



Universidad Nacional de La Plata
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Doctorado en Comunicación

Tesis doctoral

POSTCONFLICTO EN EL CAMPO COLOMBIANO:
EL RETO ESTRATÉGICO DE LA COMUNICACIÓN

AUTOR: GUTIERREZ. Juan

DIRECTOR: Dr. GONZALEZ FRÍGOLI, Martín



Universidad Nacional de La Plata
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Doctorado en Comunicación

Título de la Tesis Doctoral en Comunicación: Postconflicto en el campo colombiano: el reto estratégico de la comunicación.

Tesista: Mba. Juan Sebastián Gutiérrez Forero

Director: Dr. Martín González Frígoli



Tabla de Contenido

Agradecimientos.....	5
1. Resumen	6
Abstract.....	7
2. Introducción.....	9
3. Un camino de transición, de lo teórico a la realidad	18
3.1 El diseño de lo ‘Por Venir’	21
3.2 Un acercamiento al campo colombiano	24
3.3 Comunicación y sus estrategias para co-construir	25
4. El Desarrollo Social y Rural: La Reforma Rural Integral Propuesta.....	28
4.1 Concepciones y Miradas Hegemónicas de lo Rural	28
4.1.1 Proyectos Hegemónicos Estatales	30
4.1.2 Programas Especiales del Desarrollo Rural.....	32
4.1.3 Co-construcción del campo colombiano: Infraestructura, desarrollo, productividad y la formalización laboral.	32
4.1.4 Seguridad alimentaria o seguridad en la co-construcción	33
4.1.5 Desafíos de la co-construcción en el marco comunicacional	33
4.1.6 Teorías de los marcos comunicacionales tradicionales de cara a la co-construcción.....	35
4.2 Contexto de paz: los retos supuestos para la comunicación y el desarrollo social colombiano.	40
4.2.1 Transiciones a la democracia.....	44
4.2.2 La no confusión de la agenda del país con el desarrollo del campo	45
4.2.3 Niveles de acción institucional transitoria.....	45
4.3 Comunicación para el cambio social estratégico - Factores y mediciones de los entornos....	49



Universidad Nacional de La Plata

Facultad de Periodismo y Comunicación Social

Doctorado en Comunicación

4.3.1 Geografías y dimensiones cuantitativas comunicacionales	50
4.3.2 Las necesidades básicas sociales y su enclave comunicacional	53
4.3.3 Institucionalidad desde la perspectiva de la comunicación	56
4.3.4 La incidencia de la violencia en la co-construcción de los saberes.	56
4.3.5 Las claves de la comunicación estratégica en la co-construcción de tejidos sociales.....	57
4.4 Cómo poder identificar y registrar las voces y sus necesidades en el nuevo cambio	60
4.4.1 Producción de conocimiento – Las voces sin voz: del método a su entorno	62
4.4.2 Producción y propuesta: Las claves para entender las voces sin voz y sus entornos	63
4.5 Las voces del campo – Los análisis de quienes no tienen voz	64
4.5.1 Las experiencias de María Robayo su hijo y su desconfianza.....	64
4.5.2 Don Edgar Murcia, su señora Leidy y la vivencia de casi medio siglo en el campo	66
4.5.3 Del conocimiento del campo a la formación técnica profesional – Clara Cruz y Diana Cruz un mundo de contrastes	71
4.5.4 La inyección de información sin gestión estratégica – Johan Sánchez el intermediario ..	78
4.6 Las Voces de los expertos – aquellos que ‘quizás’ a veces son escuchados.....	84
4.6.1 El repensar de la comunicación estratégica – Antonio Roveda una voz autorizada	84
4.6.2 Una mirada en la práctica - Pedro Pérez, su experiencia con comunidades en Yacopí. ..	91
5. La dimensión social y los posibles retos de la comunicación en la transformación social.....	100
5.1 Comunicación estratégica como agente integrador de las diversas formas de percibir la construcción de tejido social.	101
5.2 Los posibles retos de la comunicación estratégica en la construcción de la paz	106
5.3 Comunicación Integradora: Posible modelo para co-construir con la comunicación	111
6. Consideraciones Finales del viaje al Nuevo Mundo	116
6.1 Consideraciones Finales.....	¡Error! Marcador no definido.
Bibliografía	122



Universidad Nacional de La Plata
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Doctorado en Comunicación

Agradecimientos

Agradezco, a todos los seres maravillosos que me enseñaron y me enseñan constantemente. A quienes formaron y forman parte de mi labor personal y profesional en el campo de la comunicación estratégica organizacional.

Este trabajo no hubiera sido posible sin el apoyo y constante reflexión con personas vinculadas con las comunidades y con los entornos comunicacionales desde perspectivas organizacionales. Y principalmente, a todos mis estudiantes (una referencia especial a Iván), que durante tantos años de docencia, estímulo, y trabajo, me llevaron a proponer estas disertaciones.

A todas las instituciones de Periodismo y Comunicación Social, que me aportaron las bases como persona y ser social que soy hoy.

A mentores como Antonio, Martín, Jaime y un sin número de seres maravillosos del mundo de la comunicación.

A todo el equipo del Doctorado en Comunicación de la Universidad Nacional de La Plata que guiaron constantemente mi proceso de co-construcción.

A Héctor Eduardo (TerminHéctor), Ana Beatriz (La Directora), mis hermanos, familiares y amigos que con sus posturas constantemente me hicieron repensar la comunicación. Gracias.

Y en especial, a Dani, mi Churra, quién constantemente me acompañó en todo este proceso.

! A TODOS GRACIAS !



Universidad Nacional de La Plata
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Doctorado en Comunicación

1. Resumen

A diferencia de lo que sucede con teorías comunicacionales de escuelas europeas y norteamericanas, los modelos latinoamericanos se asientan en los retos y desafíos de cada región. Esto propone características desde concepciones críticas, orientadas al análisis de la relación estado-sociedad, como respuesta a los conceptos hegemónicos estatales y desde la perspectiva contrahegemónica.

Esta tesis doctoral organiza reflexiones, análisis, y esquematizaciones sobre la comunicación estratégica como eje central de integración para la co-construcción de procesos, experiencias, y que piensa en la gestión de la comunicación en el marco del postacuerdo de paz colombiano, y también quizá para Latinoamérica.

Luego de un análisis y reconocimiento de los dispositivos y componentes mediante un diagnóstico en la relación estado-sociedad, esta postura en la que se basa este proyecto de tesis doctoral, propone un modelo de comunicación estratégica integradora, que de forma crítica y ordenada, en oposición a la hegemonía, refiere los dispositivos a tener presentes en el marco de las necesidades de las voces sin voz en su reconocimiento comunicacional.

Por esto, lo que se pretende es explorar las posibilidades de la comunicación estratégica como eje integrador, teniendo en cuenta las contribuciones de perspectivas de esta y otras disciplinas y ciencias como contribución a posturas innovadoras en posibles líneas futuras de trabajo.

Es importante resaltar que el presente documento intenta realizar aportes a la disciplina y al campo de la comunicación organizacional desde tres ejes:

- La interpretación de los saberes, la relación estado-sociedad y las relaciones de las comunidades con las prácticas en comunicación, que se atañen a comunidades rurales colombianas.



Universidad Nacional de La Plata
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Doctorado en Comunicación

- Inferir el rol de las comunidades rurales en las apropiaciones del territorio, el desarrollo rural proyectado, la economía familiar, y la construcción de confianza entre la relación estado – sociedad, desde la perspectiva de la comunicación estratégica.
- Proponer la alternativa de un modelo comunicacional estratégico e integral (MCIE), que fortalezca la construcción de sentidos sociales y beneficie la proyección de la paz, en el marco de las necesidades de las reformas rurales integradas a los procesos de sentido social de cara al siglo XXI.

Abstract

Unlike what happens with communication theories of European and North American schools, Latin American models are based on the challenges of each region. This proposes characteristics from critical conceptions, oriented to the analysis of the state-society relationship, as a response to the state hegemonic concepts and from the counter-hegemonic perspective.

This doctoral thesis organizes reflections, analysis, and schematizations on strategic communication as a central axis of integration for the co-construction of processes, experiences, and that thinks about communication management within the framework of the Colombian post-peace agreement, and also perhaps for Latin America.

After an analysis and recognition of the devices and components through a diagnosis in the state-society relationship, this position on which this doctoral thesis project is based, proposes an integrating strategic communication model, which in a critical and orderly way, in opposition to hegemony, refers to the devices to keep in mind within the framework of the needs of voiceless voices in their communicational recognition.

For this reason, what is intended is to explore the possibilities of strategic communication as an integrating axis, considering the contributions of perspectives from this and other disciplines and sciences as a contribution to innovative positions in possible future lines of work.



Universidad Nacional de La Plata
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Doctorado en Comunicación

It is important to highlight that this document tries to make contributions to the discipline and field of organizational communication from three axes:

- The interpretation of knowledge, the state-society relationship and community relations with communication practices, which concern Colombian rural communities.
- Infer the role of rural communities in the appropriations of the territory, the projected rural development, the family economy, and the construction of trust between the state-society relationship, from the perspective of strategic communication.
- Propose the alternative of a strategic integrative communication model (MCIE), which strengthens the construction of social meanings and benefits the projection of peace, within the framework of the needs of rural reforms integrated into the processes of social meaning facing the XXI century.



2. Introducción

En la pasión que como comunicador social organizacional y de los temas administrativos, con casi dos décadas de análisis en los temas estratégicos, me ha llevado a repensar la forma de integrar los modelos y estructuras en que nos comunicamos con la sociedad, en este proyecto pretendo proponer un modelo de comunicación, al analizar los posibles aportes de la comunicación estratégica en las transformaciones sociales que enmarcan los procesos de entendimiento del desarrollo social en las comunidades agrarias en Colombia.

La comunicación estratégica entendida como la forma de gestionar los intangibles de las organizaciones tanto sociales como empresariales e institucionales, integradas por los procesos y diversos elementos de la comunicación como parte de la estrategia, para la construcción de saberes, imaginarios y percepciones, al ser los actores de la comunicación un grupo de personas y medios organizados con un fin determinado.

Entonces, en este marco, se podría entender que todos los modelos comunicacionales y los enfoques de abordaje de ésta, forman parte de la comunicación como agente integrador de las diversas formas de percibir la construcción de tejido social, en el marco de las concepciones de Estado, comunidad rural, hegemonía, contrahegemonía o cultura popular.

Los modelos de comunicación a lo largo de la historia se han visto vinculados con las percepciones y construcciones de saberes sociales de las diferentes comunidades, la interacción como esos tejidos de paradigmas inscritos en la sociedad como parte de los procesos de entendimiento de los fenómenos sociales de cada época; esas relaciones hegemónicas y contrahegemónicas que cada componente trata de co-construir el desarrollo de las nuevas percepciones de los territorios y las relaciones con los entornos y claro la construcción con todos ellos, de esos elementos culturales que nos han identificado como colombianos y latinoamericanos a lo largo de la historia.



Universidad Nacional de La Plata
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Doctorado en Comunicación

Desde esta perspectiva, se abren los interrogantes que guían el análisis, y que dan pie a los objetivos general y específicos para orientar en el proceso de análisis y reflexión acerca del fenómeno en cuestión:

- ¿Cómo puede aportar la comunicación estratégica en la sensibilización, la construcción de saberes y relaciones sociales que tienen las poblaciones rurales como parte del marco de la reforma rural integral?
- ¿De qué modo influye la gestión de la comunicación en el desarrollo social de las comunidades agrarias de Colombia?
- ¿Cuáles son los actores que intervienen en las relaciones de las comunidades dentro del marco de la implementación de los acuerdos del primer punto de los acuerdos de paz firmados con las FARC E.P. en el año 2016?

En relación con estos interrogantes, se planteó, como objetivo general de este trabajo el diseñar un modelo de comunicación estratégica que permita articular los saberes, relaciones de las comunidades y las prácticas de la comunicación en zonas del campo colombiano cercanas a Bogotá, como parte de los procesos de construcción de tejidos socioculturales como aportes a la búsqueda de la paz.

Como consecuencia de este desafío, es necesario trabajar en la identificación de saberes, identidades de las poblaciones, prácticas de la comunicación existentes, actores que las realizan y las nociones intrínsecos como: (apropiación del territorio, la economía familiar y de las comunidades rurales, hegemonía y contrahegemonía o cultural popular, claro está en el marco de la relación estado-sociedad), que en una revisión profunda, permitan que se identifiquen los elementos, variables y procesos que el modelo que se proponga, trate de abarcar y abordar de forma integral, revisando las posibles necesidades de la comunicación, de las voces sin voz¹.

De esta forma los objetivos específicos trazados para esta tesis doctoral fueron:

¹ Las voces sin voz son entendidos como los colombianos que pertenecen a las comunidades rurales, estudiadas o en similares condiciones, que ante la hegemonía del Estado no pueden ser entendidos ni expresar sus necesidades y que el modelo propuesto busca vincular como eje central para abordar la comunicación estratégica con relación a sus saberes, prácticas y construcciones socioculturales de la comunicación en sus entornos.



Universidad Nacional de La Plata
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Doctorado en Comunicación

- Interpretar los saberes, las relaciones de las comunidades y las prácticas en comunicación, en las veredas² circundantes de Facatativá en la sabana de Bogotá, que se atañen a las comunidades rurales colombianas en el marco del postacuerdo de paz, específicamente en lo referente a la “Reforma Rural Integral³”, en el segundo periodo de gobierno colombiano de Juan Manuel Santos.
- Inferir el rol de las comunidades rurales cercanas a Bogotá en las apropiaciones del territorio, el desarrollo rural proyectado, la economía familiar y la construcción de confianza entre la relación estado – sociedad, desde la perspectiva de las prácticas de la comunicación.
- Proponer la alternativa de un modelo comunicacional estratégico e integral (MCEI), que fortalezca la construcción de sentidos sociales y beneficie la proyección de la paz, en el marco de las necesidades de las reformas rurales integradas a los procesos de sentido social de cara al siglo XXI.

Todo esto permitió indagar, con base en los saberes y prácticas de los campesinos en la relación sociedad – cultura – estado en el sector agropecuario colombiano en el ámbito del posconflicto, más exactamente como plan de análisis en las veredas circundantes de Facatativá⁴ en la sabana de Bogotá, para indagar el comportamiento de cómo los campesinos de esta zona, estos actores del proceso viven y sienten el campo y a quienes los acuerdos de paz (como muestra del campesinado colombiano), van a ser partícipes del cambio en las zonas rurales; población que fue elegida debido a la cercanía al acceso tanto del territorio como de las comunidades, por trabajos previos realizados con algunos miembros de la comunidad, que facilitaron el acercamiento, ya que en la mayoría de los casos, el alto grado de desconfianza y la inseguridad percibida por las comunidades, impiden que estas den acceso a sus espacios cotidianos.

² Vereda es un término usado en Colombia para definir un tipo de subdivisión territorial de los diferentes municipios del país. Las veredas comprenden principalmente zonas rurales, aunque en ocasiones puede contener un centro micro urbano. En Colombia pueden contarse aproximadamente 30 mil veredas; que albergan aproximadamente la cuarta parte de la población nacional, que son aproximadamente 12 millones de personas para el momento de la investigación.

³ La Reforma Rural Integral hace acotación al primer punto del acuerdo de paz firmado con las FARC en todo lo referente a los sectores agropecuarios colombianos.

⁴ Municipio ubicado a 36 kilómetros de Bogotá, cercano a la carretera vía Medellín, posee una población de cerca de 750.000 personas y en sus cerros de borde sur se presenta una alta producción de leche.



Universidad Nacional de La Plata
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Doctorado en Comunicación

Esto conllevó un análisis de las políticas y documentos públicos desde una perspectiva comunicacional, al buscar si se están (o no) generando transformaciones en sus relacionamientos como aporte a los procesos políticos, sociales y económicos que se enmarcan en el primer punto del Acuerdo de Paz con el grupo Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARC), ahondando en las miradas de los campesinos sin voz; como miras y pautas al desarrollo de la cultura de integración, co-creación y valor compartido para el desarrollo socioeconómico de las comunidades agrarias de Colombia, lo que permitió entender las necesidades que en el contexto bélico se han evidenciado durante los últimos sesenta años.

En este contexto, categorías como las de territorio, desarrollo rural, economía familiar, confianza entre estado – sociedad, parecen estar redefiniéndose y es en los nuevos sentidos en los que pretendo indagar a través del corte comunicacional. Para esto tomé la investigación sobre el enfoque administrativo del sector agropecuario que realicé en el 2013 y revisé los enfoques de construcción actual de las relaciones que impactan la comunicación en varios frentes como: la comunicación popular, la comunicación educativa, la comunicación colectiva, entre otras, y que dentro del contexto espacio temporal y claro en el marco de la firma de los acuerdos de paz realizada en el 2016, dan pauta del tiempo de análisis de información en el segundo gobierno de Juan Manuel Santos 2014-2018.

Marco temporal que se relaciona con los acuerdos firmados y que, en su primer punto, se enfoca en los puntos de toda la Reforma Rural Integral, que enmarcan: 1) la democratización del acceso y uso de la tierra, 2) los programas especiales de desarrollo rural con enfoque territorial, 3) los planes de infraestructura, desarrollo, productividad y formalización laboral y 4) la seguridad alimentaria, todos aspectos que impactan directamente a las comunidades destinatarias de este ejercicio de análisis propositivo, como eje de cambio crucial en la historia, de cara al siglo XXI no solo en Colombia, sino en las experiencias sudamericanas y latino americanas.

