que recibió en el taller, lo considera

- a) Alto b) Medianamente c) Bajo

¿Considera que la capacitación que recibió le ayudará al uso y manejo adecuado de la página en plazo futuro para la mejora de producción ganadera?

Sí No

¿Considera que la capacitación que recibió le ayudará al uso y manejo adecuado de la página en plazo futuro para la mejora de producción económica?

Sí No

¿Considera que la capacitación que recibió le ayudará al uso y manejo adecuado de la página en plazo futuro para la mejora interpersonal?

Sí No

¿Recomendaría el taller para una capacitación de otro proyecto?

Sí No

REQUERIMIENTOS E INSUMOS (en tabla de Excel contiene costos y detalles)

Requerimientos:

Dónde: Casa del Sr. Domingo Téllez Cázares.

Dirección: Calle: José Vasconcelos #20, Col. Loma bonita

Ubicación: Chiautla de Tapia, Puebla.

Espacio: Sala principal; medidas: 4mts de ancho por 8mts de largo

Horario de inicio y de conclusión del taller: De 9:30 am a 11:30 am

Insumos:

Infraestructura: habitación de concreto de 32 metros cuadrados, (4 mts de ancho por 8 mts de largo). Incluye sanitario con conexión directa al drenaje y lavamanos, dos conexiones de luz eléctrica frontales y dos laterales, iluminación eléctrica para dos focos tipo bombilla.

Personal para impartir el taller de capacitación

1 Computadora de escritorio (laptop), accesorios: Mouse, cable cargador, cable de conexión a red

6 Dispositivos móviles (Teléfonos inteligentes). Con conexión a Wifi.

INTERNET: inalámbrico (Wifi) y de conexión por cable, 1 modem.

1 Proyector (con accesorios)

1 Bocina de audio

1 Cable auxiliar de audio entrada 3.5 mm 1.8 longitud.

1 mesa de trabajo (para soporte de computadora de escritorio y proyector)

1 mesa para refrigerio (café y galletas)

1 mesa redonda de uso exclusivo para los ganaderos

8 sillas (6 para cada ganadero, 1 para el capacitador, 1 para invitado)

1 termo eléctrico para agua caliente

1 galón de agua purificada (20 litros)

3 cajas de galletas surtido (una por día)

1 frasco de café soluble

1 kg de azúcar

1 paquete de vaso desechable

1 paquete de cuchara desechable

1 paquete de servilletas

3 bolsas para basura

Conclusiones, observaciones y recomendaciones

Este apartado es la última parte del proyecto de comunicación para el desarrollo de la ganadería vacuna en Chiautla de Tapia, donde se exponen las conclusiones, es decir, se da respuesta a las preguntas de investigación específicas y a la pregunta general. Las observaciones; se explican los obstáculos que se presentaron durante el trabajo de este proyecto y se presenta una propuesta de cómo la investigación podría haber logrado mejores resultados de trabajo. Y las recomendaciones que dan parte a la C4D como una disciplina y qué alternativas puedan tener este proyecto para futuros estudios relacionados con el tema de la ganadería.

- Conclusiones.

La pregunta general que guio esta investigación fue la siguiente: ¿De qué manera las herramientas comunicativas orientadas al desarrollo contribuyen a mejorar el intercambio de información en este grupo de ganaderos de Chiautla de Tapia, Puebla, con la intención de favorecer las actividades de la producción ganadera?

1. Mientras que las preguntas específicas fueron estas: ¿Cuáles son las herramientas comunicativas orientadas al desarrollo para incidir en la mejora de las actividades de la producción ganadera de este grupo?
2. ¿Cuáles son las herramientas comunicativas orientadas al desarrollo para incidir en la mejora del intercambio de información entre este grupo ganadero?
3. ¿De qué manera las herramientas comunicativas orientadas al desarrollo fortalecen la integración personal de este grupo ganadero?

Haciendo un repaso de este proyecto, la comunicación para el desarrollo, C4D, ayuda a facilitar el acceso a la información y al conocimiento, motiva el involucramiento y participación, alienta el empoderamiento a través de la orientación e implementación de herramientas comunicativas para favorecer el desarrollo en uno o varios grupos sociales.

El objetivo de la C4D es que las personas sean capaces de ser los autores de su autodesarrollo y poder así tener beneficios de productividad, económicos e interpersonales, también, su desafío consiste en usar herramientas de comunicación para impactar en un proyecto favorablemente. La comunicación para el desarrollo tiene como propósito apoyar el cambio social y comunicar con sensibilidad.

Este proyecto parte de un planteamiento de problema, el cual se enfoca en un pequeño grupo de ganaderos micro productores originarios del municipio de Chiautla de Tapia, en el estado de Puebla, México, que no tienen una favorable producción ganadera, económica y por tanto interpersonal, de esto se identificó el origen de esta inconsistencia y en consecuencia los ganaderos no tienen un favorable desarrollo social.

Por ello, se buscaron datos duros (información del lugar, de ganaderos y asociaciones, fuentes de ingresos y egresos entre otros) como parte de una investigación. Para obtener resultados se utilizaron instrumentos de investigación, es decir, la entrevista, la encuesta y un taller participativo que se llevaron a cabo mediante trabajo de campo en la comunidad. Esto, junto con el análisis de datos, permitió encontrar problemáticas principales que ya se expusieron en el capítulo anterior y que impide a los productores ganaderos adoptar su papel protagónico de autodesarrollo.

La C4D dentro de este proyecto, tuvo como propósito identificar las herramientas comunicativas que están orientadas al desarrollo para incidir en la mejora de productividad económica, la mejora de comunicación interpersonal y poder fortalecer la integración de este grupo de ganaderos como comunidad.

Para aportación de este proyecto, se diseñó una estrategia comunicativa que se brinda al ganadero, ésta misma contiene la herramienta que, a respuesta del análisis de datos y por optación de los ganaderos se considera la ideal para poder trabajar y tener una mejora de resultados en el desarrollo que permite tratar de incidir e involucrar la participación de los micro productores.

Como conclusión de este proyecto, y para dar respuesta a las preguntas de investigación, es importante mencionar que la C4D vincula la herramienta comunicativa con medios de información cibernéticos que apoyan bastante en el desarrollo.

El internet es un medio de comunicación que brinda variedad de fuentes informativas, una de ellas son las redes sociales, y por ello, se toma como herramienta comunicativa una red social (Facebook) que, conforme al resultado que dio el análisis de datos, y conforme al diseño de la estrategia, es la ideal para que pueda contribuir junto con la C4D en este proyecto y favorecer así al grupo de ganaderos de Chiautla de Tapia en su mejora de producción ganadera, económica e interpersonal.

Así mismo se consideró que ésta herramienta de comunicación está orientada para incidir en la mejora de productividad ganadera e interpersonal de los ganaderos, ya que cumple con los requerimientos para fortalecer la integración de una sociedad sabiéndola utilizar de manera adecuada, es decir, cubre el perfil de llevar a cabo la cooperación, la integración y el involucramiento de los participantes, como resultado de esto, se considera la herramienta adecuada para orientar a los involucrados de este proyecto.

Se espera que esta herramienta contribuya a elevar la productividad de este grupo de ganaderos en manera indirecta, ya que éste proyecto se presenta con una propuesta que trata de hacer una mejora de desarrollo y autodesarrollo en un pequeño grupo social. Así mismo, internet es un soporte que contribuye ofreciendo información acerca de los temas de ganadería para que estos productores se favorezcan de ella.

El internet está integrado favorablemente en la estrategia de comunicación y comunicativamente apoya a la C4D de manera que, los ganaderos, podrán hacer uso adecuado de esta siempre y cuando exista la iniciativa de ellos mismos para la mejora de su autodesarrollo.

Dentro de la estrategia comunicativa, también, se añadió un taller de capacitación para el uso, manejo y mantenimiento de la herramienta (red social) que permite a los participantes el involucramiento, la cooperación y la importancia de trabajo en equipo, como resultado esto fortalece la integración de este grupo de ganaderos en este proyecto como una sola comunidad.

La página de red social creada y propuesta en este proyecto para la mejora de desarrollo con los ganaderos, contiene información necesaria con respecto al tema de ganado vacuno, para que los participantes puedan consumir el medio y mantenerse informados de los sucesos que se vive día con día en la sociedad, esto les permitirá involucrarse aún más de manera profesional en el ámbito de la ganadería, y se pueda así cumplir el objetivo de este proyecto.

La manera en que Facebook como herramienta de comunicación puede incidir en la mejora del intercambio de información en este grupo de ganaderos de Chiautla de Tapia, involucrados en este proyecto, es que a través de su diverso y variado contenido de información pueda brindar a los participantes alternativas de producción para favorecerse positivamente en el mercadeo vacuno, puedan contar con suficiente información concreta y así los productores se valgan por si mismos para su autodesarrollo.

Así mismo, el taller de capacitación se considera un soporte de la estrategia comunicativa y el aprendizaje mediante el dialogo una herramienta de comunicación más, que incide en el grupo de ganaderos en su mejora de comunicación interpersonal. Esto es porque la herramienta involucra a los participantes en la mejora del desarrollo y se convierten en colaboradores de la C4D, cumpliendo así su desarrollo interpersonal a través de una mejora de comunicación.

Ambos soportes (internet, taller de capacitación) y herramientas de comunicación (Facebook y el aprendizaje mediante el dialogo), fortalecen la integración de los ganaderos como comunidad a través de la participación, el involucramiento y la participación social, esto logra que la C4D cumpla con el objetivo de que la

comunicación incide con estos elementos dentro de este pequeño grupo social, para así trabajen en conjunto y en equipo.

Las maneras en las herramientas comunicativas orientadas al desarrollo contribuyen a elevar la productividad ganadera y la comunicación interpersonal de este grupo de ganaderos de Chiautla de Tapia, Puebla, es a través del aprendizaje obtenido de estas, es decir, los productores podrán ser autónomos de conocimientos para obtener ventajas con información de las herramientas de comunicación que este proyecto les facilitó.

Los ganaderos se pueden favorecer económicamente, sabiendo explotar la información obtenida de la red social, esto es por medio del conocimiento adquirido, y puedan así diseñar diversas maneras estratégicas de compraventa para llevar a cabo una mejora de ganado y posteriormente se benefician en la economía. De esta manera los ganaderos son protagonistas de su autodesarrollo en el mercado vacuno con ventas precisas, y con diferentes maneras de trabajar en el mercadeo vacuno.

Por otra parte, el aprendizaje mediante el dialogo ayuda a este grupo de ganaderos involucrados en este proyecto a elevar su comunicación interpersonal, a través del conocimiento obtenido, la experiencia de participación de trabajo en conjunto, la colaboración y cooperación de trabajo en equipo. Como resultado, este pequeño grupo social puede llevar a cabo la mejora de producción de ganado y así se favorecen en el desarrollo.

Es importante mencionar la versión técnica comunicacional basado a la propuesta de la Dra. Sandra massoni pero el nivel de alcance que logra este proyecto hace énfasis a lo comunicativo. Debido a los resultados que da el análisis de datos.

- Observaciones

Una vez que los resultados de este proyecto sean favorables para el grupo de ganaderos de Chiautla de Tapia, la C4D cumpliría el objetivo como disciplina, y la herramienta de comunicación podrá considerarse para planes futuros.

Durante el trabajo de investigación de este proyecto se presentaron algunos obstáculos que no facilitaron el avance esperado de la propuesta, algunos de ellos fueron que no se encontraron fácilmente documentos o libros con información adecuada para el tema de ganadería vacuno, en algunas páginas de internet se lograron localizar algunos datos, pero no con la información suficiente; por otra parte, al comenzar el trabajo de campo, no fue sencillo localizar a los participantes ganaderos, ya que viven en diferentes puntos de la localidad de Chiautla, lo que dificultó el traslado para su participación.

Para lograr la integración y cooperación por parte de los ganaderos a este proyecto, fue complicado, ya que cada uno de ellos tiene un punto de vista y una manera diferente de trabajar, aun siendo la misma rama de trabajo de ganadería, pues el grupo de productores de ganado trabajan en conjunto, pero no en equipo, esto fue un obstáculo más para integrar la comunicación en ellos.

Una propuesta de cómo la investigación podría lograr mejores resultados de trabajo, sería el identificar grupos y asociaciones ganaderas con experiencia en el tema de ganado, buscar otros proyectos con impacto en el desarrollo social que se vinculen con la C4D y así poder llevar un mejor control y argumentar otros puntos de vista.

Quizá la intervención de otra herramienta de comunicación podrá ayudar de manera directa a la mejora de desarrollo de este pequeño grupo social, es importante mencionar que para llevar a cabo el anexo de dicha propuesta se tendría que hacer nuevamente otra investigación para ver el perfil de la ganadería vacuna desde otro punto. Por ejemplo, el cómo este oficio puede vincularse con otros medios de desarrollo, o de que otra manera puede brindar mejores propuestas de ganancia económica y los ganaderos productores no opten por desertar de esta actividad.

Para identificar y evitar obstáculos que se presentaron durante el trabajo de campo, el investigador debe brindar a los participantes una manera más atractiva para convocarlos, con información clara y concreta, que presente alternativas dinámicas para incentivar al ganadero a colaborar de manera más factible.

