



DISEÑO Y SOCIALIZACIÓN DE MATERIALES COMUNICATIVOS AGROPECUARIOS.

Yuván Contino-Esquijerosa^{1*}, Katerine Oropesa-Casanova¹, Pedro Duquesne-Baró¹, Yamir Mazario-Rodríguez¹, Yanaidys de la Caridad Abre-Landín¹, Juan Carlos Lezcano-Fleires¹ y Jesús Manuel Iglesias-Gómez¹

¹Estación Experimental de Pastos y Forrajes Indio Hatuey, Universidad de Matanzas, Ministerio de Educación Superior, Central España Republicana, CP 44280, Matanzas, Cuba * E-mail: yuvan.contino@ihatuey.cu

Resumen

Con el objetivo de diseñar y socializar los materiales comunicativos agropecuarios como elementos visualizadores del fortalecimiento e implementación, desde la soberanía alimentaria y la educación nutricional en los cinco municipios matanceros en los que el Programa de Innovación Agropecuaria Local (PIAL) ejerce su acción y como vector estratégico del desarrollo local-territorial se efectuó la presente investigación. Con la finalidad de la visibilización de su Estrategia de Comunicación resultante de la coherente ejecución de las actividades previstas en el Plan Operativo Anual. Con el aporte de contenidos necesarios al Diplomado “Sistema de Innovación Agropecuaria Local con un enfoque participativo en la gestión del desarrollo”. A través de la metodología cuantitativa se presentan los datos más significativos en los indicadores “alcance e interacción” así como la compilación de los productos comunicativos elaborados. Mediante la metodología de Análisis de Redes Sociales (ARS) se efectúa la representación gráfica de las palabras clave en las noticias publicadas por el PIAL. Los resultados muestran la necesidad del diseño y la ejecución de un mayor número de productos comunicativos agropecuarios, así como la publicación de nuevos temas en los espacios digitales en los que el PIAL socializa sus contenidos y actividades.

Palabras clave: Materiales Comunicativos Agropecuarios, PIAL.

Abstract

With the objective of designing and socializing agricultural communication materials as visual elements of the strengthening and implementation, from food sovereignty and nutritional education in the five Matanzas municipalities in which the Local Agricultural Innovation Program (PIAL) exercises its action and as a vector strategy of local-territorial development the present investigation was carried out. In order to make its Communication Strategy visible, resulting from the coherent execution of the activities foreseen in the Annual Operating Plan. With the contribution of necessary content to the Diploma "Local Agricultural Innovation System with a participatory approach in development management". Through the quantitative methodology, the most significant data are presented in the “scope and interaction” indicators as well as the compilation of the communicative products produced. Using the Social Network Analysis (ARS) methodology, the graphic representation of the keywords in the news published by PIAL is made. The results show the need for the design and implementation of a greater number of agricultural communication products, as well as the publication of new themes in the digital spaces in which the PIAL socializes its contents and activities.

Keywords: Agricultural Communication Materials, PIAL.

Introducción

La mejora de la calidad de vida de las mujeres y los hombres, en particular los jóvenes mediante el fortalecimiento de los Sistemas Locales de Innovación Agrícola Participativos, la generación de diversidad genética y tecnológica, así como la articulación de actores propuestos por (Ortíz et al., 2017) constituyen pilares estratégicos de la presente propuesta.

Unido ello, a que el Sistema de Innovación Agropecuaria Local (SIAL) incita y dinamiza a escala multitudinaria las demandas de desarrollo, multiplica la actitud y la actividad innovadora durante sus ciclos y redes de aprendizaje, y atrae a los agricultores y los actores de las cadenas agroalimentarias locales (La O y Roselló, 2017).

No hay dudas de que la manera más efectiva de comunicar es hacer las cosas y hacerlas bien. Tenemos que aprovechar todas nuestras potencialidades, no podemos seguir anclados a formas de comunicar anteriores a la era digital. La comunicación social ha llegado, por fin, a los organismos del país; pero tenemos que ser más proactivos (Díaz-Canel, 2020).