Los cambios sociales y los fenómenos de construcción que implican los nuevos caminos en busca de sociedades en paz a lo largo de la historia son rumbos a los que las comunidades latinoamericanas no somos ajenas y las realidades de cambio que la comunicación como eje de interrelación debe afrontar; siendo la responsabilidad social un compromiso de integración de capitales sociales, ambientales y



Universidad Nacional de La Plata
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Doctorado en Comunicación

económicos que aporten al cambio de la dominación por el desarrollo social, en donde la importancia de las culturas y el entendimiento de las mismas sean vistas desde enfoques sociales, éticos, solidarios y humanistas, que competen a la comunicación en una perspectiva estratégica como el proceso relacional en el que los diversos actores juegan un papel preponderante y significativo en la integración de procesos, forman la base estructural para la construcción de este nuevo sentido social.

Contextos históricos de conflictos, de relaciones de las comunidades frente al estado que, dirigido por gobiernos con quizás altos grados de corrupción, evidencian un deterioro constante en la confianza de sus representados en las áreas rurales, han ocasionado que las comunidades reestructuren sus modelos de entendimiento de la realidad, que evidencian un menoscabo de la calidad de vida y en esa construcción de confianza en el marco del postacuerdo en el caso colombiano, abren nuevas formas de percepción que propendan por un nuevo camino a la visualización del territorio, del desarrollo social, de la economía familiar, la equidad y el acceso a mejoras en la calidad de vida de las comunidades agrarias.

Estas comunidades se vieron avocadas a afrontar un sin número de situaciones complejas de acceso, reconocimiento e injusticias, debido a un complejo relacionamiento entre las instituciones gubernamentales y la sociedad, que por más de sesenta años de conflicto, que evidencian una falta constante de entendimiento y comprensión de una democracia, que ha provocado inequidades y desigualdades sociales, conformando con ello la construcción de saberes, identidades, sentidos y tejidos sociales que hacen que durante las décadas previas al proceso de paz en mención, entre los años ochenta y noventa especialmente, se vivenciaran fenómenos de violencia marcada, que en los cuatro previos a la firma de los acuerdos de paz con las FARC en el 2016, dieron una pauta de cambio y deseo de deliberación colectiva, para mejorar el porvenir del campesinado colombiano.

Dentro de la evolución del proceso social, y en el contexto de la gestión estratégica de la comunicación, al revisar modelos de la comunicación como: el de Lasswell, Schramm, Maletzke, Jakobson, Palo Alto, de la Propaganda y porque no la Nueva Teoría Estratégica (NTE); es imposible inferir que múltiples teorías interdisciplinarias hacen hoy eco en la necesidad de integración de los conceptos y paradigmas, en las que la comunicación debe resignificar constantemente los caminos y construcciones sociales, ampliando la oportunidad de integración de la calidad de vida, el desarrollo sostenible y el valor



Universidad Nacional de La Plata
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Doctorado en Comunicación

compartido, dentro de los desafíos o retos que, de cara a las siguientes décadas, darán forma a un nuevo percibir de las comunidades colombianas.

Son estos modelos teórico-hipotéticos, con los que se busca la interpretación de porciones de la realidad o de los conjuntos de fenómenos socio - culturales, que proponen descripciones de las realidades simplificándolas, seleccionando y destacando las relaciones y variables que cada investigador considere relevantes para la interpretación.

Es por ello que, de forma progresiva, en los países latinoamericanos, no solo las relaciones estado-sociedad o empresa – sociedad deberán ser repensadas, sino, que para entender el acceso, la equidad y la búsqueda de igualdad e inclusión, es necesario escuchar las voces de aquellos actores sociales que no han podido incorporar y manifestar sus percepciones ante las configuraciones hegemónicas, para así lograr un cambio real en las zonas que incluso no han sido tan impactadas por la guerra interna desde hace 60 años y que aun así no han podido manifestarse en estos caminos, filosofías y políticas, con el ánimo de ser socialmente más responsables, lo que realmente podría permitir a la nación ser aún más competitivos en los sentidos del mundo, al que la comunicación estratégica no es ajena.

Teniendo en cuenta lo anterior, se evidencia la necesidad del cambio de percepción y entendimiento de las relaciones, las formas de interacción y comunicación, con el fin de promover el desarrollo social dentro de un marco contextual que habrá oportunidades de repensar la realidad social como lo son los acuerdos firmados con las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARC) en el 2016, específicamente en lo referente a la Reforma Rural Integral de cara a los nuevos campos de acción de la comunicación estratégica en el postacuerdo de paz.

Esto para poder identificar las relaciones y principales actores que intervienen en la producción de conocimientos que se desarrollan en los entornos internos y externos de las comunidades campesinas, y en esta medida, pretender analizar los posibles aportes de la comunicación estratégica en las transformaciones sociales que enmarcan los procesos de entendimiento del desarrollo social en las comunidades agrarias, como base de la propuesta del modelo de comunicación, lo que implica el análisis de conceptos sensibilizadores como la percepción del territorio, de la economía familiar, de la inclusión y el acceso a educación, bancarización y demás contextos hegemónicos, para con ello finalmente entender



Universidad Nacional de La Plata
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Doctorado en Comunicación

cómo se comunican estratégicamente los actores, las comunidades y también los fenómenos que vinculan a la responsabilidad social y su proyección hacia el valor compartido en los entornos agrarios; todos estos elementos de análisis dan pauta a la necesidad de la integración de los actores sociales con miras a la mejora de calidad de vida de las comunidades que, en medio del conflicto en el campo colombiano, han visto la necesidad de trabajar en el posible desarrollo de la industrialización del campo.

Es por esto que necesitamos entender cómo gestionar el conocimiento en la construcciones y tratar de entender desde una mirada ligeramente lejana, las necesidades de las comunidades, más allá de los beneficios económicos de la rentabilidad capitalista, que de forma particular sostiene esa brecha de pobreza que tantos gobiernos e instituciones buscan abolir, promoviendo cambios en la conciencia colectiva, concibiendo la cultura del valor compartido como parte de la cultura popular y en un marco de las nuevas tendencias sociales, inmersas e inherentes a los retos de la comunicación pero que sin embargo eliminan de sus discursos las voces de los pequeños productores agrarios, por lo que viendo estos vacíos decidí seleccionar campesinos de zonas seguras cercanas a la capital, e indagué la situación en zonas de conflicto a través de personas que hubiesen tenido experiencias cercanas con comunidades de alto riesgo en zonas que por temas de logística, impidieron mi acercamiento a esas vivencias y experiencias en zonas más alejadas.

Para poder abordar estos aspectos de análisis, se utilizó de primera mano la información que he recolectado por cerca de diez años en relación con los aspectos no solo comunicacionales sino que buscan entender componentes tanto hegemónicos como contrahegemónicos de análisis diacrónico exploratorio profundo y que dieron como resultado la investigación: Consumo y competitividad – análisis cadena cárnica bovina colombiana, en donde se exponen algunos de los discursos y percepciones sobre estos temas; la cual posteriormente se complementó con herramientas de investigación a través de las entrevistas en profundidad, que se realizaron a productores pequeños del agro en las veredas circundantes de Facatativá en Cundinamarca, actores centrales de los análisis de mi tesis doctoral.

Esta comunidad fue seleccionada como parte de un abordaje teórico exploratorio mixto, en el que desde la identificación de percepciones y la intención, lo más cercana a la realidad posible en el marco relativista, que esta investigación acción participación como militantes investigadores, propongan posibles cambios que aporten a nuevas construcciones sociales complejas, dando oportunidad a las otredades y a



Universidad Nacional de La Plata
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Doctorado en Comunicación

la interacción de las comunidades con las nuevas realidades del pensamiento comunicacional, como eje integrador no solo de los tejidos, sino también de las formas de interacción y acción con las comunidades.

Es así como se pudo indagar de forma integrada a los actores sociales que dentro del contexto del valor compartido y la responsabilidad social, como parte de la conciencia colectiva, permitieron sugerir los posibles desafíos a trabajar en el desarrollo rural, que competen al desarrollo económico sostenible, pero que sin lugar a dudas debe tener como esencial punto de análisis al desarrollo social y a las comunidades que puedan permitir un acceso al entendimiento de las construcciones de saberes y relaciones con el eje central de la comunicación como integrador estratégico de los mismos.

En estos abordajes claro está, las fuentes primarias de información fueron una selección de dos a cuatro campesinos productores agropecuarios de la sabana bogotana, con los que se realizaron entrevistas en profundidad, con el fin de resolver interrogantes adicionales como: ¿cuáles son las percepciones que tienen los pequeños campesinos sin voz del sector agropecuario de la sabana de Bogotá frente al desarrollo sostenible según la información que emite el Estado colombiano, en el marco del primer punto del acuerdo de paz firmado con las FARC E.P.?

También es esencial realizar la integración entre academia, sociedad, organizaciones y actores sociales, entendiendo que la conciencia colectiva y las edificaciones sociales en el marco del post acuerdo, por lo que estas construcciones permiten forjar los imaginarios colectivos acordes a los requerimientos sociales actuales en términos de la promoción de investigación y búsqueda de proyectos de desarrollo e impacto social, ambiental y económicos, que propendan por la sostenibilidad y la sustentabilidad del agro colombiano; en donde la comunicación jugará un papel relevante en el desarrollo sostenible de Colombia y porque no América Latina.

Con esto se desglosaron elementos para la revisión de las estrategias más relevantes para el objeto de investigación y su relación con los fenómenos sociales al promover el nivel de conocimiento de los productores sobre la información de las políticas sectoriales, que mediante análisis documentales tanto inductivos como deductivos, promueven la descripción e interpretación de los fenómenos sociales y la importancia que tiene para estos productores y sus construcciones sociales el relacionamiento con otro



Universidad Nacional de La Plata
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Doctorado en Comunicación

tipo de agremiaciones, ya sean locales o de segundo orden, que intervengan en el sector agropecuario, dando muestra clara de las relaciones estado-sociedad.

Estos impactos sociales, generados por las nuevas percepciones globales, forman cambios de base en los modelos capitalistas, comprometiendo a las instituciones, las comunidades, sus relacionamientos y claro está las prácticas al promover nuevas formas de entender el mundo, que contemplen desde la base los ámbitos sociales y ambientales, que competan directamente a los procesos productivos y que generen novedosas construcciones sociales y ambientales, sin dejar de lado la importancia de la economía rural, de cara a la competitividad que el siglo XXI pretende para todas las naciones a lo ancho del globo.

Por lo tanto el entendimiento de estos nuevos procesos comunicacionales, sus intervenciones en la integración de los componentes de la investigación y claro en la construcción de nuevos tejidos sociales, imaginarios y relacionamientos con los dispositivos como el territorio, la construcción de saberes, el acceso que buscan las comunidades y que afrontan a realidades de orden hegemónico que no lo permiten en los ámbitos de la educación, las economías familiares y la construcción de tejidos sociales, son lo que en resultado se espera alcanzar al finalizar la propuesta metodológica de un modelo comunicacional estratégico, que promueva el reconocimiento de las voces sin voz de aquellos “pequeños” productores, que por las inequidades estatales, se han visto forzados y enfrentados a realidades hostiles que hoy día bajo el marco de la reforma rural integral, se abren nuevos caminos de entendimiento, dialogo y reconciliación, para la industrialización equitativa de los procesos productivos del campo colombiano.



3. Un camino de transición, de lo teórico a la realidad

La contextualización de la importancia de los elementos teórico-conceptuales llevados a una interpretación de la realidad constante del ser humano en sus hábitats, entornos y construcciones sociales, como parte del ejercicio de la construcción cultural popular, hizo que este proyecto pretenda analizar los posibles aportes de la comunicación estratégica en las transformaciones sociales que enmarcan los procesos de entendimiento del desarrollo social en las comunidades agrarias, de cara al postacuerdo de paz colombiano, centrados en la posibilidad de forjar las percepciones en las formas de pensar el desarrollo social y rural

A esto se sumó parte de mi trabajo de tesis de maestría en el que indagué en torno a los retos de organización del sector pecuario colombiano como eje fundamental del campo. Muchos de los interrogantes fueron brotando en el proceso de realización de mi anterior trabajo que, al analizar los factores de orden organizacional, dieron muestra de la marcada brecha comunicativa y la ausencia de co-creación que existe entre las relaciones de sociedad-estado-gobierno, constituyéndose en los principales puntos a abordar en mi tesis doctoral.

En este sentido investigaciones como la de Ropero Beltrán (2016), dan muestra de cuáles son los elementos que confluyen en relación con la nueva ruralidad colombiana en el marco de los acuerdos firmados con las FARC:

La nueva ruralidad, como enfoque para el desarrollo rural, plantea una visión distinta en torno a la temática: concibe lo rural como un espacio multisectorial y multidimensional, lo cual constituye el punto de partida desde el cual surgen los elementos de análisis que permiten adelantar un debate institucional amplio y participativo de cara a la transformación estructural de la realidad rural. (p. 1)

Así las cuestiones sociales han preocupado vivamente a lo largo de nuestra historia. Nos hemos dado cuenta de que los progresos de la civilización, el crecimiento enorme de la potencia productiva y de



Universidad Nacional de La Plata
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Doctorado en Comunicación

la riqueza, y el desarrollo de los conocimientos intelectivos no han logrado generar equidad, igualdad y los anhelados deseos del desarrollo social. Sin embargo, los sentimientos generosos y humanitarios no se han extinguido. En el corazón de muchos seres humanos, aún se albergan inconscientes esperanzas hacia la justicia, como el sentimiento indefinido de una sociedad mejor. Se comprende, de manera generalizada, que se necesita un reparto más equitativo de los bienes y de la riqueza, como aporte a la calidad de vida en comunidad. De aquí mil teorías y mil sistemas diversos que tienden a mejorar la situación de las clases menos favorecidas y con el ánimo de brindar a cada individuo, por lo menos lo que las necesidades básicas pretenden.

Cuando se habla de ver las formas y percepciones que afloran en las investigaciones buscando comprender la comunicación en un sector, comunidad o estado, es indispensable abordar desde una mirada holística y reflexiva los elementos que afectan las construcciones sociales, de ahí el abordaje de estos elementos estratégicos, para procurar entender cómo abordan las necesidades de las comunidades. Conceptos como la confianza en las relaciones juegan un papel preponderante para la observancia de los elementos estratégicos de la comunicación:

La confianza, por lo tanto, es una condición que se logra a partir de las relaciones que se establecen con las otras personas y que está altamente implicada por la comprensión mutua y la simetría en las relaciones (Gruning y Hont, 1999). Otros autores, como Lewicki & Benedict (1996), identifican tres perspectivas diferentes para analizar la confianza: la perspectiva de la disposición o de la personalidad, que se centra en las diferencias de personalidad en los individuos; la perspectiva sociológica y económica, que se centra en la confianza como un fenómeno institucional, y la perspectiva de la psicología social, que se centra en las transacciones interpersonales entre los individuos. Miller y Mitamura (2003) y Couch y Jones (1997) se refieren al concepto de confianza social como confianza generalizada hacia todas las personas; esta sería una expectativa sobre la buena voluntad que tendrían los seres humanos. (Ocampo-Villegas; Soto, 2018, p. 75)

Es así como se hace necesario comprender, que no es la búsqueda de validación de teorías como la expuesta por Rafael Alberto Pérez y Sandra Massoni desde la nueva teoría estratégica, quienes aportan el reconocimiento de los seres humanos como seres relacionales que afectan la productividad de un país, es aún más importante acercarse y conocer de primera mano los conceptos sensibilizadores de la cultura y



Universidad Nacional de La Plata
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Doctorado en Comunicación

aquellos sentidos emergentes que fluyen a través de la comunicación para la construcción de sentidos, de tejidos sociales y ver cómo las realidades de la cotidianidad y la cultura son identidades que dan muestra de la realidad que, a flor de piel, dichas comunidades afrontan en su día a día.

Todo esto, aún más teniendo en cuenta el marco del porvenir de cara a procesos de emancipación, reparación y el tan esperado desarrollo social en las comunidades rurales en el marco del postacuerdo de paz. Ésta es una de las tantas realidades que se viven en el campo colombiano que ahora ha tomado un nuevo brillo de cara a los fenómenos políticos, sociales, culturales y de “desarrollo” que se están viendo con la firma de los acuerdos de paz con las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARC) en diciembre de 2016.

Para ello es necesario primero entender que todo proceso teórico implica una dimensión racional, donde cabe preguntarse los conceptos y percepciones de cada uno de los actores del proceso, qué están mirando, escuchando, entendiendo y comprendiendo- Si bien es posible que todos aquellos aspectos que involucran la comunicación de forma holística, estén siendo comprendidos por todos, pero que al vincularse con procesos de cambio social, tejidos sociales y construcción de sentidos, es inevitable percibir diversas formas de comunicación como la comunicación para la educación o para el cambio social e incluso la comunicación política, que a mi modo de ver no son ajenas las unas de las otras y que en consecuencia conllevan elementos de la comunicación estratégica para poder aportar al cambio de las regiones de cara al contexto anteriormente mencionado, para que en su desarrollo se conciban, de forma estratégica, los aportes en las relaciones para todos los actores sociales interesados.