- Recomendaciones

Pensando en la C4D como una disciplina para futuros estudios semejantes a este, deberán comenzar por ver el tema del ganado de diversas perspectivas y puntos, apoyándose en expertos en el ámbito, colaborando con el trabajo de campo e involucrándose en la ganadería como una experiencia de vida, y así, lograr un acertado argumento acerca de la ganadería vacuna dentro de la comunicación para el desarrollo.

Este proyecto de investigación propuso una herramienta de comunicación para la mejora de desarrollo de un pequeño grupo social, no es el primero ni el único en el medio comunicativo, pero colabora en tratar de responder algunas de tantas preguntas de investigación que se plantean en el ámbito de la ganadería, por eso, es recomendable no perder la pauta y continuar argumentando con más información acerca del tema e innovando nuevas propuestas como herramientas de comunicación, de este modo, los comunicadores para el desarrollo podrán responder y colaborar en las nuevas preguntas que surgen a plazo futuro.

Bibliografías

Jenatsch, T., & Bauer, R. (2014). *Comunicacion para el desarrollo una guia practica*. Nicaragua: Agencia Suiza para el Desarrollo y la Cooperación (COSUDE).

Chiautla. (2 de octubre de 2019). *Localidades de Chiautla* . Obtenido de Localidades de Chiautla : <https://mexico.pueblosamerica.com/puebla/chiautla/>

Covarrubias, K. Y. (2013). Reflexividad metodológica. En K. Y. Covarrubias, *Metodología, métodos, técnicas* (págs. 141-1167). Colima: Universidad de Colima.

Enciclopedia de Municipios y delegaciones del estado de Puebla . (2014). *Inafed*. Recuperado el 10 de enero de 2019, de <http://www.inafed.gob.mx/work/enciclopedia/EMM21puebla/municipios/21047a.html>

Galindo Cáceres, J. (1998). Cibercultura, ciberciudad, cibernsiedad hacia la construcción de mundos posibles en nuevas metáforas conceptuales. En *Cibercultura, ciberciudad, cibernsiedad hacia la construcción de mundos posibles en nuevas metáforas conceptuales* (págs. 9-23). Mexico: Universidad de Colima.

García Fanlo, L. (17 de Marzo de 2011). *¿Que es un dispositivo? Foucault, Deleuze*. Obtenido de Revista de Filosofia: <http://serbal.pntic.mec.es>

Geilfus, F. (2009). *80 herramientas para el desarrollo participativo*. Costa Rica: IICA Sede Central.

Gobierno de Puebla. (15 de Abril de 2017). *CEIGEP*. Obtenido de CEIGEP: <http://www.coteigep.puebla.gob.mx/>

Gobierno del estado de Puebla. (2014). *CEIGEP*. Recuperado el 12 de febrero de 2019, de <http://www.coteigep.puebla.gob.mx/est231.php?muni=21047>

- Gumucio Dagrón, A. (2011). *Comunicación para el cambio social*. Bogotá, Colombia: Pontificia Universidad Javeriana.
- Inegi. (10 de mayo de 2019). *Inegi.org.mx*. Obtenido de Inegi: <https://www.inegi.org.mx/>
- Ipomex. (2 de octubre de 2019). *portal de informacion publica*. Obtenido de portal de informacion publica: <https://www.ipomex.org.mx/portal.htm>
- Massoni, S. (2007). Modelo de comunicación estratégica. En S. Massoni, *"Estrategias. Los desafíos de la comunicación en un mundo fluido"* (págs. 1,16). Rosario, Argentina: Universidad Nacional de Rosario.
- Massoni, S. (2017). *Medir la comunicación desde lo vivo*. Rosario, Argentina: Universidad Nacional de Rosario.
- Morin, E. (2008). Fundamentos teóricos del pensamiento complejo. *Educare*, 20.
- Quiñones Bonilla, F. (2005). *De la cultura a la cibercultura*. Bogotá: Universidad Santo Tomás Colombia.
- SEDESOL. (3 de junio de 2014). *gob.mx*. Obtenido de gob.mex: <https://www.gob.mx/sedesol?idiom=es&order=DESC&page=204>
- Sedesol. (17 de 12 de 2017). *Secretaría de desarrollo social*. Obtenido de Secretaría de desarrollo social: Secretaria de desarrollo social
- Varela G, F., & Maturana R, H. (1979). *El árbol del conocimiento*. Santiago de Chile: Editorial Universitaria.
- Varela, F. (2005). Conocer. Las ciencias cognitivas: tendencias y perspectivas. *Gedisa*, 128.

Anexos

Anexo 1

- Diario de Campo

Benemérita Universidad Autónoma de Puebla
Alumno: Manuel Téllez Acevedo
Diario de campo: Proyecto de comunicación para el desarrollo de ganadería vacuna en Chiautla de Tapia

DIA	FECHA	ACCION A REALIZAR	OBSERVACIONES	NOTA DE RESULTADOS
1	7/07/2018	CONOCER EL GANADO Y TIPO DE TERRENO EN EL QUE ESTA UBICADO	SE LLEVÓ EL GANADO A UNA PRESA DONDE TOMAN AGUA, TERRENO DE CLIMA CALIDO SECO ¿y el ganado y el terreno?	EL GANADO BEBE AGUA DE 2 A 3 VECES DURANTE EL DIA Y NOCHE, MAS EN TEMPORAL DE CALOR
2	13/07/2018	BAÑAR EL GANADO VACUNO	SE BAÑA EL GANADO CON UNA BOMBA ESPECIA DE ROCÍO, CON UN MEDICAMENTO ESPECIAL PARA ELIMINAR BICHOS DE LA VACA O TORO ESTE FUNCIONA A TRAVEZ DE UN LIQUIDO QUE SE MEZCLA CON AGUA Y SE	INMEDIATAMENTE LOS BICHOS Y MOSCAS QUE SE PEGA AL GANADO DESAPARECE ESTA ACCION SE REALIZA UNAS DOS VECES AL MES

			ROCIA SOBRE EL ANIMAL	
3	14/07/2018	VENTA DE UN BOVINO	UN GANADERO SE INTERESO EN UNA CRIA BOVINO (BECERRO) SE ACORDO EN IR AL TERRENO PARA CERRAR EL TRATO	QUEDA PENDIENTE EL CIERRE DE VENTA
4	19/07/2018	ALIMENTAR CON SILO	LOS GANADEROS VIERTEN SILO (ALIMENTO, HECHO A BASE DE PASTO VERDE CON PEZAZOS ELOTE FERMENTANDO) A LOS COMEDEROS DONDE LAS VACAS Y TOROS COMEN PPOR TIEMPOS	ESTA ACCION SE REALIZA UNAS 3 VECES POR SEMANA, LA INTENSION DEL GANADEROES MANTENER AL GANADO COMIENDO PARA VARIAR Y FORTALECER A ESTE.
5	21/07/2018	DAR SAL AL GANADO	LOS GANADEROS VIERTEN SAL EN LOS COMEDEROS Y ACOMODAN AL GANADO EN FILAS PARA QUE ESTE COMA SAL, LA SAL ES DE GRANO LIGERAMENTE MOLIDA PARA UN MEJOR EFECTO DE ENGORDA	DOS VECES POR SEMANA APROXIMADAMENTE SE REALIZA ESTA ACCION LA SAL AYUDA AL ANIMAL A ENGORDAR, Y PUEDE ESTE CONSUMIR HASTA UN KILO AL DIA

6	27/07/2018	VACUNAR AL GANADO	EL GANADO SE ENCIERRA EN EL CORRAL ENTRE LOS GANADEROS, HAY COORDINACION ENTRE ELLOS YA QUE SABEN LA ACCIOIN A REALIZAR CADA UNO, SE EMBOTELLAN A LOS ANIMALES EN EL EMBUDO (parte del corral dentro de si mismo) Y EN FILA VACUNAN AL ANIMAL UNO POR UNO, CON MEDICAMENTO ESPECIAL PARA DISTINTOS FINES	VACUNAR AL GANADO ES UNA ACCION QUE SE REALIZA POR LO MENOS UNA VEZ CADA SEIS MESES, DEPENDIENDO LA EDAD DEL ANIMAL EL TIPO DE VACUNA, ESTO AYUDA A QUE EL GANADO NO ENFERME Y SEA PROPENSO A QUE MUERA, TIENE MUCHA IMPORTANCIA LA VACUNA, YA QUE DEPENDE LA DOSIS Y EL TIPO DE ENFERMEDAD QUE SE PRETENDE HACER PRECAUCION
7	28/07/2018	MANTENIMIENTO AL ESTABLECIMIENTO VACUNO	EN ESTE DIA EL SR, DOMINGO TELLEZ, REALIZA MANTENIMIENTO AL CORRAL DONDE COME EL GANADO, BARRE, LAVA, Y CAMBIA POSTES DEL CORRAL QUE ESTAN DAÑADOS.	EN OCACIONES DE TIEMPO LIBRE, EL SR DOMINGO REALIZA ESTA ACCION. ADICIONAL A OTRAS ACTIVIDADES

Anexo 2

- Entrevistas a los Ganaderos de Chiautla de Tapia

Entrevista 1

Título de la investigación: Proyecto de comunicación para el desarrollo de la ganadería vacuna en Chiautla de Tapia.

Investigador: Manuel Téllez Acevedo

Entrevista a: Domingo Téllez Cazares

Fecha de entrevista: 17 de noviembre del 2018

Edad: 63 años

Ocupación: Ganadero

Lugar de entrevista: Chiautla de Tapia, Puebla.

Localización: Chiautla de Tapia.

MTA: Buenos días hoy nos encontramos con el señor Domingo Téllez Casares productor ganadero y que haremos una entrevista de la manera de trabajo en la Ganadería Vacuna e señor domingo ¿Cómo está usted?

DTC: bien buenos días,

MTA: bueno el día de hoy le vamos a preguntar a cerca de la ganadería de acuerdo

DTC: claro que si

MTA: ¿Cuánto tiempo lleva involucrado en el negocio de la ganadería?

DTC: Actualmente solo 3 años porque primero ejercí la carrera del magisterio, después de juli jubilarme me decidí a tomar esta bondadosa actividad y apenas llevo tres años en ella,

MTA: bien ¿cuáles son los problemas principales que ha enfrentado el ganadero para la compraventa de ganado?

DTC: en primer lugar, quiero mencionar que es la falta del recurso económico para comprar y para vender ofrecer ofrece muy barato el comerciante o el intermediario que es el que se lleva la ganancia nada más.

MTA: Usted a podría mencionarnos e ¿Que hace la diferencia e del mercado vacuno hace 20 años atrás a la actualidad?

DTC: En este caso es casi lo mismo antes la venta era a bulto, pero ahora se hace también por kilo de ambas formas se puede realizar.

MTA: Muy Bien e ¿Cómo se trabaja tiempo atrás su mejora de producción ganadera y económica?

DTC: Bueno no tengo esa experiencia en los tres años que llevo, apenas empiezo a ver los primeros las primeras crías, se necesita un poco más de tiempo

MTA: ¿La manera de trabajar el mercado de compraventa de ganado es el mismo de tiempo atrás?

DTC: mm parecido, si hay comerciante en pequeño y hay también comerciante en mayoreo

MTA: micro y macro

DTC: exacto

MTA: ¿Cómo se maneja el mercado de la compraventa de ganado vacuno actualmente?

DTC: bueno con el ganado registrado aretado y un documento que lo expide la autoridad correspondiente donde estampa su fierro quemador el vendedor

MTA: ¿Que se necesita para una buena producción de ganado vacuno?

DTC: Bueno buen forraje buenos pastos agua suficiente y limpia vacunas, desparasítate y vitaminas y una buena disposición en el cuidado

MTA al mencionar disposición del cuidado ¿se refiere al mantenimiento del ganado?

DTC: tener ese interés estar siempre con mucha constancia este a la vista de los animalitos

MTA: bien mm ¿cómo trabaja su mejora de producción ganadera y económica actualmente?

DTC: Bueno siguiendo las recomendaciones a veces del veterinario y en ocasiones de otras personas con más experiencia que yo de esa manera este podemos lograr nuestros propósitos.

MTA: muy bien además de la compraventa de ganado ¿usted tiene otra alternativa para mejorar económicamente del mismo producto vacuno?

DTC: Bueno se debe de pensar en la selección de vientres en la compra de semental para mejorar la raza y una buena alimentación también.

MTA: ¿cuáles son los cuales son algunas razas que pueden producir mejor económicamente para usted?

DTC: Hay de dos tipos de animales que uno puede conseguir el de carne y de leche o del de doble propósito o también mirar las condiciones de clima que existen en nuestra región en este caso la braman en el ganado braman es el que impera en este lugar por su resistencia y por su adapabilidad en el medio

MTA: ¿Qué cambios puede tener el mercado de compraventa de ganado a futuro para usted?

DTC: Bueno un espacio intermedio así le puedo llamar en la región para que el productor venda directo a precio justo, sin intermediario es decir que no este se hagan traslados grandes para que este no se gaste tanto en el traslado de la compraventa de los animales que uno produce.