Nuestros profesionales, técnicos y agricultores necesitan de documentos, para que les facilite el camino hacia el compartir, el socializar y el construir sus propios aprendizajes, los que convertidos en resultados podrán ser generalizados según las características intrínsecas de cada lugar. Para ello requieren de sólidos conocimientos y análisis integrales, que son posibles con una adecuada base científica y bajo los principios de la Agroecología (Contino, 2016).

Objetivo

Diseñar y socializar los materiales comunicativos agropecuarios como elementos visualizadores del fortalecimiento e implementación, desde la soberanía alimentaria y la educación nutricional en los cinco municipios matanceros en los que el Programa de Innovación Agropecuaria Local (PIAL) ejerce su acción.

Desarrollo

Para la visualización del proyecto y de sus actividades en los escenarios (PIAL-IV-Matanzas) entregó a los integrantes del proyecto, productores, decisores y coordinadores de otros proyectos productos comunicativos (**Gráfico 1**) tales como: (almanaque, plegables, video promocional, careta anti-Covid19) los que en su diseño contemplan a través del lenguaje textual y gráfico el mensaje que el proyecto transmite “Buenas Prácticas que Transforman” así como su logotipo.

Gráfico 1. Productos comunicativos (almanaque y plegables)



Las principales publicaciones de noticias en el 2020 se realizaron en temáticas tales como: fincas, POA, género, comunicación, jóvenes, Expo-ferias, Patios Agroecológicos, y aportes del PIAL a la producción y entrega de alimentos ante la Covid-19, entre otras.

En el caso del **Gráfico 2**, muestran la nube de palabras claves de las publicaciones en los diversos espacios en-línea, en los que PIAL ha permitido su divulgación e interacción.

Gráfico 2. Nube de palabras claves publicadas



Como se puede apreciar en la **Tabla 1**, en este período se alcanzaron a un total de 1731 personas (que vieron a una publicación específica, pues el alcance al nivel de la página es el número de personas que vieron algún contenido durante un período determinado de tiempo (en este caso se valoró mensualmente y al cierre del año 2020 y se efectuaron 298 interacciones (suma de me gusta + comentarios + compartidos).

Tabla 1. Comportamiento de los diferentes públicos que visitaron la página en Facebook del Proyecto (PIAL-IV-Matanzas)

Meses	Número de personas alcanzadas ¹	Interacciones ²
enero	36	8
febrero	187	39
marzo	37	3
abril	18	7
mayo	79	14
junio	187	17
julio	138	19
agosto	441	99
septiembre	249	59
octubre	312	31
noviembre	47	2
diciembre	-	-
Sumatoria	1731	298

Los resultados muestran la necesidad del diseño y la ejecución de un mayor número de productos comunicativos agropecuarios, así como la publicación de nuevos temas en los espacios digitales en los que el PIAL socializa sus contenidos y actividades.

Referencias bibliográficas.

- 1) Contino Esquijerosa, Yuván. 2016. Comunicación, Difusión y Visibilidad; elementos necesarios para la Articulación. Editora Agroecológica. ACTAF. La Habana. 36p. ISBN: 978-959-7210-98-6
- 2) Díaz-Canel, M.M. «¡Fuerza Cuba, que seguiremos viviendo, impulsando la economía y venciendo!». Palabras pronunciadas el presidente de la República de Cuba, en la reunión del Consejo de Ministros, en el Palacio de la Revolución, el 16 de julio de 2020.
- 3) La O, M. & Roselló, Tamara. Buenas prácticas para la innovación agropecuaria local. Un enfoque participativo en la gestión del desarrollo: Proyecto de Innovación Agropecuaria Local. Cuba, 2017.
- 4) Ortíz, R.; Miranda, Sandra; La O, M.; Rivas, A.; Romero, María I.; Alfonso, J. A. et al. Manual del sistema de innovación agropecuaria local. Conformación y funcionamiento. Por un enfoque participativo del desarrollo. Una propuesta interinstitucional para enfrentar el desafío de la seguridad y soberanía alimentaria de Cuba. Cultivos Tropicales. 37 (2):134-140, 2017.