Las comunidades no pueden ser ajenas a los Estados, pero evidentemente un Estado no debería ser ajeno a las necesidades de sus comunidades y más aún cuando de consolidar e implementar los acuerdos firmados en busca de la paz se trata, puesto que los propósitos que existen en el desarrollo de esta labor, es tratar de aportar de forma humilde y con el conocimiento y experiencia adquiridos, dar voz a las necesidades de las comunidades del sector rural. Como según lo presenta Mandridejos y Salinas (2018) en su estudio “Nuevos territorios de paz. Aportes y recomendaciones para la territorialización de los acuerdos y la implementación de la reforma rural integral” la relación estado-sociedad debe buscar:



Universidad Nacional de La Plata
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Doctorado en Comunicación

...los modelos de gobernanza de esos planes territoriales que permitan avanzar hacia un nuevo relacionamiento entre institucionalidad y comunidades, sobre principios de dialogo social, gobernanza democrática y gestión transparente, y que garanticen el correcto cumplimiento de los acuerdos y el impulso de los consensos territoriales como estrategias de desarrollo y reconciliación en el largo plazo. (p. 26)

Lo que da muestra de que tanto somos comunicación con el otro y sus otredades, como con el entorno que percibimos y lo que viven los actores del conflicto, como las formas de relacionarnos y relacionarse, nosotros con ellos y ellos entre sí, que es necesario tener en cuenta variables como el territorio y la forma en cómo lo ven y lo viven, la democratización del acceso y la intervención en infraestructura, comercio, educación, participación, y ciencia y tecnología, que son los dispositivos que se tuvieron en cuenta en el primer punto del acuerdo de paz dentro de la Reforma Rural Integral, promoviendo algunas de las preguntas que me surgieron para este proceso de pensamiento, ¿cuáles son los papeles que juega la comunicación en la relación estado-sociedad en el marco del postacuerdo de paz, de cara a una nueva Colombia en el siglo XXI? ¿De qué modo influye la gestión de la comunicación en el desarrollo social de las comunidades agrarias de Colombia? Y por qué no la siguiente, ¿Cómo aportar desde la comunicación al trabajo de cambio en el marco del postacuerdo, con el fin de tener una Colombia más justa y equitativa?

3.1 El diseño de lo 'Por Venir'

En mi caso particular existen diversos propósitos como proponer nuevas formas de ver a las comunidades vinculadas a los temas rurales y elegí el sector agropecuario en Colombia, porque es uno de los de mayor impacto en la inequidad en una relación aproximada de 80 – 20, debido a que en casi todos los hogares rurales al menos existe un vacuno que sustenta la economía familiar directa o indirectamente, con lo cual en una primer instancia me acercaré a los pequeños campesinos, aquellos que no tienen el poder económico suficiente para ser escuchados y de allí tratar de ser la voz con la que a partir de publicaciones de resultados y análisis, en un segundo momento, se fomenten posibles sugerencias de cambios en la calidad de vida de las comunidades, al dilucidar nuevas formas de percibir y entender las construcciones de saberes y las relaciones de, para y con los campesinos colombianos de cara al posconflicto.



Universidad Nacional de La Plata
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Doctorado en Comunicación

Quizás los lectores se preguntarán porqué el campesinado vinculado con la producción agropecuaria, en las veredas circundantes de Facatativá, en la sabana bogotana y aún más que tiene que ver todo esto con el “desarrollo sostenible” y en un marco comunicacional. Esto se debe a las posibilidades de interrelación con esta población, pero aún más importante, cabe pensar, sí la comunicación de las políticas estatales, las relaciones y construcción de identidades alrededor de la comunicación emitida por el gobierno, o los imaginarios de los diversos actores sociales son disimiles e incluso es posible que no se alcancen cerca de la capital del país, en donde el conflicto ha sido relativamente sutil, se podrán imaginar cómo es la situación en las poblaciones alejadas de la misma.

Es allí donde surge la pregunta problema más inquietante: ¿cómo puede aportar la comunicación estratégica en la sensibilización, construcción de saberes y relaciones sociales que tienen las poblaciones rurales dentro del marco de la reforma rural integral propuesta por los acuerdos firmados por el gobierno de Juan Manuel Santos con las FARC en regiones cercanas a Bogotá, como aporte a un desarrollo sostenible, socialmente incluyente y de valor compartido entre los actores inherentes al progreso del campo colombiano?

Para ello la investigación ha tenido que contemplar propósitos como la necesidad de ver la forma de aportar desde el conocimiento al desarrollo de novedosas miradas de nuestro campo colombiano, buscando entender los desafíos y necesidades que deberemos afrontar de cara al “posconflicto”, señalando que el posconflicto hará alusión a “cero conflicto” en términos militares con respecto al grupo de las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARC E.P.), hecho que requiere reconocer un nuevo país desde los cambios que afectarán a las comunidades, su calidad de vida y la administración de recursos que será necesario revisar, para forjar un campo a un futuro algo distante con “desarrollo sostenible” y quizás sustentable para los próximos cincuenta años.

La importancia de que el campesinado colombiano sea visto como actor relacional y no solo racional, aparte de estar inmersos en las zonas de desarrollo rural, son directamente afectados por los procesos políticos, sociales y económicos con miras al perfeccionamiento de la cultura de valor compartido, entendiendo que todos debemos trabajar por un mejor entorno, por un nuevo país pero que sin la comunicación adecuada no será posible y esto generalmente ha sido causado en casi todas las zonas



Universidad Nacional de La Plata
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Doctorado en Comunicación

rurales, por la ausencia del Estado y el incumplimiento de sus labores para responder a las necesidades básicas de las comunidades.

...Por una parte, el desarrollo epistemológico metodológico constructivo, y por otra, el desarrollo de la cultura de la colaboración, interacción y articulación en los diversos sectores sociales. En este sentido, el desarrollo del segundo escenario enriquece al primero, y la tesis del cambio en el proceso civilizatorio y la centralidad... (Galindo, J., 2014)

Dentro del contexto del posconflicto que se está evidenciando en Colombia, en dónde entiendo que la gestión de la comunicación ha presentado pautas importantes en el desarrollo social de las comunidades agrarias de Colombia, inmersas en el contexto bélico durante los últimos sesenta años, es necesario entender y quizás reevaluar cómo son las relaciones entre el Estado-Sociedad (el campesinado y el emprendimiento de pequeñas y medianas empresas en el campo [PYMES]), como se evidencia en:

...se requiere sobremanera una política fiscal estatal que permita y promueva la sostenibilidad y sustentabilidad, tanto de las producciones como de los actores partícipes del sector, que propendan al fortalecimiento de los lineamientos de desarrollo del valor compartido a lo largo de las cadenas productivas, con miras a una nueva visión de cara a las próximas décadas, en busca de minimizar los riesgos para la producción cárnica bovina colombiana. (Archila, E., 2017)

Políticas que no son ajenas a los temas de comunicación y que, como posibles militantes investigadores, que dentro del contexto situacional de mi tesis aborda una propuesta referente al desarrollo de hacer investigación en el diálogo con aquellos campesinos de la sabana bogotana, productores del sector agropecuario, que se verán afectados ya sea de forma aparente positiva o negativamente, con la implementación de los aspectos que involucran El Acuerdo de Paz en Colombia. 2016. Acuerdo final para la terminación del conflicto y la construcción de una paz estable y duradera, en lo que refiere al primer punto de estos acuerdos que tiene que ver con la reforma rural integral, como se mencionó anteriormente.



3.2 Un acercamiento al campo colombiano

Sí como investigadores buscamos resolver preguntas problema, qué categorías, variables, temas, tópicos, en fin y así un sin número de conceptos que podrían generar confusión, habrían de revisarse en la investigación, sin lugar a duda algo como la responsabilidad social y es allí donde inicia la complejidad de la construcción y el diseño de los desafíos a revisar. Qué es la responsabilidad social, y qué entienden los actores de la investigación por responsabilidad social y cuando miramos por todos lados al igual que sucede con la comunicación social, la responsabilidad social está en todo.

Responsabilidad por las decisiones que tomamos, responsabilidad por las que no tomamos, responsabilidad social por hacer un mal manejo del medio ambiente, de la administración de los territorios, de las economías familiares, locales y regionales, como en el caso del campesinado en dónde cada espacio, zona geográfica y demografía, connotan tejidos y construcciones sociales que son atravesadas por elementos comunicacionales constantemente, y en donde son evidentes las necesidades de promover las voces y las posibles formas de implementar acciones que favorezcan la equidad, el reconocimiento de las comunidades y las interrelaciones de cara al nuevo mundo.

Con lo que según Roper Beltrán (2016):

El contexto político y económico en el cual han estado inmersos distintos países de América Latina, incluido Colombia, ha sido el elemento fundamental en el diseño de la institucionalidad rural. En ese sentido, la definición de los modelos de desarrollo rural ha sido respuesta a las transformaciones mundiales y a las dinámicas de economía global, las cuales pueden ser analizadas de acuerdo con los períodos históricos que anteceden la evolución y el estado actual de la institucionalidad para el sector. (p. 4)

Entonces, apareció el momento de pensar en conceptos como la hegemonía, la contra hegemonía, identidad y cultura popular; temas que transversalmente afectan las categorías de la investigación para darle continuidad al diseño de la investigación, temas e ideas que trabajar con elementos cercanos a la responsabilidad social. Dispositivos como Estado, Familia, Medios, que aunados a las dimensiones y formas de comunicación evidencian su asimetría, polifonía y resignificación constante.



Universidad Nacional de La Plata
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Doctorado en Comunicación

Ideas que se han analizado desde Gramsci y Bourdieu, pasando por De Certeau, hasta Martín Barbero y García Canclini, en dónde desde los modelos de producción económicos se han construido varios tejidos sociales que arribaron y se impregnaron en la cultura latinoamericana, tanto que a partir de las culturas subalternas de Gramsci, en términos de la dominación hegemónica de las clases dominantes al visualizarse jerarquías internas, la presencia de culturas populares y sentidos comunes desbordaron el escenario de los estudios culturales que han sido analizados y así mismo han examinado las ciencias humanas del último siglo.

El campesinado colombiano, no es ajeno a la construcción de tejido social y culturas populares de Colombia como sucede alrededor de Latinoamérica, es por ello necesario que los actores primarios del campo expresen su punto de vista respecto de la construcción del país, de cara al 'posconflicto', incluso cuando eso los haría "participes de las decisiones de estado", siendo parte esencial de la historia de los cambios actuales en el futuro. Pero para que ello se dé, es necesario construir la confianza e integración de los actores a través del perdón, la reconciliación, pero ante todo la comunicación.

Lo que da muestra en Arriagada et al., (2003) quienes indican que la construcción de redes, relacionamientos y actitudes de confianza deben de construirse con base en los capitales socioculturales, partiendo evidentemente desde el individuo como eje social. Con esto se conseguirá entender propicia e incluso fortalece el detrimento y la deconstrucción del tejido social de una comunidad.

3.3 Comunicación y sus estrategias para co-construir

La disertación y presentación de los conceptos en torno al desarrollo social y el desarrollo sostenible, su relación con la comunicación como eje de construcción de los tejidos sociales y la cultura del campo colombiano. Se establecieron diferencias entre las percepciones de los conceptos y se analizaron los conceptos desde la relación Estado - Sociedad.

Es por esto que para la investigación, autores como Fals Borda al hablar en el marco de las tensiones, en el sentido de lo holístico participativo o Catherine Walsh con un texto sobre la



Universidad Nacional de La Plata
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Doctorado en Comunicación

institucionalidad y el entendimiento de las transformaciones sociales, los actores emergentes, la pluriversalidad, entre muchos otros conceptos, hacen que se observe la comunicación no desde la hegemonía del poder sino desde la cotidianidad de los actores más simples (entendiendo lo simple como los más afectados en una cadena de poco acceso al poder).

Todo esto hace entrever, que lo importante de las investigaciones y su implicación en el orden social, deben ser investigaciones que propendan por el entendimiento y la aceptación de las diversas posturas, en donde la cultura popular ejerce tensiones a las que ninguna comunidad es ajena en el desarrollo de las relaciones de comunicación en la cultura; que puedan emerger a partir de los contextos sociales, ambientales y por qué no económicos, puesto que ningún ser humano es ajeno a los entornos de la globalización y como es el caso de las zonas rurales de la sabana bogotana, también forman parte del mundo actual.

Mundo en el que conceptos como estrategia, desarrollo sostenible, 'posconflicto' y la situación de la comunicación alrededor de los mismos, juega un papel fundamental de cara a los próximos años y el futuro de Colombia, y se convierten en los conceptos sensibilizadores a explorar.

Y cómo no tener presente a Boaventura de Sousa, que, con elementos desde la ecología de saberes, me permitió entender que todo ejercicio colaborativo es mucho más significativo, que la formulación de verdades y posturas unilaterales, que no dan visibilidad real a las necesidades del país, cuando se plantean temas que afectan el desarrollo sostenible que es transversal a toda la sociedad.

Punto que nos lleva a pensar en un reconocido teórico latinoamericano como Jesús Martín Barbero quien propone que el poder de la audiencia y su papel estratégico en la configuración de su propio mundo es a lo que él llama las mediaciones, y la pregunta es por qué es relevante para ésta investigación, y la respuesta resuena como un vibrar de sensaciones que surcaron los caminos de la cultura latinoamericana en la década de los 80, puesto que este exponente latinoamericano rompe con los esquemas de análisis dominación-dominados, para propiciar los posibles encuentros en la cultura popular y el discurso que los medios de comunicación puedan realizar, lo que de cara al posconflicto es el promover espacios de reconocimiento entre el Estado y las comunidades rurales, en particular las vinculadas con la sabana bogotana y que forman parte de las minorías de la producción bovina colombiana.



Universidad Nacional de La Plata
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Doctorado en Comunicación

Cambiar de los entornos positivistas y hegemónicos de las formas de hacer investigación, para tratar de tener una visión de los objetos de forma holística y con la rigurosidad necesaria, entendiendo que nuestros contextos siendo latinoamericanos y como parte del mundo occidental, no significan que debamos limitarnos a visualizarlos como estadounidenses o europeos, lo que debemos es mostrar que nuestros contextos son igual de significativos e incluso podría decirse que con un alto grado de complejidad aún inexplorado.

Finalmente, con todos estos elementos solo nos queda concluir, que se podrán proponer a partir de las experiencias y los hechos, analizar los nuevos escenarios sobre los retos estratégicos de la comunicación de cara al postacuerdo, en el que la comunicación tenga un alto grado de relevancia en la construcción del desarrollo social y de la nueva ruralidad en el campo, en los contextos de paz y equidad que promueven los acuerdos de paz con un nuevo actor de la política, en el marco de las culturas populares, su construcción de tejido social y las posturas económicas que puedan ser transversales al fenómeno del siglo XXI en Colombia.



4. El Desarrollo Social y Rural: La Reforma Rural Integral Propuesta.

La revisión de los elementos y necesidades que las voces “sin voz” no pueden expresar, dan pauta a una introspección de las necesidades que los actores del proceso requieren, para analizar una propuesta de acción mediada por la comunicación y que de forma estratégica y que forjen el camino de cambio para nuestros entornos latinoamericanos.

Este es el caso de los elementos que nos aporta el marco de la Reforma Rural Integral propuesta en dentro de los acuerdos de paz firmados con las FARC en diciembre del 2016, un contexto que envuelve lo que se podría denominar como el camino de cambio hacia un nuevo campo colombiano, y que pretende darle cabida a todos los actores de la cadena productiva, por lo que la comunicación no solo forma parte de los papeles fundamentales, sino que se convierte en un eje o pilar de desarrollo, para la co-construcción de los saberes y la redefinición de los nuevos sentidos culturales que afloran de cara las nuevas realidades del campesinado colombiano.

4.1 Concepciones y Miradas Hegemónicas de lo Rural

Este subcapítulo da muestra de las miradas institucionalizadas acerca de los conceptos sensibilizadores y su relación con el acuerdo de paz firmado. Se describirán los modos de legitimación y distribución hegemónicos. Se problematizará a la relación Estado-Comunidades Rurales, las necesidades de comunicación y la construcción de tejidos sociales en el escenario del post acuerdo.

Desde la mirada hegemónica estatal colombiana, buscar pensar que los acuerdos de paz y por ende la Reforma Rural Integral son el inicio de la reconstrucción de los saberes y sentidos del campesinado, quizás no sea tan desacertado, sin embargo, esta reforma pretende buscar el aclarar la propiedad de los títulos de tierra que por décadas han sido parte esencial del escenario de violencia que ha afrontado el país suramericano.



Universidad Nacional de La Plata
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Doctorado en Comunicación

Según los estamentos estatales, los acuerdos no cuestionan ni el desarrollo agroindustrial, como tampoco la propiedad en relación de los terrenos, pero realmente quienes han estado al frente de varios de esos territorios, han sido quienes hoy denominamos “las voces sin voz”, porque son ellos quienes han debido afrontar los frentes de violencia e inseguridad ocasionados por los actores del conflicto armado.

El poder dar claridad a estos entornos territoriales, forjaran una base para dar el marco real del desarrollo económico de las regiones y que, visto desde la comunicación, se convierten no solo en terrenos sino en canales, como lo veremos más adelante, debido precisamente a ser el entorno de la construcción de los saberes y sentidos sociales de los campesinos a lo largo y ancho del territorio colombiano.

En los acuerdos firmados, el concepto de territorio se visibiliza como un eje central de discusión, más por el poderío ejercido desde lo hegemónico, que por el contexto de desarrollo en el que allí se debería entender. Minimizar la brecha de pobreza y de desigualdades sociales, implícitas desde hace décadas y porque no decirlo desde hace siglos, son un elemento clave del entendimiento de los escenarios de co-construcción de los saberes y sentidos, y para ello la idea es proponer desde una mirada estratégica de la comunicación elementos que den viabilidad a cambios sociales, ojalá reales, que den pauta de los nuevos escenarios de las comunidades.

En estos sentidos la economía campesina, debe contemplar los aspectos de intervención en infraestructura, comercio, educación, participación ciencia y tecnología; pero inmersos en todos ellos se encuentra la comunicación estratégica desde los ámbitos de los procesos comunicacionales, los canales de transmisión emisión-recepción de mensajes y claro los entornos de apropiación de saberes y sentidos de los campesinos.

Para ello el gobierno nacional pretende que 3 millones de hectáreas / metro² sean inembargables e inalienables⁵, para ello se están forjando los proyectos de 1) fondo de tierras, 2) formalización de los títulos de propiedad y 3) construcción de un catastro rural.