MTA: muy bien y ¿Qué problemas pueden suscitarse en unos años si no hay alguna mejora de producción ganadera?

DTC: la falta de carne en la región y el alto precio al consumidor nada más

MTA: ¿Cómo pretende trabajar la producción ganadera a plazo futuro usted?

DTC: Bueno esto sería a través de programas que implemente nuestro gobierno e para que favorezcan al pequeño productor como en mi caso con una información de instituciones como SAGARPA asesorándome con frecuencia para lograr mis metas es todo.

MTA: Muy bien muchísimas gracias por hacernos esta pequeña entrevista agradecemos su tiempo y pues esperamos poder seguir contando con su apoyo para poder continuar en este proyecto de ganadería vacuna en Chiautla de Tapia

DTC: Muchas gracias hasta luego

MTA: Muchas gracias.

Entrevista 2

Título de la investigación: Proyecto de comunicación para el desarrollo de la ganadería vacuna en Chiautla de Tapia.

Investigador: Manuel Téllez Acevedo

Entrevista a: Efraín Acevedo Ramos

Fecha de entrevista: 03 de marzo del 2019

Edad: 34 años

Ocupación: Campesino y Ganadero

Lugar de entrevista: Chiautla de Tapia, Puebla.

Localización: Ranchería Cañada Grande, Chiautla de Tapia.

MTA: buenos días, aquí estamos con Efraín Acevedo Ramos eh el forma parte del grupo de ganaderos en Chiautla de Tapia y haremos esta entrevista con él para que nos comparta lo que él ha trabajado con respecto al ganado vacuno. ¿Cómo estas Efraín que tal te va?

EAR: ¡no pues buenos días, este! Muchas gracias, muy bien, y haber en que podemos ayudar verdad.

MTA: primero dime ¿Cuánto tiempo llevas involucrado en el negocio de la ganadería?

EAR: llevo aproximadamente unos tres años, antes no estaba metido de lleno a esto pero ahora se me da más la oportunidad por el tiempo.

MTA: bueno tres años ya es algo de experiencia

EAR: más o menos no te creas ni tanto ja jajá...

MTA: dime ¿Cuáles son los problemas principales que ha enfrentado el ganadero para la compraventa de ganado?

EAR: bueno como problema de compraventa tiene mucho que ver el precio en el mercado, se supone que está como a cuarenta pesos el kilo, pero pues hay que negociar porque el consumidor te lo quiere pagar en treinta pesos o menos y ya ellos lo venden a otro precio mayor esto no favorece económicamente.

MTA: eh Fran ¿Qué hace la diferencia del mercado vacuno hace veinte años atrás a al a actualidad?

EAR: bueno hace veinte años casi no se daba este negocio de la ganadería, al menos en esta región el mercado estaba en otras zonas y apenas tenías para sobrevivir no tendrías para mantener un animal de esa categoría, bueno al menos así en mi caso.

MTA: hace veinte años entonces ¿te dedicabas a otra cosa?

EAR: si al campo, la siembra y la escuela

MTA: Ha ya La pregunta que sigue es... con respecto al tiempo que llevas dedicándote a la ganadería ¿Cómo ha trabajado su mejora de producción ganadera y económica?

EAR: sobrellevándola, en mi caso comencé hace poco y bueno como vaquero de mi hermano, ya de ahí pues me involucré y no llevo mucha ganancia que digamos, hace falta alimento para alivianarse bien, he trabajado para sobrellevarla y que no se mueran los animales.

MTA: ¿la manera de trabajar el mercado de la compraventa es el mismo que hacía tiempo atrás?

EAR: no, antes se buscaba en el mercado de la compraventa la mejora de razas y ahora se busca la carne que sea según mas orgánica según los compradores.

MTA: ¿Cómo se maneja el mercado de la compraventa de ganado vacuno actualmente?

EAR: bueno actualmente el mercado de la ganadería se basa en la compra de buenas reses de raza más que nada por el tipo de carne.

MTA: ¿Qué se necesita para una buena producción de ganado vacuno?

EAR: principalmente para una producción de ganado necesitas mantenerlas con buen alimento y mantenimiento en ese caso, bañarlas vacunarlas entre otras cosas, la falta de alimento se da mucho por esta zona.

MTA: se refiere al pasto y a medicamentos

EAR: si a eso.

MTA: bien dígame ¿Cómo trabaja su producción ganadera y económica actualmente?

EAR: pues como te digo, sobrellevándola con lo poco que hay, cuando se puede vendo un becerro para sacar gastos de la casa y seguir manteniendo los animales que son pocos, hay de lo que va saliendo.

MTA: además de la compraventa de ganado ¿tiene alguna otra alternativa para mejorar económicamente del mismo ganado vacuno?

EAR: pues la poca leche que dan las vacas se va vendiendo, pero como te digo es muy poca y es a falta del forraje que no tienen las vacas, no se da mucho no me favorece entiendes.

MTA: bien, ¿Qué cambios puede tener el mercado de compraventa de ganado a futuro?

EAR: pues no podría decirte con exactitud, pero espero que sea para favorecer a los ganaderos en general, tal vez ya solo sea para la reproducción o para nada mas buscar carne en especial, no lo sé.

MTA: si eso sí, pero ¿Qué problemas pueden suscitarse en unos años si no hay alguna mejora de producción de ganado?

EAR: pues si no hay mejora de producción no hay mejora económica y no tiene caso que sigas invirtiendo en algo que no te deja, entonces sería mejor dedicarse a otra cosa que si te deje ganancia, eso sería lo que pasaría.

MTA: ¿Cómo pretendes trabajar la producción ganadera en plazo futuro?

EAR: mira no se puede decir con certeza eso, pero con ayuda de los nuevos programas sociales que dan espero poder ayudarme con eso porque no hay como por el momento.

MTA: muy bien, pues muchas gracias Efraín por darme este tiempo, de verdad muchas gracias espero que de verdad mejore tu producción ganadera y así lo económico.

EAR: no pues gracias a ti, y ya sabes hay estamos cualquier cosa, que estés bien.

Entrevista 3

Título de la investigación: Proyecto de comunicación para el desarrollo de la ganadería vacuna en Chiautla de Tapia.

Investigador: Manuel Téllez Acevedo

Entrevista a: Iván Téllez Miranda

Fecha de entrevista: 10 de abril del 2019

Edad: 35 años

Ocupación: Mecánico y Ganadero

Lugar de entrevista: Chiautla de Tapia, Puebla.

Localización: Chiautla de Tapia.

MTA: que tal, buenas tardes Iván ¿cómo estás?

ITM: ¡que hay, muy bien gracias! Aquí, ya listo para lo que se pueda.

MTA: eso es todo, pues bien daremos comienzo con que me digas ¿Cuánto tiempo lleva involucrado en el negocio de la ganadería?

ITM: huy pues, no lo sé con exactitud, pero... mas o menos unos tres o cuatro años, no mucho la verdad.

MTA: pero ya tienes conocimiento en el tema.

ITM: sí, claro tú sigue

MTA: ¿Cuáles son los problemas principales que ha enfrentado el ganadero para la compraventa de ganado?

ITM: híjole, pues hay varios, los principales o de mayor frecuencia son; el tipo de ganado que se tenga, ya sea para uso de venta exclusivo para carne o para la reproducción, eh depende que tan gordas estén, si están bien de alimento te las pagan mejor, otro es que los compradores te consumen en lo económico porque te compren, y al rato te enteras que ya lo vendió a otro precio mayor y se llevó la ganancia, y pues ya que te queda, eso es.

MTA: ¿Qué hace la diferencia del mercado vacuno hace veinte años atrás a la actualidad?

ITM: ¿Qué hace la diferencia de tiempo atrás a la actualidad? El mercado ha sido incierto, antes la ganadería era negocio por el fin de mejorar razas y consumo de carne, principalmente se daba porque era económico todo, los carniceros incluso tenían sus propias reses y se facilitaba comprar una res, porque antes era mas económico todo y ahora hasta para poner un arete te cobran caro, eso es lo que hace la diferencia.

MTA: ok ¿Cómo trabajaba tiempo atrás su mejora de producción ganadera y económica?

ITM: pues antes era más fácil producir tu economía en este medio, te rendía la leche porque las vacas eran exclusivas para derivados y ahora se han enfocado los ganaderos en buscar razas para el tipo de carne y sementales.

MTA: ¿la manera de trabajar en el mercado de compraventa de ganado es el mismo que hacía tiempo atrás?

ITM: no, no, no antes era más informal la compraventa de ganado no había que hacer tanto papeleo para adquirir una res, y depende para que era la compra, ahora se compra un animal y lo tienes que registrar, tu fierro que este dado de alta, el arete y que todo esté en regla, eso sería.

MTA: ¿Cómo se maneja el mercadeo de la compraventa de ganado vacuno actualmente?

ITM: bueno, actualmente el mercadeo se maneja de diferentes maneras solo te diré un par, tienen mucho que ver los interventores de compra, son los que a veces y si te dejas se llevan la ganancia, se buscan animales para el apareamiento, quiero decir, se buscan buenos toros como sementales para producir más ganado y la otra es que se busca en el mercadeo la economía de carne, principalmente los carniceros. Solo podría decir eso.

MTA: ¿qué es lo que se necesita para una buena producción de ganado?

ITM: bueno para tener una buena producción de ganado se necesita dinero, ese dinero se necesita invertir en los cuidados de tus animales, dedicarle tiempo e interés para que tengas producción, de no ser así no tendría buena producción de animales.

MTA: bien, ¿Cómo trabaja su mejora de producción ganadera y económica actualmente?

ITM: con ayuda de otros ganaderos me apoyo para que podamos ir produciendo y buscando algunos clientes que estén interesados en la compra y nos faciliten los medios.

MTA: además de la compraventa, ¿tiene alguna otra alternativa para mejorar económicamente del mismo ganado vacuno?

ITM: por hora no, no hay nada en mente más adelante a lo mejor sí, pero ahora no.

MTA: ¿Qué cambios puede tener el mercado de compraventa de ganado a futuro?

ITM: pues puede que cambien muchas cosas, entre ellos que ya se busque otro tipo de ganado en especial para diferente uso no lo sé.

MTA: ¿Qué problemas pueden suscitarse en unos años si no hay alguna mejora de producción de ganado?

ITM: ¿Qué problemas? Pues mira no lo sé, pero creo que sería que te quedes con lo poco que tienes, que vendas lo que tengas y que busques la manera de ponerte al tanto de los hechos que están ocurriendo, creo que eso pasaría.

MTA: Iván, por último ¿Cómo pretende trabajar la producción ganadera a plazo futuro?

ITM: bueno, pues como lo he venido haciendo, buscando y apoyándome en otros ganaderos ya con mayor experiencia para aprender de ellos, solo así saldría adelante.

MTA: muy bien Iván, pues muchas gracias por darme este tiempo espero que todo salga bien y nos estamos viendo.

ITM: gracias a ti mano ya sabes que hay estamos cuídate.

Entrevista 4

Título de la investigación: Proyecto de comunicación para el desarrollo de la ganadería vacuna en Chiautla de Tapia.

Investigador: Manuel Téllez Acevedo

Entrevista a: Juan Carlos Ruiz Herrera

Fecha de entrevista: 30 de abril 2019

Edad: 27 años

Ocupación: Ganadero

Lugar de entrevista: Chiautla de Tapia, Puebla.

Localización: Chiautla de Tapia.

MTA: buenos días Juan Carlos, esta mañana quisiera que me hablaras de la experiencia que tienes en la ganadería y por eso quiero que me ayudes con esta pequeña entrevista que dices.

JCRH: buenos días hermano, claro que si aunque no tengo mucha experiencia en la ganadería pero veremos en que se te puede ayudar.

MTA: bueno primero dime ¿se dedica de tiempo completo a la ganadería?

JCRH: en realidad no porque tengo otras actividades laborales y la ganadería lo tomo como segunda opción de labor, pero dentro del ámbito llevo como unos dos años.

MTA: apenas entonces

JCRH: si, no es de mucho

MTA: bueno la segunda pregunta sería ¿Cuánto tiempo llevas involucrado en el negocio de la ganadería? Pero dices que como dos años entonces no tienes como tal un plazo exacto verdad.

JCRH: no, no lo así de conocimiento completo llevaría como unos dos años o menos.

MTA: ¿Cuáles son los problemas principales que ha enfrentado el ganadero para la compraventa de ganado?

JCRH: haber esa pregunta déjame pensar... a pues para mi creo que ahí entran los mediadores del mercado es decir los intermediarios quieren ofrecer lo que ellos quieren por lo que no vale una res, eso afecta mucho porque se llevan la ganancia y el ganadero ya no tiene para producir y reproducir el ganado, otro problema principal que enfrenta el ganadero es la falta de forraje para los animales ya que en este tipo de clima se escasea mucho.

MTA: Juan ¿Qué se necesita para una buena producción de ganado vacuno?

JCRH: se necesita alimento para las vacas que hagan una buena reproducción pero más que nada mantenerlas bien alimentadas.

MTA: de lo que tu sepas dime ¿la manera de trabajar el mercado de compraventa de ganado es mismo que hacía tiempo atrás?

JCRH: no, no claro que no hace apenas unos años el alimento era mas económico y podías abastecerte muy bien en ese entonces la compraventa se daba mucho porque ere mas barato todo y también depende de que tiempo atrás te refieras carnal.

MTA: ¿Qué hace la diferencia del mercado vacuno hace veinte años atrás a la actualidad?

JCRH: bueno hace veinte años estaba muy niño todavía, puedo comentarte lo que mi papá me ha platicado, y él dice que por esos años comenzaban algunos ganadero y otros ya traían la experiencia, la novedad en el mercado era la llegada de los sementales para mejorar la raza y ahora en la actualidad buscan la mejora de los vientres en el mercado.

MTA: ¿Cómo se maneja el mercado de la compraventa del ganado vacuno actualmente?

JCRH: bueno ahora ya es más fácil llevar a cabo una venta de algún bobino o lo puedes conseguir mas fácil, ya hasta existen tics con paginas donde puedes conseguir convenios con los intermediarios.

MTA: Juan ¿Cómo trabajas tu mejora de producción ganadera y económica actualmente?

JCRH: bueno carnal te diré como no me dedico al cien por ciento al cuidado de los animales si me afecta en algo pero la producción del ganado la trabajo a través de la asociaciones ganaderas, u otros ganaderos que me apoyen con la reproducción de mi ganado, económicamente pues tengo otras fuentes personales.

MTA: además de la compraventa de ganado ¿tiene alguna otra alternativa para mejorar económicamente del mismo ganado vacuno?

JCRH: he si pero eso es algo mas personal carnal.

MTA: ok está bien, paso a lo siguiente, ¿Qué cambios puede tener el mercado de compraventa de ganado a futuro?

JCRH: hay de dos, ya sea para bien o para mal, una que mejore en cuestión de que podrías tener mejores razas y mejor tipo de reproducción o definitivamente ir en picado y mejor dedicarse a otra cosa que si te deje.

MTA: ¿Qué cambios pueden suscitarse en unos años si no hay una mejora de producción de ganado?

JCRH: como te dije puede que vayas en picado y te dediques a otra cosa que te rinda mejor económicamente, porque en la actualidad este negocio es muy laborioso y hay que dedicarle tiempo.

MTA: por ultimo Juan ¿cómo pretendes trabajar la producción ganadera en plazo futuro?

JCRH: aun no lo tengo en mente pero espero que sea mejorando el tipo de raza para poder tener mejor ofertas de compra.

MTA: muy bien te agradezco tu tiempo y que me hayas dado este espacio para compartir tu conocimiento conmigo que tengas un bonito día

JCRH: no muchas gracias a ti carnal que estés bien

Entrevista 5

Título de la investigación: Proyecto de comunicación para el desarrollo de la ganadería vacuna en Chiautla de Tapia.

Investigador: Manuel Téllez Acevedo

Entrevista a: Miguel Ángel Téllez Acevedo

Fecha de entrevista: 15 de mayo del 2019

Edad: 25 años

Ocupación: Ganadero y Estudiante

Lugar de entrevista: Chiautla de Tapia, Puebla.

Localización: Chiautla de Tapia.

MTA: hola Miguel buenas tardes, el día de hoy compartirás conmigo el conocimiento que tienes con respecto al tema de la ganadería, ¿Cómo estás?

MATA: bien gracias

MTA: bueno dime ¿Cuánto tiempo lleva involucrado en el negocio de la ganadería?

MATA: no mucho, en realidad como unos 3 años mas o menos

MTA: dime ¿Cuáles son los problemas principales que ha enfrentado el ganadero para la compraventa de ganado?

MATA: alguno de los problemas principal que enfrenta el productor ganadero es el mediador, la escases de forraje y el tipo de clima, esos son algunos a los tiene uno que batallar.

MTA: dime si tú sabes ¿Qué hace la diferencia del mercado vacuno hace veinte años atrás a la actualidad?

MATA: pues hace veinte años yo tenía cinco de edad, pero lo que te puedo decir por lo que sé es que no hay mucha diferencia, antes se buscaba mejorar la raza del

ganado y aun se sigue haciendo, antes se vendía por cabeza y ahora por kilo, pero sigue siendo lo mismo.

MTA: ¿Cómo trabajaba tiempo atrás su mejora de producción ganadera y económica?

MATA: administrando el ganado; es decir si se tienen dos vacas o tres, conseguir la manera de hacerla reproducir para después se tenga el doble, quizá vender una o dos y un animal seria la ganancia y así ir haciendo trabajar el ganado, solo así.

MATA: bien, y ¿la manera de trabajar en el mercado de compraventa de ganado es el mismo que hacía tiempo atrás?

MATA: mas o menos, a mi consideración si, solo se han ido moderando algunas maneras de compra, por ejemplo; ahora se compra por kilo y se registra el animal, antes algunos no lo hacían.

MTA: ¿Cómo se maneja el mercadeo de la compraventa de ganado vacuno actualmente?

MATA: actualmente el mercadeo se maneja buscando otros ganaderos que sepan que te favorecerán en el negocio y se apoyen mutuamente, se buscan buenas razas de ganado a precio justo para producir más ganado y la otra es que en el mercadeo se busca la economía de carne para distintos fines. Eso puedo decir.

MTA: bien, miguel dime ¿qué es lo que se necesita para una buena producción de ganado?

MATA: se necesita que el ganado tenga buen mantenimiento y principalmente el alimento necesario para que puedas producir ganancias de ello, se puedan reproducir las vacas sin dificultades y sin el riesgo y poder tener bajas ofertas en el mercado de venta.

MTA: bien, ¿Cómo trabaja su mejora de producción ganadera y económica actualmente?

MATA: se necesita invertir para que puedas tener una mejora de producción, tanto de ganado como de lo económico, entre mas inviertes mas ganancias te produce pero eso al paso del tiempo.

MTA: Miguel, además de la compraventa, ¿tiene alguna otra alternativa para mejorar económicamente del mismo ganado vacuno?

MATA: no me dedico de tiempo completo a la ganadería pero tengo otros ingresos personales, el negocio de la ganadería es un extra para mí, por ahora no tengo otras alternativas.

MTA: ha! Y dime ¿Qué cambios puede tener el mercado de compraventa de ganado a futuro?

MATA: no lo sé puede que siga igual o si tiene cambios sería para cambiar el tipo de ganado o la manera de la compra y la venta de los animales sean diferente, puede que sea eso.

MTA: ¿Qué problemas pueden suscitarse en unos años si no hay alguna mejora de producción de ganado?

MATA: que se vaya uno a la quiebra y si no es favorable la producción tanto ganadera como económica, lo mejor sería no dedicarse a eso.

MTA: por ultimo Miguel, ¿Cómo pretendes trabajar la producción ganadera a plazo futuro?

MATA: buscando otras alternativas como programas de apoyo, dedicarle tiempo completo o buscar los medios necesarios para mejorar la producción.

MTA: bien Miguel, pues muchas gracias por el tiempo aquí terminamos esta pequeña entrevista y espero mas adelante si se necesita me sigas apoyando.

MATA: sale, gracias a ti.

Entrevista 6

Título de la investigación: Proyecto de comunicación para el desarrollo de la ganadería vacuna en Chiautla de Tapia.

Investigador: Manuel Téllez Acevedo

Entrevista a: Rosalino Acevedo Ramos

Fecha de entrevista: 8 de enero del 2019

Edad: 42 años

Ocupación: Ganadero

Lugar de entrevista: Chiautla de Tapia, Puebla.

Localización: Ranchería Cañada Grande, Chiautla de Tapia.

MTA: buenos días como esta señor Rosalino

RAR: bien gracias

MTA: quiero hacerle unas preguntas con respecto al tema de la ganadería y me gustaría que comparta lo que usted tiene en conocimiento acerca del tema

RAR: haber dime

MTA: ¿Cuánto tiempo lleva involucrado en el negocio de la ganadería?

RAR: no mucho en realidad, como unos cuatro años o menos

MTA: ¿Cuáles son los problemas principales que ha enfrentado el ganadero para la compraventa de ganado?

RAR: para mi hay dos factores, el precio que da el intermediario y que los animales no están en condiciones de venta porque no están en buen bulto, no están gordas las vacas para que entiendas, eso.

MTA: ¿Qué hace la diferencia del mercado vacuno hace veinte años atrás a la actualidad?

RAR: bueno que hace veinte años no había los suficientes medios para llevar a cabo este negocio de la ganadería con tanta facilidad, el mercado antes era más fácil para la compraventa, no había tanta raza de ganado y ahora en la actualidad se complica por la competencia que ya hay en el mercado vacuno.

MTA: ¿Cómo trabajaba tiempo atrás su mejora de producción ganadera y económica?

RAR: bueno antes las pocas vacas que tenía producían buena cantidad de leche y la vendía en la ranchería eso facilitaba la mejora económica y producción de animales, ahora ya no por lo mismo se necesita buenos tratamientos para el ganado.

MTA: ¿la manera de trabajar el mercado de compraventa de ganado es el mismo que hacía tiempo atrás?

RAR: eh no antes se buscaba mejorar la razas de ganado y ahora se busca sementales de buen tamaño para distintos usos ahora buscan el tipo de carne y sementales de buen tamaño.

MTA: ¿Cómo se maneja el mercado de la compraventa de ganado vacuno actualmente?

RAR: bueno tiene mucho que ver los intermediarios, a veces directamente cierras el trato con el consumidor y a veces con el intermediario que te da un precio bajo y mejor te conviene no vender, esperas una expo de ganadería y te conviene entrar ahí.

MTA: ¿Qué se necesita para una buena producción de ganado vacuno?

RAR: se necesita terreno y forraje, el tipo de clima no favorece que se de pasto y alimento para las vacas y te vez a la necesidad de comprar, para que produzcas ganado hay que alimentarlas bien, nada más.

MTA: bien, dígame ¿Cómo trabaja su mejora de producción ganadera y económica actualmente?

RAR: bueno gracias a dios no solo vivo de la ganadería y pues tengo otra fuente de ingresos económicos que me favorecen y puedo mantener mi poco ganado y de ahí mismo la producción de las vacas.

MTA: además de la ganadería entonces, ¿tiene otra alternativa de mejora de su economía?

RAR: así es.

MTA: muy bien, ¿Qué cambios puede tener el mercado de compraventa de ganado a futuro?

RAR: mmm... no lo sé puede que a futuro tenga más ventajas o desventajas, por ejemplo; a lo mejor hay otras maneras de trabajar en el mercado de compraventa y se mejoren los precios o puede que se escasee tanto la carne que se eleve el precio. No lo sé.

MTA: entonces ¿Qué problemas pueden suscitarse en unos años si no hay una mejora de producción de ganado?

RAR: pues si no hay mejora de producción de ganado no tiene caso que te dediques a eso, mejor sería buscar otro medio que te deje buenos ingresos económicos y dejes la ganadería, o ser intermediario y no productor ganadero.

MTA: usted ¿Cómo pretende trabajar la producción ganadera en plazo futuro?

RAR: con ayuda de más inversión, si quieres tener más ganancia debes de invertir pero poco a poco para que salgan bien las cosas nada más.

MTA: mu bien señor, yo de verdad le agradezco el tiempo aunque fue muy breve pero ya tendremos otra oportunidad de conversar más, de verdad muchas gracias y que tenga un bonito día.

RAR: gracias a ti y discúlpame que, a las carreras, pero llevo algo de tiempo corto, gracias y que todo esté bien. Hasta luego.

Anexo 3

- Formato de encuesta a los ganaderos de Chiautla de Tapia.

Formato de cuestionario para la encuesta a ganaderos de Chiautla de Tapia

- ¿Qué medios de comunicación consume para el aprendizaje de producción ganadera?
1) Televisión 2) Radio 3) Boletines y Revistas 4) Internet 5) ninguno
- ¿considera que los medios de comunicación pueden ayudar a una mejora de producción utilizándolos como herramienta de estrategia?
1) Si 2) No
- ¿Cuál de estos medios de comunicación considera con más credibilidad al dar la información con respecto al tema de ganadería vacuno?
1) Televisión 2) Radio 3) Boletines y Revistas 4) Internet 5) ninguno
- ¿Cuál de estos medios de información consume para estar enterado de los procesos de producción y mantenimiento del ganado?
1) Televisión 2) Radio 3) Boletines y Revistas 4) Internet 5) ninguno
- Sugiera un medio de comunicación el cual le gustaría que le proporcionaran información a detalle con respecto al tema de ganadería vacuna u otro.

Anexo 4

- Taller participativo

Título de la investigación: Proyecto de comunicación para el desarrollo de la ganadería vacuna en Chiautla de Tapia.

Investigador: Manuel Téllez Acevedo

Taller Participativo con:

Domingo Téllez Cazares
Miguel Ángel Téllez Acevedo
Rosalino Acevedo Ramos
Efraín Acevedo Ramos
Iván Téllez Miranda
Juan Carlos Ruiz Herrera

Fecha del Taller Participativo: 20 de mayo del 2019

Ocupación: Ganaderos

Lugar de realización: Chiautla de Tapia, Puebla.