⁵ La no venta ni embargos de las propiedades permitiría que los territorios de los campesinados cobraran un escenario de enclave fundamental para la construcción de sus desarrollos socioculturales.



4.1.1 Proyectos Hegemónicos Estatales

4.1.1.1 Fondo de Tierras.

La democratización del acceso a la tierra y el uso de esta se ha convertido en uno de los principales obstáculos para el desarrollo de las comunidades y la apropiación de saberes, debido a las dificultades que los campesinados han debido afrontar en el marco de la violencia, pero aún más en el 'abandono' al que se han visto abocadas por el estado colombiano.

Las decisiones estatales, tomadas desde escritorios en escenarios urbanos, con un altísimo grado de desconocimiento de las zonas de desarrollo agrario, han sido una constante que incluso hoy día después de tantos avatares y sucesos, no han sido ejemplo para entender que, sin conocer los territorios, es imposible delimitar las acciones que propendan por una igualdad y acercamiento real a los contextos de las comunidades.

Esta omisión de los contextos territoriales, limitan la comunicación de forma impensable, pero es claro que esta situación se ha presentado ante la imposibilidad de llegar a los territorios con seguridad y tranquilidad, ejemplos como los de candidatos políticos, militares e incluso campesinos sin protección estatal, han debido afrontar situaciones delictivas, que han afectado el desarrollo social y cultural de las comunidades sin poder hacer uso de sus herramientas vitales de comunicación como las voces.

4.1.1.2 Formalización de los títulos de propiedad.

Se ha logrado determinar que el 60% de los títulos de tierras en diversas zonas de Colombia, son de carácter informal o por otro lado carecen de títulos de propiedad que permitan hacer valer los derechos de quienes habitan estos espacios.

Para ello el estado colombiano ha propuesto formalizar 7 millones de hectáreas / metro² como parte del proceso de restitución de tierras, lo que complejiza aún más los escenarios, debido a que ni el estado colombiano ni sus actores han logrado ponerse de acuerdo o quizás no quieran asumir el concepto de la



Universidad Nacional de La Plata
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Doctorado en Comunicación

jurisdicción agraria, por el tema de evitar la responsabilidad de los procesos que en esos terrenos se deban realizar, para la mejora de vida de la calidad de los campesinos y sus comunidades.

4.1.1.3 Catastro rural.

Aún más crítica y compleja es la postura estatal en relación con el cobro de impuestos como el Impuesto Predial Rural, como lo referencian Diaz, et.al (2013):

El impuesto predial unificado puede fomentar un uso maestrante de la tierra y promover una mejor asignación de recursos, sin embargo, las rentas provenientes de este impuesto están afectadas por el avalúo catastral y el nivel de las tarifas nominales, su evolución presenta problemas por factores económicos, políticos, geográficos e institucionales. En Colombia existen problemas como la desactualización de los catastros municipales y las bajas tasas de este impuesto. En nuestro país es el segundo ingreso fiscal y lo cobran los municipios donde existe alta concentración de la tierra en pocos propietarios y hay un manejo político de las normas. (p. 53-54)

Estos procesos de desigualdad y desconocimiento por parte de quienes son afectados, pero aún con mayor responsabilidad para quienes se aprovechan de esas condiciones, hace que el entorno complejo de la construcción de saberes y sentidos de las comunidades, fomenten un ambiente de desigualdad y desconfianza al promover estrategias tácticas y acciones que promuevan el desarrollo y la industrialización como un entorno cambiante y necesario para el agro colombiano.

Por esto el gobierno colombiano, promovió dentro de los acuerdos una meta de formalización del catastro colombiano rural para el año 2023 aproximadamente, dentro del marco de los tiempos de implementación de los acuerdos.

En estos contextos, es evidente que la economía campesina familiar y comunitaria, son uno de los escenarios y claro de los pilares a trabajar, no solo para erradicar la pobreza y las desigualdades sociales, sino que se convertirían en el escenario de crecimiento de las comunidades campesinas de una manera equitativa y progresiva, de hacerse de forma estructurada y contemplando a todos los actores de la cadena en un sentido igualitario y mancomunado.



Universidad Nacional de La Plata
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Doctorado en Comunicación

Y a esto se suma la frontera agraria medio ambiental, que se encuentra en contra del latifundio improductivo⁶, lo que conlleva a pensar un uso racional de los territorios mediante el ordenamiento territorial, promoviendo el reconocimiento de las reservas campesinas que por ya casi tres décadas han sido reconocidas mediante las leyes estatales, pero que no han sido cumplidas por el abandono estatal anteriormente mencionado, o peor aun propiciando el flagelo de la corrupción en los diversos niveles del estado y la sociedad.

4.1.2 Programas Especiales del Desarrollo Rural.

Con los enfoques territorial es como el marco de desarrollo de los saberes y sentidos de las comunidades campesinas, el estado ha visto la necesidad o el obstáculo, del cierre de 16 programas en aquellas subregiones en conflicto, lo que ha generado una alta incidencia de los índices de la pobreza de las zonas, en donde la presencia de las instituciones estatales han generado una menor presencia de las mismas (dando a entender el abandono del estado) y por lo cual las comunidades campesinas se han visto allegadas a las economías ilícitas, entornos que como meta y quizás obligación por parte del estado colombiano, deberá ser abordado desde los procesos de reconciliación y participación comunitaria con mayor reconocimiento.

Lo que permite formular parte del modelo comunicacional al entender que, sin la participación de las comunidades y sus líderes sociales, el desarrollo de la comunicación estratégica sería impensable, convirtiéndose en un escenario y la participación de los actores clave del proceso de desarrollo en el marco del 'postacuerdo de paz'.

4.1.3 Co-construcción del campo colombiano: Infraestructura, desarrollo, productividad y la formalización laboral.

En el marco de los procesos de crecimiento y desarrollo de las comunidades campesinas, los planes sectoriales del estado están buscando generar un impacto nacional, que compete y afecta de forma transversal y profunda a las comunidades, teniendo en cuenta que allí se promueven los desarrollos de las infraestructuras no solo de los escenarios campesinos, sino de la productividad económica de las regiones.

⁶ Territorios y propiedades de acaudalados y terratenientes, que poseen los territorios solo para satisfacer su hambre de avaricia y "poder".



Universidad Nacional de La Plata
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Doctorado en Comunicación

En estos contextos factores como la salud, la calidad de vida de los habitantes de las zonas, la educación de los campesinos y claro está el desarrollo adecuado de la asistencia técnica rural pertinente, forjan parte esencial de los canales de comunicación que son transversales a los procesos de desarrollo sociocultural, político y económico de las mismas, por lo que es necesario e indispensable vincularse de manera profunda como militantes de la investigación comunicativa en las comunidades a través de la construcción del dialogo y la confianza, que no se dará en un momento a otro, pero que se debe promover desde ya.

4.1.4 Seguridad alimentaria o seguridad en la co-construcción

El concepto de seguridad alimentaria es un tema que aún no muestra claridad de camino hacia un nuevo rumbo de las necesidades de las comunidades campesinas, teniendo en cuenta que es un factor que depende de los procesos anteriormente mencionados.

Sin embargo, la comunicación estratégica de los procesos y la co-construcción conjunta con los actores participes de las mismas es evidentemente crítico para el abordaje de nuevos rumbos y derroteros que tanto la relación estado-sociedad como los artífices de esta relación, deben propender por la construcción de escenarios que enmarquen no solo los elementos de orden económico dentro del proceso de la construcción de familias con mayor calidad de vida, sino que deben buscar el relacionamiento profundo de diálogos de saberes y sentidos que fomenten el desarrollo del campo colombiano.

Es allí donde la comunicación estratégica entra en el escenario como un enclave fundamental, convirtiéndose en un proceso fundamental de alcance sin precedentes.

4.1.5 Desafíos de la co-construcción en el marco comunicacional

La consecución de los recursos y el desarrollo temporo-espacial de los procesos ya enmarcados y enunciados, forman parte de las necesidades de entender como la comunicación jugará el papel preponderante que sin dilación deberá afrontar desde los diferentes actores, aspectos, procesos y perspectivas.



Universidad Nacional de La Plata
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Doctorado en Comunicación

La conjunción de diversidades y formas de apropiación de los entornos comunicacionales, han dado muestra de la necesidad de promover cambios que afectarán positiva o negativamente el desarrollo de las comunidades como parte del proceso de crecimiento que las mismas han buscado por décadas, esto sin mencionar que ha sido una de las constantes dificultades que las comunidades latinoamericanas han debido afrontar en procesos similares pero distintos en sus complejidades de apropiación sociocultural, política y demográficamente, sin dejar de lado las relaciones de estado- sociedad e incluso poder hegemónico-comunidades en desarrollo.

La aparición de la industria privada como actor que provee los recursos para el desarrollo del campo colombiano, alista un paquete tributario especial, en donde la comunicación de reglas claras que brinden acceso a las familias campesinas al uso de los mimos, deberá ser uno de los frentes en los que la comunicación estratégica se vincule de forma activa y profunda, promoviendo los escenarios de dialogo y co-construcción de la confianza necesaria, para lograr que los saberes y sentidos se redimensionen y fortalezcan en el marco de las relaciones que van a forjarse.

Es así como, no solo se verán afectadas las comunidades campesinas o agropecuarias, sino que el uso adecuado de la tierra, reconociendo y reaprehendiendo los entornos de los saberes y sentidos de los campesinos, será un factor del uso adecuado de los territorios, como escenarios de esta co-construcción de los saberes milenarios que han antecedido a los pobladores actuales, pero que forman parte del profundo campo de la comunicación y la confianza.

Pero de donde su darán las reglas claras, del fondo de tierras, o de la reconciliación de los actores, y estas tierras para construir estos nuevos escenarios, serán parte de la reconciliación con los actores del conflicto que por décadas ha flagelado al campesinado, es aún un camino incierto por descubrir y que debemos revisar con calma y paso a paso, para visibilizar de mejor manera, cuáles son los entornos de acción a trabajar comunicacional y estratégicamente.

En ese marco, el estado colombiano se convierte en un actor fundamental, al ser incluso uno de los posibles compradores de tierras, pero al mismo tiempo deberá recuperar aquellos terrenos usurpados por los privados colombianos, como parte del proceso de titulación y catastro que forma parte de los escenarios de construcción de saberes e identidades.



Universidad Nacional de La Plata
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Doctorado en Comunicación

Por otra parte, la extinción de dominio por actividades ilegales, deberá ser una prioridad de la construcción de diálogos y confianza entre el estado-sociedad, debido a que los mensajes de transparencia y abolición de la corrupción, son uno de los enclaves esenciales en el forjamiento de los procesos comunicacionales y a estos fenómenos se suma la expropiación con indemnización, pero que en el marco del deber ser y no por elementos de corrupción posible, para fortalecer los aspectos de acortar y posiblemente eliminar la brecha de pobreza mejorando la calidad de vida del campesinado, por un interés público aunado a los temas de improductividad de los territorios, para fortalecer tanto la economía campesina como la economía nacional que existen desde varias décadas y en donde el proceso de improductividad es difícil de determinar en el camino de un nuevo campo colombiano.

En un aspecto adyacente, es pertinente revisar la redefinición de las reservas forestales, como parte del mismo proceso de titulación y catastro rural, para formalizar el uso de los territorios, y que en los marcos comunicacionales se convierten en el canal de construcción de las sociedades campesinas, sumado al proceso de posibles donaciones como parte del proceso de aportes del postacuerdo que algunos privados y/o el estado puedan aportar, aunque sea un factor poco favorable al poderse vincular con posibles flagelos que se están tratando de eliminar como la corrupción y los escenarios de factores ilícitos.

En este contexto, la comunicación estratégica se fundamenta y vincula como pilar transversal y vertical en los escenarios de las construcciones de sentidos, saberes, procesos, canales y claridad de los mensajes que todos los latinoamericanos deseamos de cambios de cara al nuevo campo colombiano.

4.1.6 Teorías de los marcos comunicacionales tradicionales de cara a la co-construcción

El entendimiento del desarrollo temporo-espacial de los pensamientos ya enmarcados y enunciados, forman parte del entendimiento de la comunicación en sus diversos enfoques que han sido acuñados desde hace más de medio siglo, en el que los pensadores de la comunicación han propuesto estructuras y componentes detallados de la comunicación, sus procesos y perspectivas de cada momento.

La aproximación y apropiación de estos entornos comunicacionales, han dado también muestra de la necesidad de formar cambios para el desarrollo de las comunidades como parte del proceso de evolución de los tiempos, pero que visiblemente han sido una de las constantes dificultades que las



Universidad Nacional de La Plata
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Doctorado en Comunicación

comunidades latinoamericanas han debido afrontar en sus entornos y la co-construcción de procesos de apropiación sociocultural, política, económica y demográficamente hablando, en donde la relación o por qué no decir “relaciones” de estado- sociedad juegan un papel preponderante en el entendimiento del poder hegemónico estatal en el desarrollo de las acciones emisoras de información, desconociendo la principal variable, la sociedad directamente afectada y causa de este proceso de cambio, las comunidades en este caso agrarias.

Un pequeño y detallado análisis a las diversas posturas comunicacionales se hace imprescindible en este proceso de revisión, en el que, desde las escuelas europeas y americanas, pero en especial latinoamericanas, es necesario para poder abordar los posibles retos que la comunicación estratégica integradora deberá afrontar en el desarrollo de propuestas del pensamiento de las idiosincrasias del contexto suramericano como aporte al pensamiento transversal de la comunicación.

En este marco, la tabla de revisión de los pensadores que quizás abordan de manera más cercana los pensamientos comunicacionales (ver tabla 1), llevaron a identificar varios elementos y componentes que son esenciales para poder diseñar una propuesta de cara a la co-construcción e la paz en Colombia y en los estados latinoamericanos.

Sumado a la aparición de la industria privada como actor que provee los recursos para el desarrollo del campo colombiano, las posturas teóricas de la comunicación dan un marco de reglas claras que por las necesidades de cada contexto histórico y épocas de análisis, afrontan a la comunicación estratégica a la vinculación con actores, procesos y acciones, promoviendo los escenarios hegemónicos estatales o contrahegemónicos sociales con los que cada entorno forjó los saberes y sentidos en sus entornos, pero que no generan una co-construcción integrada de la comunicación para las necesidades de todos los partícipes de estas dinámicas.



Universidad Nacional de La Plata
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Doctorado en Comunicación

Tabla 1

Modelos teóricos comunicacionales, un camino de transición del siglo XX al siglo XXI

Modelo de Comunicación	Escuela	Fecha Aporte	Autor	Campo de diseño	Profesión / Conocimiento	Función	Campo de discusión	Características del Modelo	Imagen	URL Imagen
Maletzke	Alemana	1963	Gerhard Maletzke	Psicología de la comunicación	Doctor en Filosofía	Bidireccionalidad esporádica	Comunicación de masas	<ul style="list-style-type: none"> >Receptores activos >Imaginerías individuales >Emisores con Feedback esporádicos >Axiología comunitaria (Compulsión del público) 		https://image.jimcdn.com/app/cms/image/transf/dimension=666x1000;format=jpg/path/s0259e42c542895d/image/14396137ab182a5b/version/1452026214/image.jpg
Tuba de Schramm	Americana	1964 aprx	Wilbur Schramm	Multiplicidad de mensajes	Doctor en Literatura en la Universidad de Iowa	Unidireccional (De Emisión a Recepción)	Comunicación colectiva	<ul style="list-style-type: none"> >Acuña nuevos conceptos de la época (codificador, decodificador, input y output) >Enfoque en campos de experiencia del comunicador >Gestión de multiplicidad de mensajes >La selección de mensajes depende de los receptores >Proceso no lineal >Multiplicadores de información 		https://image.jimcdn.com/app/cms/image/transf/dimension=666x1000;format=jpg/path/s0259e42c542895d/image/1b242282ca9f839d3/version/1452025835/image.jpg
Modelo de Palo Alto	Americana	1984 Aprx	Miembros del "Colegio Invisible" / Escuela de Palo Alto Máximo Exponente Gregory Bateson	Comunicación como proceso social	Biólogo, Antropólogo y Zólogo	Modelo circular de interacciones	Ciencias Humanas	<ul style="list-style-type: none"> >Multidisciplinariedad de ciencias sociales y humanas >Proceso social de participación >Principios en la cibernética >Inicios de la integración de elementos y variables >Sentido de interacción >Tres niveles de comunicación (Denotativo, Metalingüístico y Meta comunicativo) 		https://image.jimcdn.com/app/cms/image/transf/none/path/s0259e42c542895d/image/15080d74dfdb7a32e/version/1452028048/image.jpg
Organismo Social	Latinoamericana	1993	Armand Mattelart & Michele Matterlart	Sociología de la Comunicación de Masas	Sociólogo - Pensador de la Comunicación	Unidireccional (De Emisión a Recepción)	Comunicación de masas	<ul style="list-style-type: none"> >Sociedad de masas >Libertad de prensa >Nuevas formas de sugestión >Gestión de medios de comunicación >La significación de los individuos en la sociedad de masas 		https://www.mindomo.com/fr/mindmap/historia-de-la-comunicacion-armand-mattelart-michele-matterlart-69a0e00a16545dc9799e4abf1e98065
Medios a mediaciones	Latinoamericana	2003	Jesús Martín Barbero	Procesos de la comunicación	Periodista y científico social	Bidireccionalidad esporádica	Comunicación popular	<ul style="list-style-type: none"> >Receptores de la comunicación >Relación cultura-comunicación >Medios como forjadores de procesos de comunicación >Formación social y productos comunicativos 		https://www.tumblr.com/comunicacionhoy/126874573641/el-mapa-de-las-mediaciones-de-jesus-martin-barbero
Consumo Comunicacional	Latinoamericana	2009	Néstor García Canclini	Consumo de la comunicación	Doctor en Filosofía	Modelo circular de interacciones	Comunicación y desarrollo	<ul style="list-style-type: none"> >Consumo y lugares de reproducción >Apropiación del producto social >Diferenciación social y distinción simbólica >Integración y comunicación >Objetivación de los deseos >Procesos rituales 		https://www.mindmeister.com/es/11948400/modulos-ser-n-garcia-canclini?fullscreen=1

Nota: Elaboración propia con análisis de las posturas teóricas relacionadas con modelos que se aproximan de forma más cercana a la comunicación estratégica integradora.