Hora de inicio 9:30 am

Hora de término 11:00 am

Taller Participativo.

MTA: buenos días señores, bienvenidos a este taller que daremos inicio con respecto al tema de la producción de ganadería en Chiautla de tapia. Tocaremos como punto principal la problemática que genera a ustedes como ganaderos la

producción ganadera y posteriormente iremos dando soluciones, jerarquizando etc.

DTC: buenos días, gracias

RAR: buenos días señores

MATA: buenos días

JCRH: que tal

MTA: a continuación, les daré una hoja y un lápiz o bolígrafo donde pueden ir haciendo sus apuntes y tomando nota si lo prefieren, en este papel que tengo pegado aquí en la pared iremos dando los puntos de vista de cada uno de ustedes, es decir, las problemáticas que se les presenta a ustedes pequeños productores en la vida laboral día a día.

Ha! Comenzando con usted señor domingo quiero que plantee su principal problemática que le impide una buena producción de ganado vacuno, ¿Qué es lo que hace que no pueda producir o reproducir a los animales?

DTC: he bueno, buenos días, para mi hay varios factores que hacen que los animales no puedan producir y reproducirse tan fácil, hay que ver el tipo de tierra en el que estamos, es un clima cálido muy cálido seco, es pues, desértico y eso por ello no hay suficiente pastura para que las vacas coman, por eso están flacas en esta temporada de marzo, abril y mayo hasta junio que ya es cuando comienzan las lluvias, los bovinos necesitan mucha agua en estos días de calor, necesitan sal, hay que ayudarle con alimento, he.. Vitaminarlos y darles su baño para que la mosca y los bichos no les siga. Posteriormente si las vacas están flacas por causa de falta de alimento no puedes hacer que se preñen en estos días ya que se les haría muy difícil el transcurso de la gestación, si puedes hacerlo, pero no es recomendable.

MTA: ¿usted compra alimento a su ganado?

DTC: si, les voy dando de a poquito a las que están mas flacas, pero a falta de lo económico no me alcanza para comprar mucho.

MTA: ¿eso hace que le afecte económicamente su venta de ganado?

DTC: bueno si es lógico, si no tengo producción de ganado porque las vacas están flacas no puedo vender, necesito que se reproduzcan y ya que tenga mas becerros, entonces adelante las vendo y así voy sacando mas producción. Así no puedo vender al mercado. Aparte de que ahorita está muy mal pagado el kilo.

MTA: muy bien, ahora seguimos con usted señor Rosalino que nos comparta la problemática principal que sea para usted la que no le favorece en la producción económica.

RAR: bueno para mí la problemática principal es el forraje, el alimento, la sequía, si nace un becerro en estos días se muere si no le ayudas, apenas a mí se me murió uno al primer día de nacido y eso te genera pérdida económica porque ya invertiste en ese animal; le invertiste tiempo esfuerzo y hasta dinero comprando alimento. Para mi es ese el problema el que no hay buena alimentación para el ganado porque no hay economía para conseguir forraje.

EAR: yo estoy de acuerdo, muchas gracias por la invitación, primero que nada, pues sí, yo concuerdo con mi hermano porque lamentablemente lo que más nos pega como ganaderos es la falta del alimento y a veces tiene que andar consiguiendo uno para que podamos mantener los pocos animales que tenemos.

MTA: bien muchas gracias, voy a ir haciendo un listado de lo que para ustedes es el problema principal, después vamos a ir poniendo el orden conforme coincidan todos que sea el problema de menor a mayor poniendo hasta arriba de la hoja el problema principal que afecta su producción económica e interpersonal.

Seguimos la actividad con la participación de Miguel Ángel Téllez para que nos diga que es lo que afecta la economía del productor ganadero como él.

MATA: yo creo que el problema que más afecta la economía del ganadero es el intermediario, ellos quieren comprar por kilo muy económico al productor ganadero y lo revenden en el mercado a otro precio más elevado eso es lo que de verdad afecta al productor ganadero.

DTC: eso sí, en eso también coincido contigo Miguel, lamentablemente así es con los intermediarios, y los de asociaciones ganaderas se prestan a eso.

EAR: son los que se llevan la ganancia

MTA: ya tenemos algunos puntos de opinión diferentes que podrían ir ayudando a que le demos forma a este taller el siguiente listado queda así: uno; el tipo de clima, este afecta el que el temporal de reproducción de ganado no sea favorable, dos; la falta de forraje, las vacas no engordan y por eso no es viable entrar a la venta en el mercado ya que pagarían muy poco por el animal, tres; los intermediarios; compran muy barato para ir a otros tipos de mercado y vender a otro precio. Continuamos con el punto de opinión de Iván.

ITM: Manolo pues la verdad es que si no tienes vacas gordas no ganas, no puedes vender tu ganado si no tienes reproducción de ellos, esto es consecuencia de que no hay dinero para comprar alimento y darles mantenimiento como se debería, el clima si afecta pero no mucho, para mi seria la falta de alimento y mantenimiento al ganado, te vez a la necesidad de vender a los consumidores a precio bajo con tal de tener algo de dinero y ayudar a los animales que te quedan para que pueda uno ir sobreviviendo. Eso es lo que yo digo que para mí es la realidad que nos afecta.

MTA: muy bien, gracias, lo anotamos también aquí. Y pues nos falta Juan Carlos, lo veo muy callado, dinos que compartes con este taller.

JCRH: jajá..! Estaba escuchando lo que los demás dicen y comparto las problemáticas que dan, a para mí, si tendría que poner un orden de menor a mayor el problema que nos genera la baja economía seria; el menor problema, los intermediarios; ya que ellos ofrecen ese precio debido a que el bovino no pesa lo

que ellos quisieran y se aprovechan de ahí la situación para dar un precio bajo. En segundo pondría el tipo de clima; porque no es un factor que afecte tanto la reproducción del ganado, en mayor problema que comparto y si todos están de acuerdo conmigo que este arriba; sería la falta de pasto y alimento para el ganado, esto para mi afecta principalmente a los productores ganaderos más en esta sequía. No se los demás.

MTA: gracias Juan, ahora sí, iremos dándole forma a esta jerarquización o el orden de los problemas con acuerdo de ustedes; que digamos cual sería la problemática principal. Tenemos los siguientes puntos de vista: el tipo de clima, la falta de forraje, es decir, pasto y alimento y los mediadores, bueno son solo tres problemáticas que creo todos coinciden con casi lo mismo. ¿Alguien más quisiera compartir otro problema que sea para ustedes un factor que impida su problema interpersonal?

DTC: que los programas de gobierno no apoyan a los productores ganaderos como debería, no bajan recursos ni autorizan los programas de apoyo para el campo.

EAR: si eso

MTA: muy bien ese si es otro problema lo anotamos también, gracias.

EAR: no podemos tener personal, vaqueros que nos apoyen con el mantenimiento del ganado, lo hacemos nosotros pero de vez en cuando nos podemos apoyar entre nosotros.

DTC: cada quien tiene sus ocupaciones y difícilmente nos podemos apoyar por cuestiones de tiempo y ocupaciones diferentes.

MTA: ¿Cómo está la comunicación entre ustedes en ese aspecto? ¿Cómo se organizan o hay algún plan de trabajo ya organizado por ustedes?

DTC: no, no hay ninguno nada más cuando se puede le hablo a alguno de los aquí presentes para que me echen la mano en vacunar o bañar u otras actividades.

MATA: creo que nada más serian esos los problemas.

MTA: está bien los tomaremos en cuenta para anexarlos también, quedando de la siguiente manera: tipo de clima, forraje, mediadores, falta de personal y el gobierno no apoya los programas para el campo.

MATA: yo digo que lo del personal lo elimines

ITM: mejor lo ponemos hasta abajo es el de menor problema.

DTC: estoy de acuerdo

EAR: yo también

RAR: anótale de una vez, ya para ir avanzando

JCRH: entonces que así que sea, el menor problema es la falta de personal, ¿todos de acuerdo?

DTC: de acuerdo

MATA: si de acuerdo,

RAR: si

EAR: si

ITM: es lo que es de menos problema, eso no afecta en nada pónganlo hasta abajo, de acuerdo.

MTA: muy bien, primer punto falta de personal, ¿cuál es el problema que para ustedes tendría más peso que el anterior?

DTC: yo creo que es el tipo de clima

MTA: diga Rosalino

RAR: no, no sería el clima si ese es de los principales problemas, si me permiten la opinión, creo que el punto que sigue es la falta de apoyos al campo por parte

del gobierno, ya que no estamos atendidos ni al diez por ciento para nuestra producción pero si contáramos con ello claro que no ayudaría en algo.

DTC: pues si en eso tienes razón no lo había pensado así

JCRH: jeso es lo que yo iba a opinar!

MTA: ¿entonces estás de acuerdo con Rosalino?

JCRH: si, somos dos a favor

MTA: ok, quedaría de abajo hacia arriba; falta de personal, en el cuarto lugar; falta de programas de apoyo al campo por parte del gobierno, ¿qué dicen los demás?

MATA: yo digo que sí, porque no dependemos a fuerza de los programas de gobierno eso no afecta en nada la producción en nosotros.

ITM: si anótalo, estamos de acuerdo

EAR: como dice mi hermano y tiene razón, yo estoy de acuerdo

DTC: que sea de esa manera, yo no lo había pensado así y tienen razón, pero en tercer lugar si entraría el tipo de clima, como dice Juan; las vacas viven y solo es de mantenerlas, aunque sea este tipo de suelo, es muy desértico, pero es de más peso que los demás problemas ya anteriores.

JCRH: y en segundo lugar estaría los interventores de compra, digo ¡ya para ir dándole acuerdo a este asunto!

MATA: ja jajá, pero primero que se anote el tercer punto, esto de acuerdo en que sea el tipo de clima, ¡a favor!

RAR: también yo

ITM: todos a favor,

MTA: ya vamos tres puntos; cinco siendo el menor problema; falta de personal, cuatro; falta de programas de apoyo al campo por parte del gobierno, tres; el tipo de clima, el segundo, ¡vamos por el segundo señor!

ITM: pues ya está ¡el segundo ya lo dijo Juan! Ja jajá... Para mí es el intermediario

MATA: no creo, yo digo que ese debería ser el primer lugar porque es el que más afecta en la producción, porque nos afecta económicamente el que nos compren muy barato.

DTC: Migue, pero ponte a pensar que eso es consecuencia de que, me refiero a que los compradores pagan muy barato porque de por sí son mala onda y luego que tus vacas estén flacas más aun, no quieren comprar y tienes que aceptar lo que ellos ofrecen, no a fuerza, pero ya viendo la necesidad.

EAR: así es, por eso es mejor no vender y te quedas con tus animales, te resulta más vender para carne, yo dejaría en segundo lugar los interventores de compra, porque para mí me afecta más la falta de forraje, ese es el principal problema señor.

DTC: muy cierto y yo pienso igual.

JCRH: estoy de acuerdo

ITM: yo igual

MATA: no estoy muy convencido, ese es mi punto de vista.

ITM: ¡pero somos mayoría, cuatro contra uno jajaja

RAR: yo estoy de acuerdo también ya somos cinco

MTA: debido a que a cuatro de cinco ganaderos les afecta más la falta de alimento y mantenimiento a su ganado quedaría de la siguiente manera el orden siendo el problema uno el mayor problema;

Principal problema; falta de alimentación y mantenimiento al ganado vacuno en Chiautla de Tapia

Segundo: la intervención de los compradores en el mercado

Tercero: el tipo de clima

Cuarto: falta de programas de apoyo al campo por parte del gobierno

Quinto y de menor problema para producción: la falta de personal.

MTA: muy bien señores, ¿consideran también alguna alternativa en el mercado para mejorar su producción económica e interpersonal? No se por ejemplo; lácteos y derivados

JCRH: si no puedes producir fácilmente leche menos derivados

DTC: el tipo de ganado no es para producción de lácteos, son para reproducción del mismo, no ayuda mas que para compraventa que es lo que mas te deja.

MATA: así es

RAR: hay algunas vacas que si te dan leche pero es muy poca y esa leche se ocupa para los becerros recién nacidos, no podemos hacer derivados, de modo que también la sociedad ya prefiere los derivados del mercado industrial.

MTA: a continuación formularemos una propuesta para darle una mejora al problema principal, en este caso, buscaremos una idea para ver la manera de buscar alternativas de alimentación y mantenimiento al ganado vacuno. En este caso ustedes hicieron algunas sugerencias antes de comenzar este taller y se las planteo aquí:

Consumo de silo para alimento de ganado

Generar nuestros propios alimentos con productos orgánicos

Compra de zacate, ya que es más económico aun pero se escasea rápido

DTC: pues gracias por considerar esto y ojala te ayude para ver que se puede hacer, la verdad lo difícil de esto en la ganadería es que afecta mucho eso; la falta de alimento para tu ganado y no hay de otra opción más que hacer la compraventa, esto se da mas en las expo de ferias y festivales, por ejemplo, en agosto la fiesta de San Agustín, vienen de diferentes lugares y puedes exponer tu animal que quieras vender o si te interesa uno puedes compra, ya depende como te arregles con el vendedor. Con respecto a lo que dices de alguna manera de buscar alguna alternativa es el silo, es algo barato aunque a veces sube de precio pero también baja y se mantiene, es algo por lo que sustituyes el alimento mientras no tienes mucho para comprar, y le hace bien a los animales.

MATA: el silo es lo más recomendable

RAR: también se sustituye por zacate, pero se escasea muy rápido

ITM: el silo es lo que la mayoría consume para su ganado, me quedo con eso

JCRH: la mayoría consume el silo, es exclusivo para las vacas y otros pero lo consumen más los bovinos, no es recomendable hacer tu propio alimento orgánico, ya que es difícil que lo consuman las vacas así perdiste tiempo y esfuerzo

MTA: muy bien, entonces el silo es una buena alternativa para favorecer y mantener el ganado vacuno, de verdad me gustaría que tomaran en cuenta que es muy importante el trabajo en equipo. Y bien pues muchas gracias señores, les agradezco mucho su participación, aquí damos por concluido este taller, de verdad espero que no sea la última vez vernos, muchas gracias, que tengan un excelente día.

Anexo 5

Sistema de Análisis

- Test de fotoproblema

FECHA:	20 de Mayo del 2019		
PARTICIPANTES:	Domingo Téllez Cazares, Miguel Ángel Téllez Acevedo, Rosalino Acevedo Ramos, Efraín Acevedo Ramos, Ivan Téllez Miranda, Juan Carlos Ruiz Herrera		
LUGAR:	Chaulilla de Tapia		
MODERADOR:	Manuel Téllez Acevedo		
IMÁGENES	COMENTARIOS DE LOS GANADEROS	DEFINICIÓN DE PROBLEMA	PALABRA CLAVE
	DTC: no hay suficiente pastura para que las vacas coman, por eso están flacas en esta temporada	los ganaderos no cuenta con el suficiente forraje para abastecer al ganado.	Alimentación
	DTC: los bovinos necesitan mucha agua en estos días de calor.	el ganado vacuno se deshidrata por el escases del agua, Necesita de ella para su supervivencia.	Deshidratación
	DTC: las vacas están flacas por causa de falta de alimento no puedes hacer que se preñen en estos días ya que se les haría muy difícil.	los ganaderos no cuentan con suficiente forraje y a consecuencia, no tienen producción de ganado.	Alimentación
	RAR: problemática principal es el forraje, el alimento, la sequía	no hay alimentación suficiente para el ganado, conseguir forraje se dificulta a consecuencia del tipo de clima calido seco	Alimentación y tipo de clima
	MATA: quieren comprar por kilo muy económico al productor ganadero y lo revenden en el mercado a otro precio más elevado	el problema que más afecta la economía del ganadero es el intermediario.	Intermediario
	ITM: no puedes vender tu ganado si no tienes reproducción de ellos.	No hay reproducción de ganado y por tanto las ventas se ven afectadas	Tipo de ganado
	EAR: no podemos tener personal, vaqueros que nos apoyen con el mantenimiento del ganado.	falta de recurso economico	Falta de recurso Económico
	DTC: no bajan recursos ni autorizan los programas de apoyo para el campo.	los programas de gobierno no apoyan a los productores ganaderos.	Programas de gobierno
	DTC: este tipo de suelo, es muy desértico.	el tipo de clima	Tipo de clima
	MATA: nos afecta económicamente el que nos compren muy barato.	el intermediario	Intermediario
	EAR: lamentablemente lo que mas nos pega como ganaderos es la falta del alimento y a veces tiene que andar consiguiendo uno para que podamos mantener los pocos animales que tenemos.	Falta de alimentación al ganado vacuno y problemas economicos para la manutención del ganado.	Alimentación y falta de recurso económico
	DTC: el tipo de ganado no es para producción de lácteos, son para reproducción del mismo, no ayuda mas que para compraventa	Tipo de ganado que tiene el ganadero no es factible para derivados	Tipo de ganado
	RAR: hay algunas vacas que si te dan leche pero es muy poca y esa leche se ocupa para los becerros recién nacidos, no podemos hacer derivados.	Tipo de ganado, no es viable para producción de lácteos	Tipo de ganado
	DTC: los compradores pagan muy barato porque de por si son mala onda y luego que tus vacas estén flacas mas aun, no quieren comprar y tienes que acepar lo que ellos ofrecen	el intermediario paga muy barato por el ganado ya que se aprovecha por las condiciones en el que se encuentran los ganaderos	Intermediario

- Test de modos y formas de comunicación

FECHA:	20 de Mayo del 2019				
PARTICIPANTES:	Domingo Téllez Cazares, Miguel Ángel Téllez Acevedo, Rosalino Acevedo Ramos, Efraín Acevedo Ramos, Iván Téllez Miranda, Juan Carlos Ruiz Herrera				
LUGAR:	Chiautla de Tapia				
MODERADOR:	Manuel Téllez Acevedo				
PREGUNTAS		TENDENCIA DE LAS RESPUESTAS	TENDENCIA DE LAS RESPUESTAS	PORCENTAJE	PORCENTAJE
1.- ¿Qué medios de comunicación le permiten aprender más sobre producción ganadera?		5 Dijeron internet	1 Dijo que todas las anteriores	83%	17%
2.-Del medio que considere que le permite aprender más, explique por qué		Es mas amplio el medio y Variado	Todos tienen informacion real	83%	17%
3.-¿Podría utilizar algún medio de comunicación para ayudar a sus compañeros ganaderos?		6 Dijeron que si	0 Dijeron que no	100%	0%
4.-¿Cuál es el medio de comunicación que podría ayudar a sus compañeros en la mejora de producción ganadera?		6 Dijeron Internet		100%	0%
5.-¿Cuál de estos medios de comunicación considera con más credibilidad al dar la información con respecto al tema de ganadería vacuna?		6 Dijeron Internet		100%	0%
6.-Sugiera un medio de comunicación el cual le gustaría que le proporcionaran información a detalle con respecto al tema de ganadería vacuna u otros		3 Dijeron qu Televisión	3 Dijeron que internet	50%	50%
HACER GRÁFICAS DE PASTEL DE CADA PREGUNTA					
RESPUESTAS DE LAS PREGUNTAS DEL CUESTIONARIO					
1)Televisión 2) Radio 3) Boletines y Revistas 4) Internet 5) ninguno 6) Todos los anteriores					
1)Si 2) No					
1)Televisión 2) Radio 3) Boletines y Revistas 4) Internet 5) ninguno 6) Todos los anteriores					
1)Televisión 2) Radio 3) Boletines y Revistas 4) Internet 5) ninguno 6) Todos los anteriores					

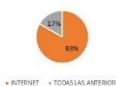
- Test de transposición temporal

FECHA:				
PARTICIPANTES:	Domingo Téllez Cazares, Miguel Ángel Téllez Acevedo, Rosalino Acevedo Ramos, Efraín Acevedo Ramos, Iván Téllez Miranda, Juan Carlos Ruiz Herrera			
LUGAR:	Chiautla de Tapia, Puebla			
MODERADOR:	Manuel Téllez Acevedo			
	GANADEROS	DISCURSO EN TIEMPO PASADO	DISCURSO EN TIEMPO PRESENTE	DISCURSO EN TIEMPO FUTURO
PREGUNTA 1 ¿Cuánto tiempo lleva involucrado en el negocio de la ganadería?	Domingo Téllez Cazares	ejercí la carrera del magisterio	Actualmente solo 3 años, después de jubilarme me decidí a tomar esta bondadosa actividad y apenas llevo tres en realidad como unos 3 años mas o menos	No aplica
	Miguel Ángel Téllez Acevedo	No aplica	cuatro años o menos	No aplica
	Rosalino Acevedo Ramos	No aplica	antes no estaba metido de lleno a esto	No aplica
	Efraín Acevedo Ramos	No aplica	aproximadamente unos tres años	No aplica
	Iván Téllez Miranda	No aplica	tres o cuatro años	No aplica
	Juan Carlos Ruiz Herrera	No aplica	llevo como unos dos años	No aplica
PREGUNTA 2 ¿Cuáles son los problemas principales que ha enfrentado el ganadero para la compraventa de ganado?	Domingo Téllez Cazares	No aplica	la falta del recurso económico para comprar y para vender	No aplica
	Miguel Ángel Téllez Acevedo	No aplica	los problemas principal que enfrenta el productor ganadero es el mediador	No aplica
	Rosalino Acevedo Ramos	No aplica	el intermediario y que los animales no están en condiciones de venta	No aplica
	Efraín Acevedo Ramos	No aplica	el consumidor te lo quiere pagar en treinta pesos o menos y ya ellos lo venden a otro precio mayor	No aplica
	Iván Téllez Miranda	No aplica	los compradores te consumen en lo económico porque te compran, y al rato te enteras que ya lo vendió a otro precio mayor	No aplica
	Juan Carlos Ruiz Herrera	No aplica	los intermediarios quieren ofrecer lo que ellos quieren por lo que no vale una res	No hay (habría) ganancia para el productor
PREGUNTA 3 ¿Qué hace la diferencia del mercado vacuno hace 20 años atrás a la actualidad?	Domingo Téllez Cazares	antes la venta era a bulto	ahora se hace también por kilo	No aplica
	Miguel Ángel Téllez Acevedo	antes se buscaba mejorar la raza del ganado, antes se vendía por cabeza y ahora por kilo	aun se sigue haciendo	No aplica
	Rosalino Acevedo Ramos	hace veinte años no había los suficientes medios para llevar a cabo este negocio	en la actualidad se complica por la competencia que ya hay en el mercado vacuno.	No aplica
	Efraín Acevedo Ramos	hace veinte años casi no se daba este negocio de la ganadería, el mercado estaba en otras zonas	No aplica	No aplica
	Iván Téllez Miranda	antes la ganadería era negocio por el fin de mejorar razas y consumo de carne, era económico todo	ahora hasta para poner un arete te cobran caro,	No aplica
	Juan Carlos Ruiz Herrera	No aplica	mantenerlas bien alimentadas	se necesita alimento para las vacas que hagan una buena reproducción
PREGUNTA 4 ¿Cómo trabajaba tiempo atrás su mejora de producción ganadera y económica?	Domingo Téllez Cazares	No aplica	No aplica	se necesita un poco más de tiempo
	Miguel Ángel Téllez Acevedo	No aplica	administrando el ganado	reproducir para después se tenga el doble, quizá vender una o dos y un animal sería la ganancia
	Rosalino Acevedo Ramos	antes las pocas vacas que tenía producían buena cantidad de leche	ahora ya no por lo mismo se necesita buenos tratamientos para el ganado.	No aplica
	Efraín Acevedo Ramos	No aplica	he trabajado para sobrellevarla y que no se mueran los animales	No aplica
	Iván Téllez Miranda	antes era más fácil producir tu economía, rendía la leche porque las vacas eran exclusivas para derivados	ahora se han enfocado los ganaderos en buscar razas para el tipo de carne y sementales.	No aplica
	Juan Carlos Ruiz Herrera	No aplica	a través de las asociaciones ganaderas	No aplica
PREGUNTA 5 ¿La manera de trabajar el mercado de compraventa de ganado es mismo que hacía tiempo atrás?	Domingo Téllez Cazares	No aplica	si hay comerciante en pequeño y hay también comerciante en mayorero	No aplica
	Miguel Ángel Téllez Acevedo	antes algunos no lo hacían.	ahora se compra por kilo y se registra el animal	No aplica
	Rosalino Acevedo Ramos	antes se buscaba mejorar la razas de ganado	ahora se busca sementales de buen tamaño para distintos usos ahora buscan el tipo de carne y sementales de buen tamaño	No aplica
	Efraín Acevedo Ramos	antes se buscaba en el mercado de la compraventa la mejora de razas	ahora se busca la carne que sea según mas orgánica según los compradores	No aplica
	Iván Téllez Miranda	antes era más informal la compraventa de ganado no había que hacer tanto papeleo para adquirir una res	ahora se compra un animal y lo tienes que registrar, tu fierro que este dado de alta, el arete y que todo esté en regla	No aplica
	Juan Carlos Ruiz Herrera	el alimento era mas económico y podías abastecerte muy bien	No aplica	No aplica
PREGUNTA 6 ¿Cómo se maneja el mercadeo de la compraventa de ganado vacuno actualmente?	Domingo Téllez Cazares	No aplica	con el ganado registrado aretado y un documento	No aplica
	Miguel Ángel Téllez Acevedo	No aplica	se maneja buscando otros ganaderos que sepan que te favorecerán en el negocio y se apoyen mutuamente	No aplica
	Rosalino Acevedo Ramos	No aplica	cierras el trato con el consumidor y a veces con el intermediario que te da un precio bajo	No aplica
	Efraín Acevedo Ramos	No aplica	actualmente el mercado de la ganadería se basa en la compra de buenas reses de raza	No aplica
	Iván Téllez Miranda	No aplica	se buscan animales para el apareamiento, se busca en el mercadeo la economía de carne	No aplica
	Juan Carlos Ruiz Herrera	No aplica	existen tics con paginas donde puedes conseguir convenios con los intermediarios.	No aplica