Universidad Nacional de La Plata
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Doctorado en Comunicación

Cabe resaltar que, en la revisión de modelos teóricos comunicacionales, los enfoques y campos de discusión que se logran acercar a una comunicación integral son parte de la comunicación de masas, la comunicación colectiva, las ciencias humanas desde una perspectiva general, la comunicación popular y claro la comunicación para el desarrollo, no obstante, todas estas propuestas aun cuando abordan los componentes tradicionales de la comunicación, omiten de forma tajante pero no deliberada la relación estado-sociedad, pero infortunadamente desde una perspectiva en su mayoría casi unidireccional y desvinculante de las comunidades de cada propuesta.

Otro de los hallazgos, es que los pensamientos latinoamericanos, distan de forma profunda con los entendimientos de los procesos hegemónicos, y espero que el lector no me malinterprete, ya que no se trata de insinuar que no se visibilizan las relaciones entre el estado-sociedad, todo lo contrario, si se analizan, pero de forma particionada y en entornos que competen solo a ciencias sociales y humanas, desconociendo procesos estructurales que impactan el territorio, la economía familiar y de las comunidades rurales, los entendimientos unilaterales hegemonía y contrahegemonía, sumados a la construcción de saberes, tejidos sociales y la cultura popular.

Así mismo se pudo dilucidar, que las escuelas europeas y americanas⁷ tienen una especial revisión de elementos estructurales más cercanos a la comunicación organizacional y a la comunicación estratégica, sin embargo aún estas también distan de las necesidades de sus comunidades, debido a que se analizan desde perspectivas eminentemente procesales y estructuralistas de gestión, en las que los métodos y conocimientos de los aspectos humanistas, se alejan a tal punto de ver la comunicación como sistemas y no como tejidos de construcción en los que conviven las necesidades humanas con las realidades estructuralistas del estado.

Para dar una muestra, de los modelos exógenos a los procesos latinoamericanos, el que más se aproxima a un entorno de las necesidades de las comunidades, es el conocido como modelo de Palo Alto⁸, que como características buscó: 1) Multidisciplinariedad de ciencias sociales y humanas, 2) Proceso social

⁷ Entiéndase americanas, como provenientes del norte del continente americano.

⁸ De la escuela americana de la comunicación, quienes en 1984 aproximadamente, llamados como "Miembros del Colegio Invisible" de la Escuela de Palo Alto, con su máximo exponente Gregory Bateson, plantearon su postura de comunicación como proceso social, un modelo circular de interacciones, en el marco de las ciencias humanas.



Universidad Nacional de La Plata
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Doctorado en Comunicación

de participación, 3) Principios en la cibernética, 4) Inicios de la integración de elementos y variables, 5) Sentido de interacción, 6) Tres niveles de comunicación (Denotativo, Metalingüístico y Meta comunicativo.

Como se puede observar en esta descripción de sus características, aunque se conformó por expertos multidisciplinarios esta postura, tendió a ser circular, pero sin lograr vincular a las sociedades para la retroalimentación necesaria, para la co-construcción de tejidos y saberes en los marcos estructurales hegemónicos.

Por otra parte, y no muy lejana de la postura americana, se encuentra el modelo de consumo comunicacional⁹, en el que se observan características como: 1) Consumo y lugares de reproducción de contenidos, 2) Apropiación del producto social, 3) Diferenciación social y distinción simbólica, 4) Integración y comunicación, 5) Objetivación de los deseos y 6) Procesos rituales, en el que nuevamente se alejan los elementos estructurales hegemónicos, lo que impide visibilizar la comunicación de una forma integral e integradora de los procesos de co-construcción.

Nuevamente el reconocimiento y entendimiento de los actores y sus formas de percibir las relaciones, los entornos de los saberes y los sentidos de estos son un factor esencial para la re co-construcción de los saberes milenarios que han antecedido a las comunidades actuales, en pro del forjar la confianza necesaria para una comunicación integradora estratégica del campo latinoamericano.

Por ende, las construcciones de sentidos, saberes, procesos, canales y claridad de los mensajes que todos los latinoamericanos deseamos de cambios de cara al nuevo campo colombiano, dan la relevancia a las necesidades de propender por una comunicación estratégica que pueda cimentar las bases de esos vínculos, apalancándose como pilar transversal y vertical en los escenarios de co-construcciones de cara a los años por venir.

⁹ Modelo latinoamericano propuesto por Néstor García Canclini, en el que el consumo de la comunicación es observado como un modelo circular de interacciones, en el que priman los consumos de contenidos y procesos de construcción de este, para la comunicación y desarrollo de comunidades.



4.2 Contexto de paz: los retos supuestos para la comunicación y el desarrollo social colombiano.

El no cometer los errores del pasado, son elementos básicos que nos invitan a identificar los paralelismos y diferencias con momentos históricos que implicaron los puntos de quiebre y la generación de los problemas rurales. En este tejido es posible pensar a la comunicación estratégica como eje de la co-construcción de paz en el marco del postacuerdo, desde el desarrollo social, la transformación social y el valor compartido.

Cuando se revisan los diversos procesos de paz que se han sumado a la larga historia de fallidos alcances en el proceso de repensar las dinámicas sociales y construcciones de identidades y saberes, se podría pensar en cinco pasos básicos, para el direccionamiento de lo que podría estructurarse para el postconflicto, en ese marco los cinco pasos son:

- 1) Lograr la firma de acuerdo que beneficie en todos los aspectos a los diversos actores del proceso y que contribuyan al sostenimiento y la sustentabilidad de los entornos no solo económicos, sino también ambientales y sociales del nuevo marco de acción.
- 2) La focalización de acciones puntuales en zonas afectadas por la violencia más profunda, para ello es esencial revisar las necesidades de las comunidades, y de manera multidisciplinaria, identificar planes y zonas piloto de acción co-constructoras.
- 3) La validación de los acuerdos por parte de las comunidades rurales y urbanas, que fortalezcan la construcción de imaginarios de confianza sólidos en la relación estado-sociedad.
- 4) Lograr formalizar esas validaciones en los marcos legales del estado para promover la legalidad de las acciones a realizar en los diversos programas y proyectos que propendan por la conjunción de acciones interinstitucionales y comunitarias para diseñar los escenarios de participación de todos los actores del proceso.
- 5) Y finalmente, la confirmación del cese de acciones que desfavorezcan o incentiven la violencia nuevamente, dentro de los entornos de co-construcción del campo colombiano.



Universidad Nacional de La Plata
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Doctorado en Comunicación

En ese marco, lo primero que podemos pensar es sí realmente es un escenario de postconflicto o un postacuerdo de paz, teniendo en cuenta que la reforma rural integral es solo un punto de los acuerdos con uno de los grupos armados, que actualmente se ha visto en el país suramericano, grupo con el cual ya se habían intentado acercamientos e incluso iniciado conversaciones algunos años atrás y que quebró significativamente el proceso de confianza en la relación Estado-FARC-Sociedad.

Es entonces clave pensar, ¿se siguen cometiendo los errores del pasado? Quizás lo importante de este proceso es poder generar enclaves fundamentales que permitan delimitar lo que podría ser un contexto de co-construcción, incluso si de alguna forma fallan los actores al cumplimiento de los acuerdos pactados.

Un seguimiento al conflicto que propició parte de esta investigación, según Ávila, A. y Valencia, L. (2016) ...la idea de triunfo militar y político de las FARC y los altos costos de la seguridad democrática del gobierno de Santos, forjaron la coyuntura y el entorno propicio para iniciar las conversaciones con el grupo armado más relevante de las últimas décadas en Colombia, por lo que se utilizó este marco para entender los retos y necesidades de abordaje del proceso comunicacional.

Y teniendo en cuenta que con más de 15 intentos de negociación con diversos grupos al margen de la ley, en las últimas décadas como las negociaciones con el Movimiento 19 de abril (M-19), la Unión Patriótica (UP), las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARC), el Ejército Popular de Liberación (EPL), las autodefensas, y varios otros con los que se ha tratado de negociar, dejan evidencia clara de que la falta de trabajo en el postacuerdo con varios de estos grupos, se han percibido varios ejemplos históricos del porqué no han sido exitosos.

En los últimos 50 años aproximadamente, se ha visibilizado el dominio de grupos externos al estado, que han sido los dominantes en las zonas del campesinado colombiano, remarcando el abandono y poca acción por parte del estado colombiano, han dado pauta importante para una intervención paulatina y constante en cerca de 600 municipios en zonas rurales afectadas por el flagelo de la violencia, en la que los departamentos más afectados han sido Cauca (38 municipios), Nariño (37 municipios), Antioquia (26 municipios) y Chocó (26 municipios) de los 281 municipios con mayor incidencia del problema y que en



Universidad Nacional de La Plata
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Doctorado en Comunicación

Cundinamarca por su cercanía a Bogotá se seleccionó a Facatativá como uno de los cuatro municipios impactados por el fenómeno de violencia, y que impactan directamente en los procesos de co-construcción de saberes e identidades de las comunidades de cada uno de ellos; es por esto que la intervención debe estar permeada por la comunicación estratégica de los procesos de aprendizaje y claro cuando hablo de la comunicación no solo es la planeación sino la intervención de diversos modelos de comunicación que han sido exitosos, cada uno en sus campos de acción como la comunicación comunitaria, la de desarrollo, la de educación y un sin número de ejercicios que cabe resaltar, pero en este proceso no nos alcanzarían las palabras para documentar sus resultados exitosos.

En este cerco, la construcción del estado conjunto, la generación de mercados y comercios legales, y la estructuración de una institucionalidad de confianza, son elementos fundamentales para el desarrollo de las comunidades, y por ende es allí donde los procesos comunicacionales de orden estratégico toman prioridad, en una primera instancia para lograr la clasificación de las necesidades, capacidades y posibilidades de la construcción de una paz sostenida en Colombia.

Y todo esto inicia con el desconocimiento de los actores del escenario rural, no solamente el desconocimiento entre estado y grupos armados, sino aún más complejo, el desconocimiento de estos actores de las comunidades y el campesinado colombiano que, sin tener la posibilidad de defenderse, han debido ser partícipes y víctimas de todo el contexto bélico histórico, que se ha vivenciado en el país.

Cuando lo percibimos desde la comunicación estratégica, la observancia de 1) los grupos de interés, 2) el territorio como escenario de desarrollo de los procesos comunicacionales, 3) las comunidades campesinas y sus líderes como parte del proceso de construcción de saberes e identidades, 4) la responsabilidad social de todos los actores del proceso de co-construcción en busca de un desarrollo sostenible y sustentable y 5) el análisis de economías como la familiar, legales e ilegales, hacen que sean enclaves fundamentales del proceso del cambio que se busca estructurar.

Es por esto por lo que, con el apoyo de entidades internacionales y la conjunción de esfuerzos con actores nacionales, se ha logrado identificar que existen los siguientes elementos básicos como parte del entendimiento comunicacional estratégico de los fenómenos de co-construcción.



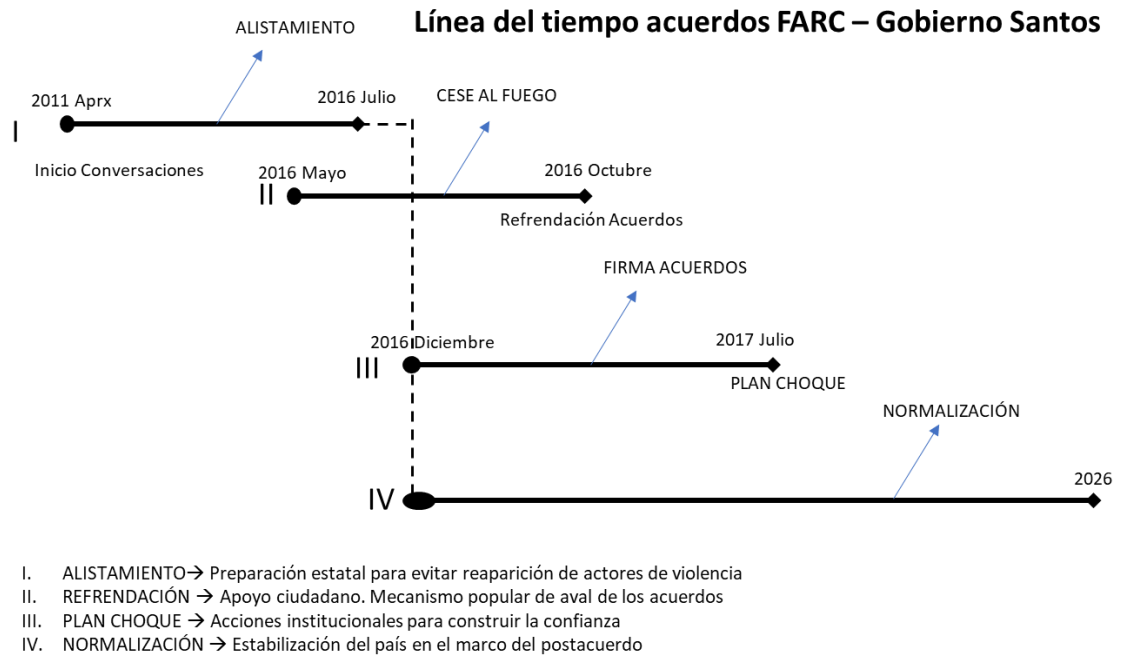
Para poder dar un camino de finalización a los conflictos, se debe realizar una medición certera en:

- Las transformaciones institucionales
- El desarrollo social (Economía - Medio Ambiente – Sociedad)
- La Inclusión como eje de transformación
- Garantías democráticas - en la reconstrucción de la confianza Estado-Grupos Armados - Sociedad
- Reconciliación – A profundidad y a conciencia de la construcción de perdones y reparaciones
- La construcción de una nueva cultura política y democrática

Para entender estos aspectos diseñé esta línea de tiempo (Ver figura 1) que nos permita entender el proceso de paz con las FARC, en el marco de las etapas que podrían correlacionar, los elementos esenciales de la comunicación estratégica como base del cambio y transformación del entorno.

Figura 1

Línea tiempo proceso de paz acuerdos FARC – Gobierno Santos



Nota: Elaboración propia con información histórica de los acontecimientos relevantes en procesos de paz en Colombia.



Universidad Nacional de La Plata
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Doctorado en Comunicación

Sin embargo, estos procesos se han visto afectados por el incumplimiento de partes del proceso que desvirtúan la construcción de la confianza y el desarrollo adecuado de los entornos de co-construcción de las comunidades y los procesos comunicacionales, al no tener elementos claros de acción en estrategias, tácticas y acciones que promuevan el dialogo, la identificación y reconocimiento de los saberes y la aceptación de los sentidos de los actores de forma conjunta.

Uno de las grandes frustraciones del proceso, que lo ha llevado a su parcial fracaso, fue la no aceptación del gobierno de Juan Manuel Santos del resultado del plebiscito popular que no estuvo de acuerdo en la totalidad de los acuerdos firmados, y que conllevó al afianzamiento de posteriores frustraciones a la confianza de los diversos actores del proceso, esto debido al desconocimiento de la comunicación estratégica clara, concisa y transparente por parte del estado y del grupo con el que se realizó la negociación.

4.2.1 Transiciones a la democracia

Este ejercicio democrático que se realizó en octubre del 2016 generó una serie de escenarios posibles que como era de esperarse, dependían del apoyo de toda la sociedad colombiana. En estos aspectos el campesinado colombiano se vio inmerso en un proceso que no generó confianza, al ser nuevamente apartados de las decisiones estratégicas y que, por ende, estropeó en gran medida la aplicación e implementación de los acuerdos, debido a que las posibles alianzas que se promovieron de forma nacional, regional y localmente sobre la construcción de la paz, solo evidenciaron reconocimiento a las élites y entre las élites de la sociedad colombiana.

Nuevamente se profundizaron las Cicatrices de las brechas sociales, pero se obtuvieron marcos un poco más claros y detallados de los caminos a seguir para la construcción de las estructuras del nuevo campo colombiano. Varios marcos de los acuerdos, en relación con la Reforma Rural Integral aún hoy día siguen siendo parte del escenario político, económico y social que se persiguen y que se espera poder implementar como parte del desarrollo sostenible de la industrialización del campo, pero que en ese marco es necesario la participación de los actores del campesinado, para construir diálogos de forma estratégica que propendan por el fortalecimiento de la democracia colombiana.



4.2.2 La no confusión de la agenda del país con el desarrollo del campo

Los dos objetivos que se deben perseguir en el proceso de co-construcción, están enmarcados en la búsqueda de soluciones estructurales que minimicen el conflicto y quizás lo extingan, hasta lograr la restauración como punto partida a través de la participación política activa en el reconocimiento de los campesinados, lo que forjaría una alta posibilidad de un acceso equitativo e igualitario a la tierra y a la construcción de entornos industrializados.

Sin embargo, la falta de la profesionalización de los actores del campo ha dificultado el desarrollo, no solo por su no reconocimiento, sino porque el acceso a la educación, al trabajo digno y al reconocimiento de las labores del campo como ejes esenciales de la construcción de sus enclaves, han imposibilitado que las comunidades forjen y formen parte de una manera igualitaria al desarrollo sostenible del país.