PREGUNTA 7 ¿Qué se necesita para una buena producción de ganado vacuno?	Domingo Téllez Cazares	No aplica	buen forraje buenos pastos agua suficiente	No aplica
	Miguel Ángel Téllez Acevedo	No aplica	tenga buen mantenimiento y principalmente el alimento necesario para que puedas producir	No aplica
	Rosalino Acevedo Ramos	No aplica	se necesita terreno y forraje	No aplica
	Efraín Acevedo Ramos	No aplica	mantenerlas con buen alimento y mantenimiento	No aplica
	Iván Téllez Miranda	No aplica	invertir en los cuidados de tus animales, dedicarle tiempo e interés para que tengas producción	de no ser así no tendría buena producción de animales
	Juan Carlos Ruiz Herrera	No aplica	Se necesita tener dinero para poder invertir	a futuro puedas invertir para comprar y tengas una buena producción ganadera y económica
PREGUNTA 8 ¿Cómo trabaja su mejora de producción ganadera y económica actualmente?	Domingo Téllez Cazares	No aplica	siguiendo las recomendaciones a veces del veterinario	otras persona con más experiencia que yo de esa manera este podemos lograr nuestros propósitos
	Miguel Ángel Téllez Acevedo	No aplica	No aplica	No aplica
	Rosalino Acevedo Ramos	No aplica	No aplica	No aplica
	Efraín Acevedo Ramos	No aplica	No aplica	No aplica
PREGUNTA 9 Además de la compraventa de ganado ¿tiene alguna otra alternativa para mejorar económicamente del mismo ganado vacuno?	Domingo Téllez Cazares	No aplica	No aplica	se debe de pensar en la selección de vientres en la compra de semental para mejorar la raza
	Miguel Ángel Téllez Acevedo	No aplica	tengo otros ingresos personales	No aplica
	Rosalino Acevedo Ramos	No aplica	No aplica	No aplica
	Efraín Acevedo Ramos	No aplica	la poca leche que dan las vacas se va vendiendo	No aplica
	Iván Téllez Miranda	No aplica	No aplica	No aplica
	Juan Carlos Ruiz Herrera	No aplica	No aplica	No aplica
PREGUNTA 10 ¿Qué cambios puede tener el mercado de compraventa de ganado a futuro?	Domingo Téllez Cazares	No aplica	No aplica	que el productor venda directo a precio justo sin intermediario
	Miguel Ángel Téllez Acevedo	No aplica	No aplica	si tiene cambios sería para cambiar el tipo de ganado o la manera de la compra y la venta de los animales sean diferente
	Rosalino Acevedo Ramos	No aplica	No aplica	a futuro tenga mas ventajas o desventajas, por ejemplo; a lo mejor hay otras maneras de trabajar en el mercado de compraventa y se mejoren los precios
	Efraín Acevedo Ramos	No aplica	No aplica	que sea para favorecer a los ganaderos en general, tal vez ya solo sea para la reproducción o para nada mas buscar carne en especial,
	Iván Téllez Miranda	No aplica	No aplica	se busque otro tipo de ganado en especial para diferente uso
				que mejore en cuestión de que podrias tener mejores razas y mejor tipo de
PREGUNTA 11 ¿Qué problemas pueden suscitarse en unos años si no hay alguna mejora de producción de ganado?	Domingo Téllez Cazares	No aplica	No aplica	la falta de carne en la región y el alto precio al consumidor
	Miguel Ángel Téllez Acevedo	No aplica	No aplica	que se vaya uno a la quiebra y si no es favorable la producción tanto ganadera como económica
	Rosalino Acevedo Ramos	No aplica	No aplica	buscar otro medio que te deje buenos ingresos económicos y dejes la ganadería
	Efraín Acevedo Ramos	No aplica	No aplica	sería mejor dedicarse a otra cosa que si te deje ganancia
	Iván Téllez Miranda	No aplica	No aplica	vendas lo que tengas y que busques la manera de ponerte al tanto de los hechos que están ocurriendo
	Juan Carlos Ruiz Herrera	No aplica	en la actualidad este negocio es muy laborioso y hay que dedicarle tiempo	puede que vayas en picado y te dediques a otra cosa que te rinda mejor económicamente
PREGUNTA 12 ¿Cómo pretende trabajar la producción ganadera en plazo futuro?	Domingo Téllez Cazares	No aplica	No aplica	sería a través de programas que implemente nuestro gobierno
	Miguel Ángel Téllez Acevedo	No aplica	No aplica	buscando otras alternativas como programas de apoyo
	Rosalino Acevedo Ramos	No aplica	No aplica	invertir pero poco a poco para que salgan bien las cosas
	Efraín Acevedo Ramos	No aplica	No aplica	con ayuda de los nuevos programas sociales que dan espero poder ayudarme
	Iván Téllez Miranda	como lo he venido haciendo	No aplica	buscando y apoyándome en otros ganaderos ya con mayor experiencia para aprender de ellos
	Juan Carlos Ruiz Herrera	No aplica	No aplica	espero que sea mejorando el tipo de raza para poder tener mejor ofertas de compra

	Conclusion General	Los ganaderos de Chiautla de Tapia entrevistados le han dedicado al negocio de la ganadería un tiempo no mayor a 5 años, en la actividad de la ganadería hace veinte años, según los ganaderos, se buscaba la mejora de razas, la venta era por bulto, es decir, el animal se vendía por cierta cantidad sin importar lo que pesaba; la venta del ganado era más informal ya que no existían los medios suficientes para la compraventa. en cuestión económica se favorecían más los ganaderos, ya que el alimento era más económico y podían abastecer bien a su ganado vacuno. El ganado era para el autoconsumo y era suficiente tanto para reproducir como para el consumo de derivados (Leche).	Los ganaderos de Chiautla de Tapia no tienen una favorable reproducción de ganado, motivo por la falta de alimentación a sus animales, es decir, la falta de forraje y pasto entre otros. Actualmente las condiciones de compraventa no favorecen al micro productor ya que el intermediario es quien ofrece un menor precio por el ganado y lo ofrece a un costo mayor en el mercado llevándose así parte de la ganancia. actualmente la compraventa de ganado vacuno es más formal; ya que se lleva un proceso legal ante las respectivas autoridades. Actualmente los ganaderos buscan la mejora de raza y otro tipo de ganado que sea para el buen apareamiento, buscan apoyo en asociaciones ganaderas y programas sociales de gobierno. Esto se define como tipo de problema climático, problema intermediario, falta de apoyo gubernamentales y problemas alimentarios que apenas favorecen la reproducción de ganado pero no es suficiente para el autoconsumo ni para la reproducción de derivados.	Los ganaderos de Chiautla de Tapia pretenden buscar otros medios de ingresos a través de asociaciones y programas de gobierno, esto con la finalidad de invertir y tener una mejora de producción ganadera y económica, en cuestión del mercado buscar otro tipo de ganado que les favorezca la mejora de raza, se pretende que a plazo futuro el mercadeo se diferencie en cuestión de economía, tipo de animales, alimentación y producción.
--	--------------------	---	---	---

- Análisis marcas de racionalidad

INSTRUMENTOS	MARCAS DE RACIONALIDAD	INTERPRETACIÓN A PARTIR DEL MARCO TEÓRICO
DIARIO DE CAMPO	Los ganaderos le dan mantenimiento al ganado según las necesidades del animal	Desde la comunicación para el desarrollo el ganadero lleva a cabo las diferentes actividades que le permiten favorecer el mantenimiento de su escasa producción ganadera pero sin darse cuenta que descuida la parte económica y su tiempo en la mejora del desarrollo para sí mismo. Comunicacionalmente: el ganadero debe involucrarse en el papel de productor y de querer generar su propio desarrollo ganadero y económico, así la Comunicación para el desarrollo podrá brindar las herramientas e instrumentos para llevar a cabo una favorable respuesta de no ser así puede que no se lleve a cabo un resultado exitoso para el ganadero, y la comunicación se consideraría no viable.
TEST DE FOTOPROBLEMA	DEFINICIÓN DEL PROBLEMA SEGÚN LAS MARCAS DE RACIONALIDAD 1.- Marca de racionalidad sobre alimentación del ganado: El problema de la alimentación queda interpelado o dicho como si se tratara de una falla en la economía (no se puede comprar) y a eso se suman la falta de apoyo de los programas gubernamentales 2.- Marca de racionalidad sobre el intermedio SE ENUNCIA COMO UN ABUSO: busca y compra barato por kilo 3.- Marca de racionalidad de la Falta de recurso económico: no se puede invertir si no hay una economía favorable para el productor. 4.- Marca de racionalidad de los programas de gobierno: no es un medio favorable para el productor, ya que no se cuenta con su respaldo. 5.- Marca de racionalidad del Tipo de Clima: el tipo de clima en Chautla de Tapia, es calido seco, no favorece la producción de alimento y por ello la producción ganadera es escasa. 6.- Marca de racionalidad del Tipo de ganado: buscar alternativas de ganado para varias funciones que favorezcan la producción al ganadero. 7.- Marca de racionalidad de Deshidratación: la hidratación para el ganado es fundamento principal para su vitalidad y su reproducción.	1.- Desde la Comunicación para el desarrollo el ganadero no asume su papel protagónico dentro del sistema económico porque depende de programas gubernamentales que no llegan o existen. Comunicacionalmente: se requieren políticas públicas para incentivar el desarrollo de programas de gobierno en apoyo a los ganaderos (¿existen esos programas, cuáles son, cuántos son, dónde y cómo operan?). 2.- Desde la Comunicación para el desarrollo el ganadero se asume como dependiente del intermedio cuyo papel considera injusto. Comunicacionalmente: los ganaderos podrían omitir o hacer caso omiso de los intermediarios. 3.- Desde la Comunicación para el desarrollo el ganadero se asume como víctima del sector financiero, se vuelve dependiente de una crisis económica para no hacer inversión de mercado. Comunicacionalmente: los ganaderos pueden buscar alternativas como medios financieros (bancos, caja de ahorro u otros) para no depender de ello. 4.- Desde la Comunicación para el desarrollo el ganadero no asume su papel como productor porque se aliena ser dependiente de los programas de gobierno. Comunicacionalmente: se requiere que los productores ganaderos sean orientados a los incentivos gubernamentales para así reforzar la comunicación en los medios que no les están facilitando la información. 5.- Desde la comunicación para el desarrollo la climatización convierte al ganadero en víctima de la producción ya que no abastece el suficiente alimento para mantener y producir su ganado como debería ser. Comunicacionalmente, el ganadero puede omitir el tipo de forraje y buscar otra alternativa dietética que se adapte al ganado vacuno. 6.- Desde la comunicación para el desarrollo el ganadero ejerce un papel multifuncional, ya que trata de mejorar en variedad su ganado pero no cuenta con la información suficiente para llevar a cabo alternativas de producción. Comunicacionalmente: se necesitan herramientas comunicacionales para orientar al ganadero y otorgar una variedad de producción animal y así mismo tener mejora de producción económica. 7.- desde la comunicación para el desarrollo el ganadero se considera víctima de la escasez del agua. (¿está consiente de que el agua es vital para su ganado) por ello se considera dentro de ese papel. Comunicacionalmente: sería favorable para el ganadero orientarlo y proporcionarle alternativas de solución de abastecimiento de agua y no dependa de solo con lo que cuenta.
TEST DE MODOS Y FORMAS DE COMUNICACIÓN	1.- ¿Qué medios de comunicación le permiten aprender más sobre producción ganadera?  2.- ¿Podría utilizar algún medio de comunicación para ayudar a sus compañeros ganaderos?  3.- ¿Cuál es el medio de comunicación que podría ayudar a sus compañeros en la mejora de producción ganadera?  4.- ¿Cuál de estos medios de comunicación considera con más credibilidad al dar la información con respecto al tema de ganadería vacuno?  5.- Sugiera un medio de comunicación el cual le gustaría que le proporcionaran información a detalle con respecto al tema de...  6.- Del medio que considere que le permite aprender más, explique por qué. 	1.- ¿Les da la comunicación para el desarrollo el internet es el medio más consumido por los ganaderos y como indicador de ésta herramienta de información se favorece con un ochenta y tres por ciento, esto según los permite aprender más sobre temas relacionados a la producción ganadera, pero no con la información certera. Comunicacionalmente: este medio no debería ser la única opción de información para los consumidores sobre temas de ganadería. ¿Existen otras fuentes de internet con información que sirven para orientar a los ganaderos a cerca de temas de mejora de producción? Si existen, las redes sociales (Fb) documentales y plataformas grupales son herramientas que permiten mantener en interacción e información entre micro y macro grupos e intercambiar ideas o alguna otra forma de mejora de producción ganadera. 2.- Desde la comunicación para el desarrollo los ganaderos toman un papel cooperativo, ya que están abiertos a la idea de colaborar con sus compañeros utilizando un medio de comunicación para llevar a cabo una favorable respuesta de desarrollo. Comunicacionalmente, los ganaderos tienen alternativas para involucrarse con el mundo de las TIC'S, y medios de formación que les facilite el desarrollo de producción y no dependa solo de fuentes como el internet. 3.- Desde la comunicación para el desarrollo, los ganaderos consideran y quieren adoptar el internet como el mejor medio de comunicación que les permite mejorar su producción, lo que ellos no toman en cuenta es que el campo de ese medio es amplio y contiene varias herramientas que si no conocen su función pueden no adoptar el papel colaborador que ellos quieren protagonizar con sus compañeros ganaderos. Comunicacionalmente: es deber como comunicólogo conocer y saber utilizar las diferentes herramientas de comunicación para mostrar y orientar al ganadero, brindarle opciones de medios de información que le permitan facilitar y desarrollar su producción. 4.- Desde la comunicación para el desarrollo el ganadero considera al internet como el medio de comunicación con mayor credibilidad con un porcentaje del cien por ciento, lo que ellos tal vez desconocen es que el internet no siempre cuenta con información real y concreta, probablemente desconocen también que ellos tienen a la mano otros medios de comunicación que les puede brindar una mayor credibilidad de información y puedan aprender a desarrollar diferentes habilidades para su producción ganadera. Comunicacionalmente: sería bueno brindarle al ganadero otro medio de comunicación con fuentes de mayor credibilidad y pueda no solo tomar al internet como la única herramienta de información. ¿Cuáles serían algunos de los medios de comunicación que existen y se le brindaría al ganadero, que contengan temas con relación a la ganadería? el internet no es el único medio de comunicación que brinda diferentes herramientas de información, también podemos encontrar temas de ganadería en boletines, revistas o artículos publicados por asociaciones ganaderas. Estos son los resultados por hora de la comunicación a través de la racionalidad.
TEST DE TT	CONCLUSIONES PASADO: Los ganaderos de Chautla de Tapia en el tiempo que le han dedicado al negocio de la ganadería es, no mayor a 5 años, la ganadería hace veinte años, según los ganaderos, se buscaba la mejora de razas, la venta era por bulto, es decir, el animal se vendía por cierta cantidad sin importar lo que pesaba; la venta del ganado era mas informal ya que no existían los medios suficientes para la compraventa, en cuestión económica se favorecían mas los ganaderos, ya que el alimento era mas económico y podían abastecer bien a su ganado vacuno. PRESENTE: Los ganaderos de Chautla de Tapia no tienen una favorable reproducción de ganado, motivo por la falta de alimentación a sus animales, es decir, la falta de forraje y pasto entre otros. Actualmente las condiciones de compraventa no favorecen al micro productor ya que el intermediario es quien ofrece un menor precio por el ganado y lo ofrece a un costo mayor en el mercado llevándose así parte de la ganancia. actualmente la compraventa de ganado vacuno es mas formal, ya que se lleva un proceso legal ante las respectivas autoridades. Actualmente los ganaderos buscan la mejora de raza y otro tipo de ganado que sea para el buen apartamiento, buscan apoyo en asociaciones ganaderas y programas sociales de gobierno. FUTURO: Los ganaderos de Chautla de Tapia pretenden buscar otros medios de ingresos a través de asociaciones y programas de gobierno, esto con la finalidad de invertir y tener una mejora de producción ganadera y económica, en cuestión del mercado buscar otro tipo de ganado que les favorezca la mejora de raza, se pretende que a plazo futuro el mercado se diferencie en cuestión de economía, tipo de animales, alimentación y producción.	1.- Desde la comunicación para el desarrollo el ganadero se ha visto a la necesidad de vivir cambios en la compraventa de ganado vacuno en el mercado, lo cual no ha podido protagonizar su papel de productor ganadero como debería y esto lo lleva al punto de un déficit económico y social, (no le permite el progreso de su estabilidad económica ni ganadera). Comunicacionalmente: el ganadero no cuenta con las suficientes herramientas de comunicación para su auto desarrollo, idealmente debería no ignorar las fuentes de información que se le pueden brindar. 2.- Desde la comunicación para el desarrollo, el ganadero continúa dependiendo del intermediario, lo que no permite que se involucre en un sector independiente de producción. comunicacionalmente: ya que esto se considera algo injusto para el ganadero, él debe buscar alternativas de desarrollo con ayuda de la CAD, e innovar propuestas para una mejora de producción. 3.- Desde la comunicación para el desarrollo los ganaderos aspiran a colaborar y mejorar la manera del mercado sin perder el papel de dependencia de algunas dependencias gubernamentales o sectores privados. Comunicacionalmente: esto no es malo si no se pierde la pauta de la participación con los medios comunicacion adecuadamente y así favorecer a dichos productores ganaderos en el mundo del desarrollo.