El estado colombiano en este proceso, en términos generales ha pasado de marco en marco, pensando y repensando las formas de promover la equidad e igualdad para los habitantes de las zonas, pero no ha hecho uso adecuado de los canales y la construcción de los mensajes, que les permita forjar esas estrategias de afianzamiento y redimensionamiento de la confianza, por lo que en estos escenarios, el trabajar desde lo comunicacional se vuelve trascendental para el desarrollo de los cambios que se esperan alcanzar.

4.2.3 Niveles de acción institucional transitoria

Pretender intervenir una zona, no significa cambiar las creencias, saberes, sentidos e imaginarios de sus poblaciones, pero si se va a observar un cambio paulatino debido a los procesos de co-construcción que se abordaran en cada una de las zonas.

Cuando se involucran el estado y las diversas instituciones de este, en el marco de zonas alejadas a los centros administrativos que se encuentran en las ciudades principales, tiende a perderse o difuminarse



Universidad Nacional de La Plata
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Doctorado en Comunicación

en el proceso la implicación como seres humanos en el entendimiento de los demás; y claro los campesinos han sido uno de los grupos más alejados de estas vinculaciones.

Teniendo en cuenta estos procesos, el estado deberá contemplar mínimo dos niveles de intervención que serán por un lado de carácter nacional, para poder estructurar las estrategias del ámbito nacional; pero en un segundo nivel se deberán involucrar instituciones de orden territorial (estas últimas no solo regionales, sino locales e incluso de ser posible zonales) ya que dependiendo de los recursos con los que se cuenten y de las directrices nacionales, las fases de intervención deberán estar enmarcadas en la comunicación estratégica como eje central de los procesos de reconciliación, reconocimiento y reconstrucción de los saberes y sentidos de las comunidades de los territorios intervenidos.

Por esto es necesario primero realizar intervenciones multidisciplinares, que involucren los diversos campos, ciencias y disciplinas del conocimiento teniendo presente que la construcción de mensajes, canales, procesos y construcción de discursos forjarán en todos los ámbitos la esencia de esa co-construcción de saberes e identidades.

Estos niveles de intervención deberán ser alcanzados en cortos, medianos y largos plazos, para así poder consolidar y afianzar la confianza entre los actores de cada uno de los territorios, teniendo presente que el cambio del campo colombiano requiere de un proceso desafiante mediante una gran estrategia de reconciliación, en la que intervienen factores económicos, sociales y ambientales, que dinamizarán de formas distintas y complementarias al campesinado en sus hábitats.

4.2.3.1 Los entornos de las culturas, saberes e imaginarios.

Pretender conocer los lugares, zonas y territorios de los entornos de las culturas, saberes e imaginarios es imposible, pero acercarse a entender los entornos si es posible. En este proceso de acercamiento se enfrenta la realidad de los hábitats en donde se involucran factores como 1) los cultivos ilegales, 2) la minería ilegal y aún con mayor fuerza 3) las rees ilegales (quienes se han encargado de deprimir por la fuerza la construcción de las realidades del campesinado y otros actores del proceso).



Universidad Nacional de La Plata
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Doctorado en Comunicación

Estos factores son uno de los elementos que el estado colombiano deberá afrontar para estructurar posibles formas de control dentro de los marcos legales estatales, que les brinden a los campesinos la confianza pertinente en relación con sus labores y vivencias de sus territorios de desenvolvimiento, para con ello poder evitar posibles futuros focos de violencia.

Esto solo se logrará, cuando se implementen infraestructuras viales, que brinden espacios de orden laboral y adicionalmente que fortalezcan los canales de comercio para las zonas; en una segunda estrategia, y no menos importante, fortalecer la vinculación de los estamentos gubernamentales en las zonas para generar la integración política en la co-construcción de los entornos, y por ende un tercer estamento de vinculación de infraestructuras sociales que fortalezcan y promuevan los espacios de vivencia y consolidación de los saberes e identidades de las comunidades, mediante la apropiación del territorio como eje de su vinculación a las zonas.

El no tener estos elementos desarrollados, ha ocasionado la segregación social, no solo al apartarlos de sus territorios sino de sus apropiaciones culturales y la construcción constante de sus imaginarios e identidades que profundizan el marco de las brechas y Cicatrices de las comunidades en la relación estado-sociedad.

Para ello es pertinente que el estado se involucre en la co-construcción de lazos de confianza con la población, para integrar al campesinado a las decisiones estratégicas y sus ámbitos comunicacionales como parte del proceso constante del estado-nación.

4.2.3.2 Condiciones de agregación social – el reto de los entornos

Uno de los primeros factores que debemos comprender es la necesidad de la reinserción en zonas, donde el conflicto era un eje preponderante y que, con la cooperación de todos los actores, se puedan transformar en espacios de vinculación para el desarrollo de la sociedad y no de solo algunos actores que, por fuerza, consideran que deberían ser los “dueños” del territorio.



Universidad Nacional de La Plata
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Doctorado en Comunicación

Esta reinscripción, facilitará la edificación cultural de dinámicas rurales que propendan por el crecimiento del estado-nación en el marco de los ámbitos sociales, ambientales y económicos, pero que ante todo se forjarán con el uso estratégico de la comunicación en todos los enfoques de esta, porque será necesario y primordial la conjunción de todas las formas, herramientas y maneras de vinculación para la integración de las comunidades y sus entornos.

El segundo factor que en este marco del proceso que se analiza, es clave en relación con los procesos que con antelación se vivenciaron y afrontaron, y es la implementación de las estrategias enmarcadas en los acuerdos con las FARC. Como se mencionó con anterioridad, la base estructural que proveen los acuerdos para la base estructural desde todos los ámbitos posibles para propiciar escenarios para las comunidades rurales, se vuelve un eje de co-construcción de los saberes e identidades de estas y su relacionamiento con el estado en el afianzamiento de la confianza que propenda por el desarrollo sostenible, y claro la comunicación estratégica entra allí como un eje esencial de construcción del tejido social.

En Colombia, se han establecido 1.122 municipios a lo largo de los territorios nacionales y de estos 281 municipios han sido espacios de acción violenta, en los que las FARC estuvo inmerso en 242 conformando un 21,5685% y el ELN en 39 con un 3,4759% aproximadamente, cifras que no se han consolidado en su totalidad, debido a las dificultades de acceso a los territorios y que según la Fundación Paz y Reconciliación¹⁰, esos 242 municipios bajo el control de las FARC se ubican en 14 regiones del país en las que se ubica aproximadamente al 12% de la población del país, mientras que el ELN se ubica en 99 de los municipios en 7 regiones del territorio colombiano con gran incidencia en 4 de estas regiones.

Esta presencia se da en regiones alejadas de las grandes ciudades, lo que da muestra clara de presencias de violencia al no contar con participación clara del estado colombiano y en las que las economías agrícolas han sido marginalizadas de los circuitos económicos del país; todo en un marco

¹⁰ Una organización no gubernamental sin ánimo de lucro, con el propósito principal de generar conocimiento e intervención social, mediante la investigación y el análisis cualificado de la realidad en los ámbitos de seguridad; conflicto armado interno; postconflicto; criminalidad; gobernabilidad, gobernanza y democracia; derechos humanos; y conflictos asociados al desarrollo; para incidir en la opinión pública y ante tomadores de decisiones del orden institucional y privado, generando cambios y transformaciones que aporten a la construcción de la paz, la reconciliación nacional y el fortalecimiento de la democracia.



Universidad Nacional de La Plata
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Doctorado en Comunicación

diferente debido a las condiciones socioculturales, políticas económicas y geográficas profundizando las brechas que por décadas no han podido reconstruir las voces sin voz.

Estas dificultades no fueron ajenas a la investigación, teniendo en cuenta que el acceso a diversas zonas fue imposible de superar, pero que al mismo tiempo fueron un reto para poder identificar diálogos y poder conversar con algunos actores en la distancia, al menos para poder pensar los ámbitos comunicacionales que sean abordados dentro del marco de la implementación de los acuerdos.

4.3 Comunicación para el cambio social estratégico - Factores y mediciones de los entornos

Siempre he escuchado que la comunicación siendo parte de las ciencias sociales, no tiene marcos de referencia cuantitativo y sin embargo, al abordar esta pasión por el entendimiento de las diversas ciencias y disciplinas entendí que sin elementos y componentes de otros campos y ciencias del conocimiento, es imposible tratar de acercarnos a las versiones de la verdad y de las realidades de la humanidad, realidades que claro son también entornos en los que el campesinado colombiano se debe revisar.

Entrar a delimitar los componentes comunicacionales de los modelos, es imposible observándolos e implicándonos en uno o solo algunos de los aspectos, para con ello poder construir los diálogos y co-construir los entornos de manera que podamos integrar a todos los actores partícipes de la relación estado-sociedad-nación.

Y ese es uno de los componentes del por qué se han distanciado las instancias gubernamentales de las comunidades rurales, al no comprender los discursos que ambos sostienen, mientras que el estado dialoga con cifras y datos, tomando decisiones que son alejadas de las realidades de las zonas en las que las comunidades desarrollan sus labores y construyen sus saberes e identidades, gran parte de las comunidades se concentran en sus imaginarios y diálogos desde la perspectiva cualitativa del abordaje de estas y se genera con un ello un bloqueo, distorsión e incluso anulación de los unos con los otros, al no intentar integrar los factores desde todas las perspectivas posibles, sin desconocer que ambos saberes tanto los de las comunidades como los estatales son fundamentales para la co-construcción del nuevo campo colombiano.



Universidad Nacional de La Plata
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Doctorado en Comunicación

Por eso en esta propuesta de análisis, identifiqué algunos de los factores e indicadores a los que los ámbitos comunicacionales no son ajenos y en los que se pueda enmarcar el modelo de comunicación estratégica que alcance en lo posible a integrar todos los aspectos que fomenten el afianzamiento de la confianza y la reconciliación de los actores en pro de un país democrático e incluyente.

4.3.1 Geografías y dimensiones cuantitativas comunicacionales

Cuando de canales y ambientes entramos a identificar los elementos de la comunicación estratégica en el proceso de análisis, existen variables que se deben tener en cuenta en relación con la planeación y medición, valoración, evaluación y análisis de los entornos, para que podamos interpretar y abordar desde diversas perspectivas los fenómenos sociales.

“La carencia de infraestructura vial y de servicios, la poca disponibilidad de suelos para la actividad agrícola y la nula integración a los mercados nacionales o regionales, unida a la presencia precaria del Estado, favorece el establecimiento de cultivos ilícitos. Las regiones corresponden a las de mayor intensidad del conflicto armado”. (Echandía, Costilla 2012, citado por Ávila, A. y Valencia, L. 2016)

El no contar con vías de acceso que permitan repensar los abordajes de los saberes e identidades de las comunidades en el marco de un nuevo campo colombiano, permiten entender que se deben realizar diversos abordajes cualitativos y cuantitativos que fortalezcan las miradas de los entornos y con ello poder tratar de tener un acercamiento a las realidades de las mismas, al mismo tiempo que se vean lejanos de las miradas estatales, para tomar decisiones en el uso estratégico de los territorios y claro sumado esto a las necesidades de participación activa e incluyente en la economía nacional ocasionan que diversos factores intervengan en la observancia participativa de todos los actores.

4.3.1.1 Índice de ruralidad del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD)

Densidad demográfica y distancia a la capital de los departamentos, son dos de las variables que afrontan los habitantes del campesinado colombiano en el marco del desarrollo de la sostenibilidad y sustentabilidad de sus quehaceres cotidianos.

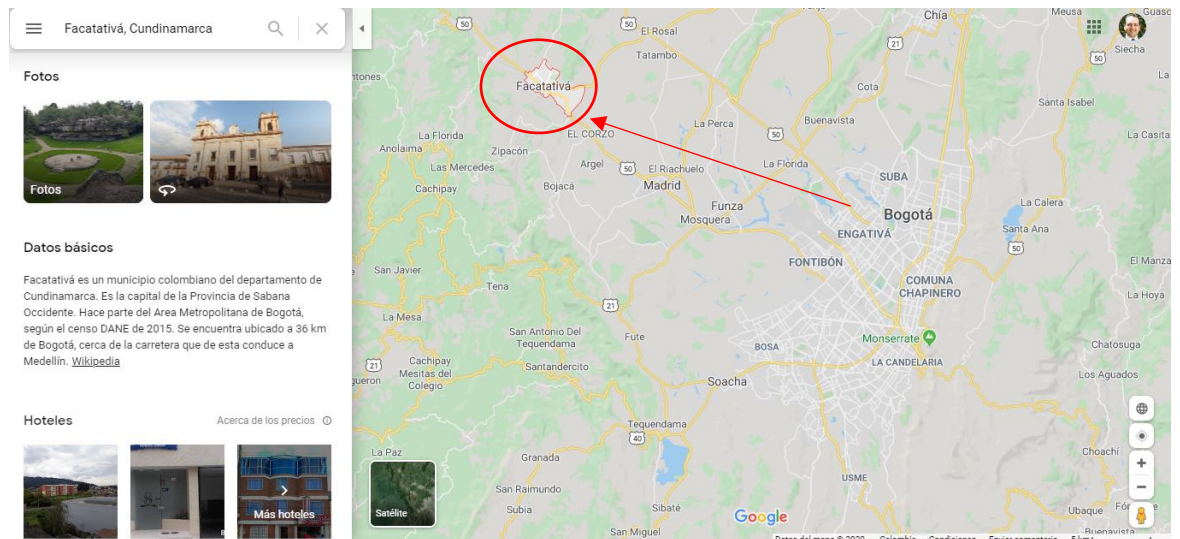


Universidad Nacional de La Plata
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Doctorado en Comunicación

Según el censo del 2015 del Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas (DANE), el municipio de Facatativá se encuentra ubicado a 36 kilómetros de la capital de Colombia, en el altiplano cundiboyacense en el departamento de Cundinamarca, y siendo una de las zonas cercanas a la ciudad, se logró identificar que el acceso por vía terrestre es benévolo, pero aun así la incomunicación de las directrices del estado es lejana a la comprensión del campesinado, debido a la falta de canales de comunicación apropiados para el abordaje de los cambios que se esperan alcanzar en los terrenos.

Figura 2

Mapa ubicación geográfica Bogotá D.C. en relación con zona de análisis Facatativá



Nota: Registro gráfico de la ubicación y datos socio demográficos de la población, ubicación del objeto de estudio de la investigación. Tomado de GoogleMaps 2020

Cabe pensar allí que, si en las poblaciones cercanas a la ciudad existen dificultades en los procesos comunicativos, ahora qué será de las regiones que con dificultades de acceso buscan ser tenidas en cuenta en el marco de la implementación de los acuerdos.

Según este indicador, el 75,5% de los municipios colombianos son de características rurales, adicionalmente que en ellos viven el 31,6% de la población del país y no como se determinó en el censo del 2005 el 25% de la población del país y quienes representan el 94,4% de la población total del territorio colombiano.



Universidad Nacional de La Plata
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Doctorado en Comunicación

Estas cifras nos indican la importancia de trabajar en la mejora de la calidad de vida y las variables de entendimiento de la investigación, al evidenciar que el porcentaje más amplio de colombianos realmente se encuentra vinculado a labores agrícolas y agropecuarias y que por ende es el eje central en el que la comunicación estratégica debe entrar a fortalecer los procesos de co-construcción de las realidades de la nación suramericana.

4.3.1.2 Vías terciarias – canales y/o formas de acceso

Las necesidades generales del campo colombiano, como parte de las necesidades de cambio e impacto social, ambiental y económicamente hablando, llevan a observar la importancia de trabajar en:

- 1) Pavimentación de las carreteras principales y secundarias.
- 2) Categorizar las debilidades de los municipios (Acceso a la información y comunicación estratégica en los frentes de implementación del cambio)
- 3) Establecimiento de los posibles riesgos por falta de acompañamiento e implementación adecuada de los acuerdos en relación con los ámbitos comunicacionales y la presencia estatal.

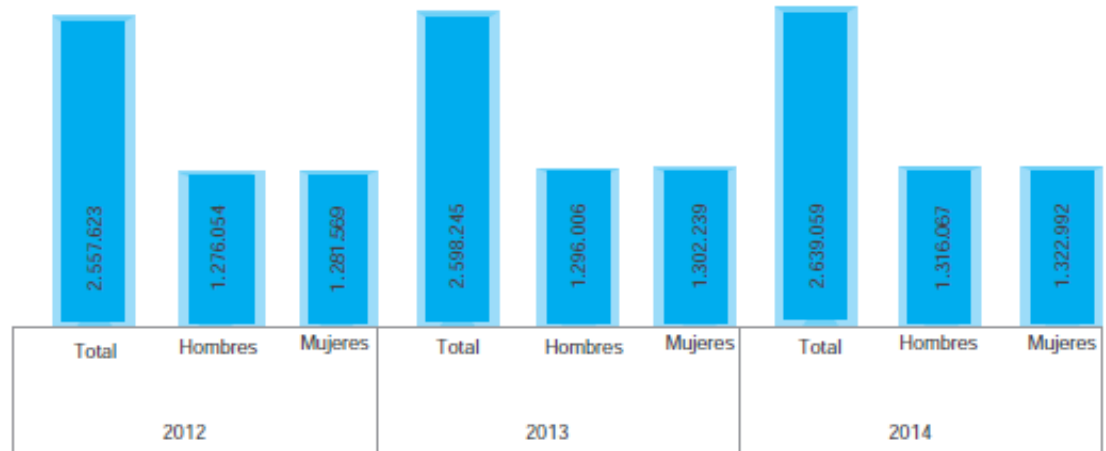
Según datos del DANE (ver figura 3), y en concordancia con los datos estadísticos de la gobernación de Cundinamarca, los municipios con mayor densidad poblacional al 2013 fueron Soacha con (488.995 personas, equivalentes al 18,82% de la población total del departamento), Fusagasugá (129.301), Facatativá (127.226), Chía (120.719) y Zipaquirá (118.267), que conjuntamente sumaron más del 37,9% de la población del departamento.

Lo que significa que con un 3er lugar en relación con la densidad poblacional Facatativá por las condiciones demográficas y de cercanía a la capital, permitía que fuese elegida objeto de estudio, para permitir tratar de acercarnos a las realidades del campesinado colombiano.



Figura 3

Población de Cundinamarca por género 2012-2014



Nota: Grafico con datos del Departamento Administrativo de Estadística Nacional de Colombia DANE, en relación con las características de la población en el departamento de Cundinamarca.

En cuanto a las vías terciarias¹¹ (ver figura 4), teniendo en cuenta que aproximadamente el 70 % del territorio cundinamarqués es de carácter rural, este departamento se ha desarrollado como uno de los principales productores agrícolas de la nación y por ende para las instancias gubernamentales ha sido prioritario el trabajo en sus vías de acceso debido a que es la conexión de los territorios alejados a los centros poblados y a los focos dinamizadores del mercado, lo que visto desde un contexto comunicacional busca forjar el cierre de brechas sociales, potenciar la conectividad, la inclusión productiva y el acceso a bienes y servicios públicos esenciales como salud y educación de esta población, favoreciendo el desarrollo integral del campo cundinamarqués.

4.3.2 Las necesidades básicas sociales y su enclave comunicacional

Para este factor de análisis, el índice de Necesidades Básicas Insatisfechas (Ver tabla 1) buscando establecer, con ayuda de algunos indicadores simples, si las necesidades básicas de la población se encuentran cubiertas.

¹¹ Red terciaria: son aquellas vías de acceso que unen las cabeceras municipales con sus veredas o unen veredas entre sí. Rehabilitación: reconstrucción de una infraestructura de transporte para devolverla al estado inicial para la cual fue construida (Ley 1682 del 2013. Ley de infraestructura).



Universidad Nacional de La Plata
 Facultad de Periodismo y Comunicación Social
 Doctorado en Comunicación

Factores principalmente relacionados con el hábitat y la calidad de vida en relación en este, son los elementos que se tienen presentes para poder establecer los límites de análisis de las necesidades sociales de las regiones.

Tabla 2

Necesidades Básicas Insatisfechas (NBI) - Censo Nacional de Población y Vivienda (CNPV) 2018

Necesidades Básicas Insatisfechas (NBI) Censo Nacional de Población y Vivienda (CNPV) 2018														
Colombia, Principales Indicadores CNPV 2018. Necesidades Básicas Insatisfechas (NBI) a nivel de centro poblado														
Código de departamento	Departamento	Código de municipio	Municipio	Clase	Código de centro poblado	Centro Poblado	Personas en Necesidades Básicas Insatisfechas por Categorías					Total personas en hogares		
25	Cundinamarca	25269	Facatativá	Cabecera municipal	25269000	FACATATIVÁ	3,60	0,27	0,22	0,11	1,40	1,02	1,17	123,075
25	Cundinamarca	25269	Facatativá	Rural Disperso	25269999	FACATATIVÁ	8,97	1,16	3,88	0,09	2,45	1,32	2,87	6,658

Fuente: DANE - Censo Nacional de Población y Vivienda (CNPV) 2018.

Nota: Tabla con datos del Departamento Administrativo de Estadística Nacional de Colombia DANE, en relación con las características de algunos de los posibles dispositivos objetos de la investigación.

En Facatativá, el Censo Nacional de Población y Vivienda (CNPV) 2018, arrojo datos de que las poblaciones de la cabecera municipal y los datos de las zonas rurales dispersas concentran un 12,57% de los pobladores con necesidades básicas insatisfechas; pero será que con estas mediciones es suficiente, considero que son inicio, pero no son el fin último.

Según el DANE, cerca de 130.000 habitantes aproximadamente de las zonas en mención, se relacionan directamente con el territorio, uno de los componentes de análisis que aborda la presente investigación, entendiendo que es un medio de construcción y transformación social, que con una mirada detallada, podría significar que las poblaciones al no contar con elementos claros de apropiación, conllevan elementos cruciales de procesos del cubrimiento básico que en calidad de vida buscan constantemente los campesinos de la zona objeto de estudio.

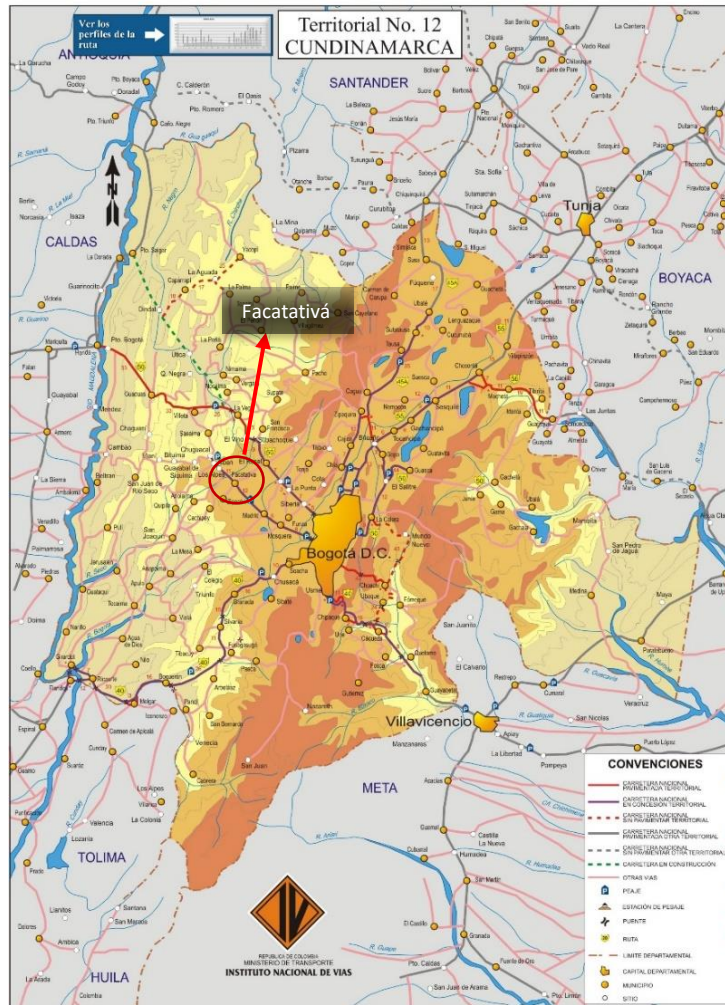
Si a esto se le suman los procesos de relacionamiento con los temas de acceso, no solo a temas básicos de educación, bancarización e incluso integración a las realidades sociopolíticas y culturales del país, el acceso a vías que permitan un mejor desplazamiento interno y al mismo tiempo de carácter



intermunicipal¹², con los cuáles poder propender por la construcción de los tejidos sociales en el marco de la construcción de la paz.

Figura 4

Vías terciarias de Cundinamarca



Nota: Mapa del Instituto Nacional de Vías de Colombia INVIAS, en relación con las características del territorio dispositivo de la investigación.

¹² Relacionamiento de corporaciones o grupos de personas integrado por un alcalde o intendente y varios concejales que se encargan de administrar y gobernar un municipio.



Universidad Nacional de La Plata
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Doctorado en Comunicación

Con el paso del proceso de implementación de los acuerdos, seguramente se irán estableciendo otro tipo de monitoreos que fortalezcan y contribuyan como aporte a los enclaves comunicacionales de las regiones en estos aspectos sociales.

4.3.3 Institucionalidad desde la perspectiva de la comunicación

Los factores de la necesidad de la presencia estatal en los entornos del campesinado colombiano para forjar los estamentos de confianza y co-construcción, nos llevan a revisar aspectos como el número de juzgados en justicia, el número de colegios para identificar el acceso a la educación y formación de la población, el número de hospitales y centros de salud que fortalezcan los planes de salud estatal en poblaciones campesinas y el número de bancos para el acceso al desarrollo económico de las poblaciones campesinas.

La ausencia estatal, ha permitido el espacio para que actores armados en las zonas asumieran el poder por décadas de conflicto (propiciando la dominación por la fuerza de dichas organizaciones), a lo que los campesinos con poco o nulo acceso a la educación, buscaran oportunidades para obtener beneficios económicos en la ilegalidad forjando así sentidos e identidades alejadas del contexto nacional y porque no latinoamericano.

En este sentido es mucho el esfuerzo conjunto que se debe emprender en el desarrollo de los marcos de la co-construcción del nuevo campo colombiano, debido entre estos aspectos también a la sumatoria de los privados en acaudalar riquezas, apelando a las desigualdades sociales que ocasionan el suplir las labores estatales, sin asumir con profunda responsabilidad, el deber de formar proyectos sostenibles y sustentables que se apalancan en la comunicación estratégica de las labores y procesos de consolidación de las comunidades en relacionamiento con sus entornos.

4.3.4 La incidencia de la violencia en la co-construcción de los saberes.

La presencia de grupos armados al margen de la ley, que han dominado por largos periodos de tiempo debido a la ausencia de los estamentos estatales, en zonas geográficas de difícil acceso, forjaron el escenario ideal para el desarrollo de economías ilegales y negocios como 1) la minería ilegal y 2) los cultivos ilícitos, que forman parte hoy día de los saberes e identidades de las comunidades campesinas.



Universidad Nacional de La Plata
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Doctorado en Comunicación

La minería ilegal se ha caracterizado por el fácil acceso al lavado de dinero y activos, que generan un proceso económico rentable en relación con la facilidad del menor esfuerzo, esto debido a la falta de claridad en la comunicación estratégica de las normas y acuerdos nacionales, regionales y locales, ya que no existe una política clara para el desarrollo del comercio que beneficie no solo al Estado, sino a las comunidades en general.

En estos sentidos, lo que se podría trabajar desde la comunicación son:

- 1) Empezar territorios focalizados en los que se forjen las construcciones de tejidos sociales.
- 2) Realizar tácticas y acciones puntuales de comunicación que sean de realización rápida para generar cambios a corto plazo.
- 3) Promover una alta visibilidad del trabajo con las comunidades campesinas, empezando con fortalecer los liderazgos sociales conjuntos.
- 4) Promover e incentivar un alto grado de medición a través de indicadores que monitoreen el impacto social y generen confianza en las comunidades que se adscriban a los proyectos.

Estas acciones conjuntas podrán forjar en un mediano plazo cambios originados desde los enclaves comunicacionales, teniendo como eje fundamental a la comunicación estratégica desde la planeación hasta la difusión y claro la retroalimentación de elementos que consoliden la estructura de diversos y complejos tejidos sociales.

4.3.5 Las claves de la comunicación estratégica en la co-construcción de tejidos sociales

Al implementar las acciones estratégicas en los entornos con el fin de propender por el cambio hacia el nuevo campo colombiano, se deberán tener muy presentes tres elementos fundamentales para el desarrollo de los enclaves. 1) La creación de la institucionalidad de transición, 2) Promoción de las nuevas formas de diálogos sociales y 3) Asignación presupuestal con transparencia y control.

4.3.5.1 Creación de institucionalidad de transición

Como guía del desarrollo social y la co-construcción de los tejidos sociales, es necesario generar planes, protocolos o guías que se vean alineados e involucrados en los planes nacionales, para que, desde estamentos estatales e internacionales, se aborden los marcos jurídicos transitorios para la implementación de los territorios piloto y en los que la comunicación juega ese papel como eje central de



Universidad Nacional de La Plata
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Doctorado en Comunicación

la co-construcción de saberes, imaginarios e identidades que consoliden la confianza que se ha visto perdida décadas atrás en la relación estado-sociedad.

Así mismo la asignación de recursos, pero también su uso enmarcado en las mediciones y controles para todos los actores del proceso, son clave del desarrollo y la potencialización de los entornos como escenarios de la estructuración de los tejidos sociales que han visto poco a poco como se han generado brechas y profundizado las cicatrices del abandono estatal, que en estos marcos deberán contemplar requisitos extraordinarios debido a las complejidades de los entornos del campesinado.

Y en este marco transitorio, la ayuda del apoyo de las organizaciones sin ánimo de lucro de carácter nacional e internacional, juegan un papel fiscalizador importante, pero al mismo tiempo con la ayuda de su experticia y experiencia, la co-construcción en los enclaves comunicacionales, son actores que fortalecen y consolidan los altos grados de confianza que se pretenden alcanzar.

4.3.5.2 Nueva reforma del dialogo social

Conceptos como la reconciliación y el perdón, son aspectos complejos debido a las brechas y profundas heridas que se han visto inmersas en los tejidos sociales dentro del territorio y los escenarios del campesinado colombiano.

Sin embargo, no es imposible pensar que la sociedad colombiana ya está preparada para dar un salto casi cuántico, en el relacionamiento de quienes con antelación se enfrentaban y hoy pueden propender por un mejor territorio para todos los involucrados.

La socialización estratégica y clara de las estrategias, tácticas y acciones, con los actores involucrados en el tejido social del campesinado colombiano, es un reto indiscutible para los comunicadores estratégicos, militantes del proceso que han promovido constantemente por la importancia de conservar y fortalecer los saberes e identidades dentro de los tejidos sociales y culturales de las comunidades de dichos espacios del territorio.

Promover acciones claras como la de propiciar grupos zonales de trabajo en infraestructura sencilla con lineamientos claros y oportunos, que busquen satisfacer las mejoras en las necesidades de las



Universidad Nacional de La Plata
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Doctorado en Comunicación

comunidades, posibilidades de acceso a vías terciarias en las que se involucre por ejemplo la navegabilidad fluvial, fortalecimiento de acueductos y alcantarillados para propender por las necesidades básicas de mejoras en la calidad de vida, al igual que promover la justicia local y seguridad rural desde los estamentos estatales, que también deben asumir su responsabilidad por proyectos de control a las economías ilegales, son todos factores y aspectos que desde los aportes de la comunicación estratégica, juegan un papel esencial en el nuevo campo colombiano.

Así como la garantía de la seguridad para los líderes sociales y todas las acciones de enfoque en las necesidades básicas de las comunidades, deben estar alineadas y estructuradas de forma estratégica, en la que todos los actores sean partícipes y forjen la fuerza de trabajo de la co-construcción estos tejidos sociales.

4.3.5.3 Asignaciones presupuestales para la co-construcción del campo colombiano

Todas estas acciones no serían posibles, si no se hicieran en el marco de los proyectos que surjan de la ayuda y control de estamentos no solo estatales, sino que vayan vinculados en el marco internacional, esto debido a los altos índices de corrupción que se han evidenciado a lo largo de los últimos 70 años y que han socavado la confianza de los actores en diversas perspectivas del proceso.

Por lo tanto, en mi propuesta de intervención considero que realizar planes enormes de impacto territorial grande, son focos que podrían atraer a quienes no se encuentran en el marco de la ilegalidad incluso conocidos como ladrones de cuello blanco. Por esto es por lo que considero que se deberían realizar planes piloto de fácil replicación en los que la comunicación estratégica registre, promueva, promocione y claro consolide las tácticas y acciones puntuales en los diversos municipios que así sean seleccionados para su desarrollo.

La presencia de asignación y focalización de estos proyectos, sería conjunta entre entidades estatales para generar el enclave en el Plan Nacional de Desarrollo (PBD) pero adicionalmente, con la auditoria y fiscalización constante internacional, para promover la sostenibilidad y sustentabilidad de los proyectos evitando que se generen oportunidades de fallo y en los que la comunicación estratégica será vista no como la comunicación de las empresas, sino la comunicación que propende por la co-construcción



Universidad Nacional de La Plata
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Doctorado en Comunicación

de saberes, identidades, estructuración de tejidos sociales y claro quizás la integradora de las comunidades campesinas colombianas y porque no latinoamericanas.