- Diseño de estrategia

INTERPRETACIÓN A PARTIR DEL MARCO TEÓRICO	DISEÑO DE ESTRATEGIA
A) (Diario de campo) Desde la comunicación para el desarrollo el ganadero lleva a cabo las diferentes actividades que le permiten favorecer el mantenimiento de su escasa producción ganadera pero sin darse cuenta que descuida la parte económica y su tiempo en la mejora del desarrollo para sí mismo. Comunicacionalmente: el ganadero debe involucrarse en el papel de productor y de querer generar su propio desarrollo ganadero y económico, así la Comunicación para el desarrollo podrá brindar las herramientas e instrumentos para llevar a cabo una favorable respuesta. de no ser así puede que no se lleve a cabo un resultado exitoso para el ganadero. y la comunicación se consideraría no viable. B) (Test de fotoproblemas) B1.- Desde la Comunicación para el desarrollo el ganadero no asume su papel protagónico dentro del sistema económico porque depende de programas gubernamentales que no llegan o existen. Comunicacionalmente: se requieren políticas públicas para incentivar el desarrollo de programas de gobierno en apoyo a los ganaderos (¿existen esos programas, cuáles son, cuántos son, dónde y cómo operan?) B2.- Desde la Comunicación para el desarrollo el ganadero se asume como dependiente del intermediario cuyo papel considera injusto. Comunicacionalmente: los ganaderos podrían omitir o hacer caso omiso de los intermediarios. B3.- Desde la Comunicación para el desarrollo el ganadero se asume como víctima del sector financiero, se vuelve dependiente de una crisis económica para no hacer inversión de mercado. Comunicacionalmente: los ganaderos pueden buscar alternativas como medios financieros (bancos, caja de ahorro u otros) para no depender de ello. B4.- Desde la Comunicación para el desarrollo el ganadero no asume su papel como productor porque se atiene ser dependiente de los programas de gobierno. Comunicacionalmente: se requiere que los productores ganaderos sean orientados a los incentivos gubernamentales para así reforzar la comunicación en los medios que no les están facilitando la información. B5.- Desde la comunicación para el desarrollo la climatización convierte al ganadero en víctima de la producción ya que no abastece el suficiente alimento para mantener y producir su ganado como	Desde la comunicación para el desarrollo, y acorde con el análisis del trabajo de campo realizado para la investigación, internet es la herramienta comunicacional que puede incidir, orientar e integrar a los ganaderos de Chiautla de Tapia, tomando en cuenta los resultados de los instrumentos de trabajo que se realizaron con el grupo de productores ganaderos. Al tomar los resultados, se optó por mayoría que internet será la herramienta que se utilizará en este diseño de proyecto para tratar de incidir en la mejora de producción ganadera, económica e interpersonal entre los ganaderos. Dicho lo anterior, se propone crear una página en internet conforme a una red social virtual, como Facebook, donde habrá fuentes, como ligas para productos audiovisuales, visuales y sonoros, es decir, medios de información concretos y reales para que los ganaderos accedan a la página con la intención de informarse. Esta página informativa contará con diferentes espacios para la información y para la interacción, con la intención de fomentar la participación entre y desde los ganaderos. Por otra parte, se piensa contar, dentro de estos espacios, con secciones específicas, por ejemplo, en el espacio informativo se pretende que los ganaderos encuentren información acerca de temas relativos al ganado y su actividad, mientras que, en el espacio de interacción, se busca que los ganaderos compartan sus ideas entre sí mediante publicaciones personales. Esto permitirá llevar un orden adecuado para los ganaderos, pues contará con medios audio visuales como videos, documentales, fotografías, relatos, entrevistas, o videos grabados en tiempo real por otros participantes que quieran formar parte del proyecto, grabaciones realizadas por expertos en temas de ganadería para brindar información con respecto a la producción ganadera.

- Requerimientos e insumos

PRODUCTO/ACCESORIO	CANTIDAD DEL PRODUCTO	COSTO POR UNIDAD	COSTO TOTAL	FUENTE DE COSTO Y CONSUMO	TIPO DE CONSUMO	CANTIDAD DE CONSUMO POR UNIDAD
Infraestructura	Sala habitación	\$200 pesos por 24 hora	\$600	Dueño del lugar	Renta	3 Dias
Computadora	1	\$8,000	\$8,000	Tienda Walmart	Wifi	120 MB por hora
Dispositivos móviles (telefonos)	6	2,200	\$13,200	Distribuidor autorizado	Datos móviles (4G) Wifi	90MB por hora
Internet	1 sistema	\$350 paquete basico x mes	\$350	Telmex distribuidor autorizado	Renta	1 GB por día
Proyector	1	\$2,000	\$2,000	Tienda Coppel	Compra	120 wts de energia electrica
Bocina de audio	1	\$900	\$900	Tienda Coppel	Compra	x
Cable auxiliar de audio	1	\$20	\$20	Tienda de electrodomesticos	Compra	x
Mesa de trabajo (como soporte)	1	\$500	\$500	Muebleria	Compra	x
Mesa para refrigerio	1	\$350	\$350	Muebleria	Compra	x
Mesa redonda (usarán los ganaderos)	1	\$1,200	\$1,200	Muebleria	Compra	x
Sillas	8	\$150	\$1,200	Tienda Coppel	Compra	x
Termo electrico (calentar agua)	1	\$700	\$700	Tienda de electrodomesticos	Compra	x
Galón de agua purificada	2	\$12	\$24	Purificadora	Refil	11 litros de agua por dia aproximadamente
Caja de galleta	3	\$30	\$90	Dulceria Mikey	compra	1 caja por dia
Frasco de café soluble	1	\$80	\$80	Bodega Aurrera	Compra	200 gramos por dia
Azucar	2 Kg	\$18	\$36	Tienda de abarrotes	Compra	se estima 1/2 kilo de azucar por dia
Vaso desechable	1 paquete	\$10	\$10	Tienda de abarrotes	Compra	x
Cuchara desechable	1 paquete	\$10	\$10	Tienda de abarrotes	Compra	x
Servilletas	1 paquete	\$15	\$15	Tienda de abarrotes	Compra	x
Bolsa para basura	5 piezas	\$25	\$25	Tienda de abarrotes	Compra	x
Personal para impartir el taller	1 persona	\$150 x sesión	\$150	Personal capacitado	asesoria	x
COSTO DE CONSUMO POR UNIDAD	COSTO TOTAL DE CONSUMO	DETALLES				
\$600 pesos x 1	\$600 pesos	habitación de concreto de 32 metros cuadrados, (4 mts de ancho por 8 mts de largo). Incluye sanitario completo				
\$8,000 pesos x 1	\$8,600 pesos	Laptop hp core i3 4g ram 1 tb Dd. No incluye accesorios.				
\$2,200 pesos x 6	\$21,000 pesos	Motorola Moto E 5 Play (telcel)				
\$350 peso x 1	\$22,150 peso	Paquete basico de telcel, internet ilimitado por 30 dias (1 mes) incluye accesorios e instalación.				
\$2,000 x 1	\$24,150 pesos	Incluye accesorios, cable de corriente, cable de computador, estuche				
\$900 x 1	\$25,050 pesos	Bocina de audio Sumex, BT entrada USB, y auxiliar.				
\$20 x1	\$25,070 pesos	Cable auxiliar de audio entrada 3.5 mm 1.8 longitud.				
\$500 x 1	\$25,570 pesos	Mesa de trabajo para soporte de computador 1 metro de alto 1 de ancho por 60 cm de largo				
\$350 x 1	\$25,920 pesos	Mesa de refrigerio 1 metro de alto, 1.6 de ancho x 1.90 de largo				
\$350 x 1	\$26,270 pesos	Mesa redonda				
\$350 x 8	\$27,470 pesos	Sillas de plastico (6 para cada ganadero, 1 para el capacitador, 1 para invitado)				
\$700 x 1	\$28,170 pesos	termo electrico de acero inoxidable				
\$12 x 2	\$28,194 pesos	Garrafon de agua purificada de 20 litros cada uno				
\$30 x 3	\$28,284 pesos	caja de galleta surtido				
\$80 x 1	\$28,364 pesos	Frasco de café soluble 750 gramos				
\$18 x 2	\$28,382 pesos	x				
\$10 x 1	\$28,392 pesos	x				
\$10 x 1	\$28,402 pesos	x				
\$15 x 1	\$28,412 pesos	x				
\$25 x 5	\$28,437 pesos	x				
\$150 x 1	\$28,587 pesos	x				