4.4 Cómo poder identificar y registrar las voces y sus necesidades en el nuevo cambio

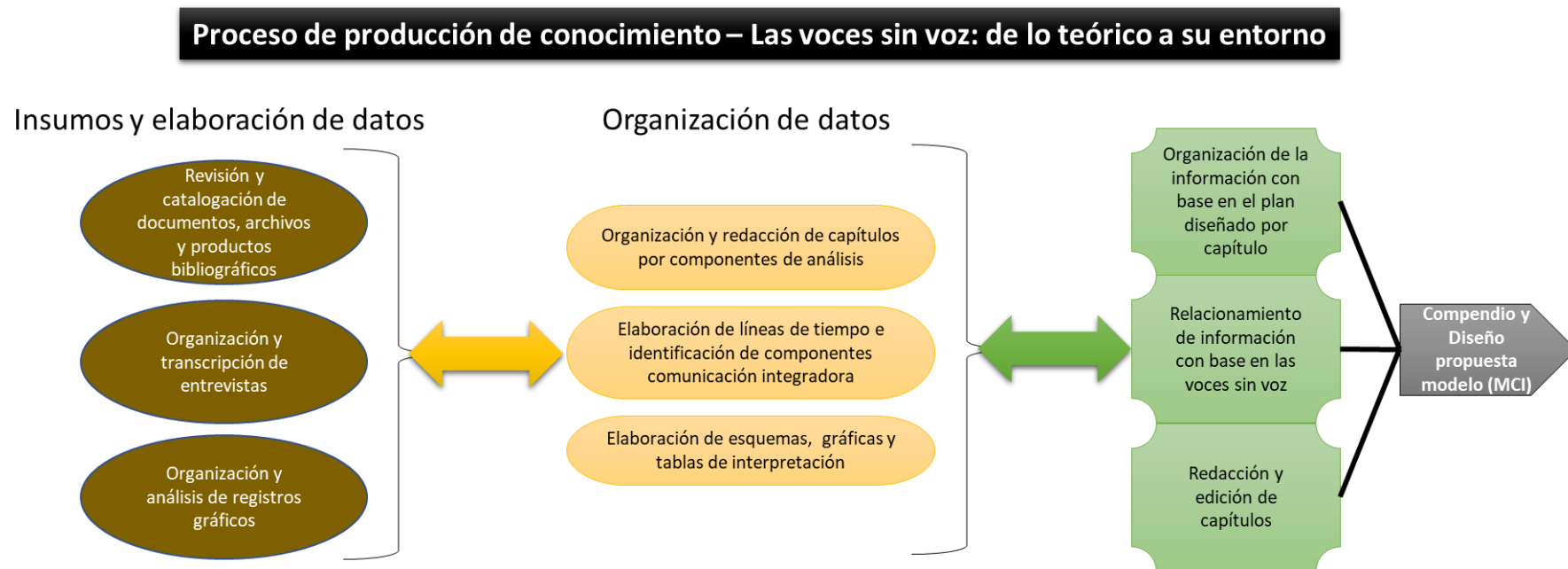
El abordaje de estos aspectos de análisis, requirió la revisión documental de primera mano de la información recolectada por cerca de diez años, en relación con los dispositivos no solo comunicacionales y de otros campos del conocimiento en las ciencias sociales y administrativas, con el fin de entender los aparatos tanto hegemónicos como contrahegemónicos de análisis diacrónico exploratorio profundo y que permitieron generar la investigación: Consumo y competitividad – análisis cadena cárnica bovina colombiana, en donde se exponen algunas de las consideraciones sobre estos temas; con la cual posteriormente se complementó con herramientas de investigación a través de las entrevistas en profundidad semiestructuradas realizadas a una selección aleatoria de pequeños productores del agro en las veredas circundantes de Facatativá, en Cundinamarca, Colombia por facilidad de acceso a los mismos, y quienes son los actores centrales de análisis de mi tesis doctoral.

En un proceso de cuatro fases, se realizó el compendio y diseño de la propuesta del modelo de comunicación integradora (MCI), que es el ejercicio de construcción de conocimiento aportante desde las posturas estratégicas organizacionales, no entendido desde la empresa solamente, sino vinculado directamente con la comunicación estratégica aplicada a proyectos de carácter inmersivo social y como base de los fenómenos de construcción de saberes, tejidos sociales y claro está, aportes a las ciencias de la comunicación global.



Figura 5

De lo teórico al entorno de las voces sin voz. Un proceso de producción de conocimientos



Nota: Elaboración propia con base en las dinámicas y técnicas de investigación de la investigación militante, como aporte al proceso del relativismo investigativo.



4.4.1 Producción de conocimiento – Las voces sin voz: del método a su entorno

Se realizó un proceso de producción de conocimiento (ver figura 5), dividido en cuatro fases. La primera de ellas A) insumos y la elaboración de datos, que comprendió todos los aspectos de revisiones documentales e indagación de productos ya existentes, en una relación de periodo con especial énfasis en el segundo gobierno del presidente Santos, periodo en el que se realizó la firma del acuerdo de paz.

Sumado a esto, se seleccionó como parte del proceso de observación participante en el marco teórico exploratorio mixto, a las veredas del Prado y Mancilla en las periferias de Facatativá, debido a sus condiciones de acceso y posibilidad de recolección y registro de información pertinente para el análisis posterior, en el que desde la identificación de percepciones y la intención, lo más cercana a la realidad posible en el marco relativista, que esta investigación acción participación como militantes investigadores, se pudieron identificar mediante dos (2) visitas previas al periodo de pandemia a las zonas y que fueron registradas gráficamente y en formatos de audio, complementadas con las visiones de dos expertos tanto en las ciencias de la comunicación como en las de las producciones del campo, los posibles retos, percepciones y necesidades de cambios que puedan aportar a nuevas construcciones sociales complejas.

Se evidenció la dificultad no solo de ingreso físico a las zonas, sino a la posibilidad de acceder al dialogo con los pobladores debido a la desconfianza existente por décadas de procesos hegemónicos fallidos, dando oportunidad al investigador de dar visibilidad a las otredades y a la posibilidad de interacción de las comunidades con las nuevas realidades del pensamiento comunicacional, como eje integrador.

Para poder dialogar con los actores principales, previamente se diseñaron entrevistas semiestructuradas profundas¹³ que se aplicaron en el proceso de las tres visitas mencionadas y se hicieron de forma aleatoria, siguiendo los parámetros de pequeños productores del campo con máximo dos reses en propiedad y/o que fuesen cuidadores de los bienes de otras personas. Al obtener y registrar estos datos, se organizó, transcribió y efectuó una construcción analítica estructurada, de los borradores y esquemas, que se fueron ajustando mediante los avances de la investigación, con el fin de dar paso a la

¹³ Herramienta de investigación esencial para el desarrollo del registro y toma de datos que permitiese su posterior análisis con base en los dispositivos a observar en el objeto de la investigación.



segunda fase que tuvo efecto como B) Organización de datos, en ella se inició con la redacción de los capítulos según el plan temático previsto.

4.4.2 Producción y propuesta: Las claves para entender las voces sin voz y sus entornos

Con el registro de todos estos datos, se pudo indagar desde una perspectiva general e integrada, las necesidades, saberes, percepciones, e imaginarios que afectan a los actores sociales que dentro del contexto del valor compartido y la responsabilidad social, han sido eje de la generación de tejidos sociales complejos como parte de la conciencia colectiva, y que así mismo dan pauta de los posibles desafíos a trabajar en el desarrollo rural.

El desarrollo económico sostenible, que es el eje central de las comunidades, se evidenció a lo largo de la indagación de todo el proceso de producción de conocimiento, pero como dispositivos complementarios se identificaron el eje de construcciones sociales y los entornos ambientales, que competen directamente con las dinámicas teóricas de la responsabilidad social y que han sido debate de discusión en el marco global a través de los Objetivos de Desarrollo Sostenible del milenio (ODS).

Sin lugar a duda, la Organización de la información con base en el plan diseñado para los seis capítulos que se consolidan en este documento, agregado al relacionamiento de la información recolectada y registrada con audios, fotografías, documentos de transcripción y documentos digitales de diversos formatos para aseguramiento de los datos, permitieron que con base en las voces sin voz la información analizada, se diera paso a la fase final de redacción y edición de los capítulos, en la que de forma transversal y esencial como punto de análisis al desarrollo social, se produjese el modelo de comunicación estratégica que vinculase a las comunidades y con ello al acercarse al entendimiento de las construcciones de saberes y relaciones sociales con el eje central de la comunicación como integrador estratégico de los mismos.

A continuación abordaremos los registros y hallazgos organizados y analizados como parte del Proceso de producción de conocimiento – Las voces sin voz: de lo teórico a su entorno, que inicia con la escucha y observación participantes, a las voces de los pequeños productores del campo colombiano seleccionados aleatoriamente, pero que se complementa con las posturas de expertos en ciencias del campo y de la comunicación que fueron parte de los análisis de este proceso gestor de conocimiento.



4.5 Las voces del campo – Los análisis de quienes no tienen voz

Amanece y anochece todos los días en un silencioso lugar mezclado con aromas y brillos de luz que son adornados por el rocío de las aguas sabaneras cercanas a la capital del estado colombiano y se desconocen historias de personajes cotidianos como doña María Robayo.

Una tímida, pero sensible mujer de casi 45 años, a la que el duro y arduo trajín del campesino, hacen pensar que debe tener cerca de cincuenta años de duras labores.

Empecemos pues con su relato, los análisis de los resultados del trabajo de campo realizado con las siete entrevistas en profundidad que se pudieron realizar tanto a los representantes de quienes no tienen voz junto a otros actores del proceso comunicacional, entrevistas que se realizaron a campesinos de la zona de Facatativá – en la Sabana de Bogotá en el marco de las visiones socioculturales y su relación con la hegemonía estatal.

4.5.1 Las experiencias de María Robayo su hijo y su desconfianza

Cuando ese sábado 23 de junio del 2018 emprendí mis labores de trabajos de campo para la tesis doctoral, no imaginé que fuese tan complejo el abordar a las personas de la zona para dialogar al respecto de los temas tratados en este documento.

Sin embargo, he de recalcar que intuía que, al poder entablar conversaciones con algunos de los campesinos, podrían darse a conocer las dificultades que en general, y claro está dependiendo de la zona el territorio, a las que se enfrentan los campesinos por el temor ya sea al temor de la hegemonía estatal o peor aún, a la realidad del conflicto armado que ha rondado a Colombia por cerca de siete décadas, e incluso más tiempo.

Doña María (ver figura 5) muy amablemente, luego de algunos minutos que parecieron una eternidad, nos permitió acercarnos a quienes me acompañaban en la labor y a mí, para poder conversar y



Universidad Nacional de La Plata
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Doctorado en Comunicación

nos comentó que llevaba cerca de 18 años viviendo en la zona, que provenía de Ramiriquí en Boyacá¹⁴, y que toda su vida se ha dedicado al campo desde niña.

Al abordar las variables dentro de la conversación, doña María se sintió inquieta y temerosa y nos relató lo siguiente:

Ah, de seguridad sí, pero eso, imagínese que qué día estaba ahí, como yo cuidando ahí al pie de Ecopetrol, tenía las novillas de ahí se las robaron y se me robaron el ganado se lo sacaron y que dice la policía nada, eso nadie hace nada ni la policía ni el ejército eso no, pailas...(Robayo, comunicación personal, 23 de junio de 2018)

Clara imagen de la impotencia estatal para procurar que tanto la seguridad, como el acceso a la educación y a los beneficios financieros, todos permeados por la comunicación, dan muestra de las realidades que las voces sin voz afrontan en su diario vivir.

... porque yo antes estoy a ver si voy a un banco para que me presten plata a ver si compro otro ladito otro lote, pero esos hijuemades que no le prestan a uno porque uno no tiene una palanca no tiene a nadie.

Pues la verdad, la verdad nosotros jamás hemos sacado un crédito, jamás, entonces como uno no ha sacado un crédito entonces, la otra vez jue y me dijo No pues, cuantas vacas tiene? Yo le dije dos y me dijo le podemos prestar dos millones y yo con ¿dos millones? Eso pa que mijo yo necesito es que me presten algo para yo, yo por ejemplo yo tengo la finquita acá, yo la arriendo y de eso yo saco para pagar mis deudas, para alimento, pa todo. (Robayo, comunicación personal, 23 de junio de 2018)

¹⁴ Ramiriquí es un municipio colombiano, capital de la Provincia de Márquez, ubicado en el departamento de Boyacá, en el suroriente de este. Está constituido en su zona rural por 24 veredas, y en su zona urbana por 8 barrios, con cerca de diez mil pobladores en la actualidad.



Figura 6

María Robayo y su hijo – En plena desconfianza



Nota: sábado 23 de junio 2018 – Vereda Prado registro gráfico de la visita.

Cuando se abordó el tema de la comunicación, la señora Robayo se indispuso y comenzó a preguntar que esto para que era, que pensaba que era para temas de educación de sus hijos y de forma algo temerosa mencionó que ella no sabía nada de los acuerdos y que debía seguir trabajando en sus labores, pero fue una entrevista que duró tan solo 23 minutos, de los cuáles pude referenciar varios de los elementos anteriormente expuestos en relación con las dificultades a las que la comunicación se deberá enfrentar de cara a la reconstrucción del campo colombiano.

4.5.2 Don Edgar Murcia, su señora Leidy y la vivencia de casi medio siglo en el campo

Con cuarenta años de trabajo en el campo y la experiencia del manejo de ganado en general, don Edgar Murcia (ver figura 6) fue nuestro segundo campesino con el que pudimos dialogar sobre algunas de las realidades que afrontan a diario los campesinos de la zona sabanera bogotana.



Universidad Nacional de La Plata
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Doctorado en Comunicación

El acceso a la comunicación tanto masiva como a través de canales modernos, es una realidad dificultosa a la que se enfrentan las voces sin voz constantemente. En un dialogo que duró cerca 18 minutos nuevamente se evidenció la inquietud y el temor de conversar sobre los temas que tratamos de abordar con la pareja de la imagen.

Figura 7

Edgar Murcia y señora – Un reto al diario vivir del campesino



Nota: sábado 23 de junio 2018 – Vereda Mancilla registro gráfico de la visita.

Con seis años de trabajo en esta zona de la sabana bogotana, don Edgar nos comentó que lleva cerca de cuarenta años dedicado a la ganadería de diversos propósitos de producción y que antes se encontraba en la zona de Siberia al noroccidente de Bogotá.



Universidad Nacional de La Plata
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Doctorado en Comunicación

En nuestra conversación al iniciar a hablar sobre los temas de comunicación, de las formas y procesos para comunicarse mencionó que: “Acá no nadie vienen a vacunar vienen las muchachas... Nada más...” y al hacerles la pregunta sobre ¿televisión y radio nunca les llega información por acá? “Pues acá no, es que acá es difícil la entrada del celular porque están montando la antena móvil si mejora...” (Murcia, comunicación personal, 23 de junio de 2018)

Ellos son cuidadores o capataces de algunos miembros adinerados de la capital, que por seguridad no mencionaron sus nombres y nos permitieron evidenciar que, con estos elementos, se convierten en otro tipo de actores de los procesos de comunicación que se deberán abordar dentro del modelo a proponer.

Al dialogar con don Edgar del tema de las instituciones gubernamentales encargadas de la asistencia técnica rural (ATA), el comentó:

Pues nosotros del ICA, es que ni vienen por acá... Pues no, nosotros aquí nadie viene. Aquí les pasa cuando esta finca salió por televisión la Umata¹⁵ se lavó las manos y se fue... La finca salió por la televisión, pero según la Umata que ellos estaban ayudando, esos no ayudan a nada no es que ni siquiera prestan el tractor... (Murcia, comunicación personal, 23 de junio de 2018)

En esta entrevista por su nivel de formación y experiencia fue un poco más enriquecedor el dialogo con don Edgar ya que se le pudieron hacer preguntas como ¿Y del Ministerio de Agricultura tampoco se sabe mucho? o ¿qué si les hablaran de tema de educación, de seguridad, de economía de eso ¿no les llega información? A lo que el señor Murcia respondió:

Si, grabaron todo y por lo del Umata que ellos colaboraban mucho... No eso no, esto estaba pa alquilar el tractor una hora, pero por el potrero es un camello, eso no y el ICA po aquí ni asoma... Eso es como las Alcaldías (voz al fondo cuando están en campañas) El alcalde lo ve uno el día que

¹⁵ La UMATA es una unidad adscrita a la secretaría de medio ambiente y desarrollo rural, creada mediante el “decreto 1929 de 1994 de orden nacional” su función principal es garantizar la prestación del servicio de asistencia técnica agropecuaria a pequeños y medianos productores rurales del municipio.



Universidad Nacional de La Plata
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Doctorado en Comunicación

está en campaña, de resto... No lo conoce uno po aquí en la vereda pos nada... (Murcia, comunicación personal, 23 de junio de 2018)

Entonces se buscó la manera de entender cuáles creen que sería la mejor forma de comunicarse con los campesinos de la zona, de poder abordarlos y llegarles a conocer, a lo que respondió: “Pues que hubieran charlas en la escuela, citar la gente... pregunté: ¿Que los citaran qué los domingos, los sábados? No una tarde, por eje una semana una tarde... y en contra pregunta del investigador Y ¿sí, si se llegaría, si llegaría la gente a esas charlas? La respuesta del señor Murcia fue: Claro, claro que es interesante y ahí ta el punto está la escuela ta vacía...”

Lo que dio evidencia de otro factor para tener en cuenta en relación con los procesos comunicacionales, contar con la infraestructura o con recursos no es suficiente, debido a que la importancia de reconocer a los demás y co-construir tejidos sociales se convierten en un eje transversal de la gestión de la comunicación que no se logra en un abrir y cerrar de ojos, es necesario abordar los temas con planes profundos de intercambio de conocimiento sociocultural constante.

¿O sea se tiene la infraestructura para ese tipo de cosas y no las utilizan? Edgar Murcia: “No, no porque ésta escuela está abandonada, la nueva la hicieron arriba ahí están las instalaciones pa que vinieran a dar charlas, pero no. O sea que el ICA venga a dar charlas de Ganadería no.” (comunicación personal, 23 de junio de 2018)

En el caso de don Edgar y su señora, la información que les llega en términos generales es a través de las noticias y la televisión en horas de la noche debido a que durante sus días deben afrontar diversas labores desde las cuatro y media de la mañana (4:30 am), y durante el medio día o en las noticias nocturnas logran visualizar y enterarse de algunos de los temas que quizás les afectan, pero que no generan relevancia en sus actividades, porque viven al día y procurando rendirle cuenta a sus patronos capitalinos.

Pero cabe recalcar la importancia del relacionamiento personal con cada una de las instituciones y el cómo garantizar un estado de confianza y seguridad, para el beneficio de todos y con ello poder co-construir ese tejido social que es permeado transversalmente por la comunicación y en donde la gestión



Universidad Nacional de La Plata
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Doctorado en Comunicación

estratégica de la misma forma parte esencial del proceso social. En este contexto al preguntarle al señor Murcia por la comunicación con las instituciones del entorno mencionó que:

Con el ejército es bueno porque siempre que cambian de comandante viene a por lo menos a dar el número del teléfono... cada nada que cambian de comandante viene a mirar, dar la información dan por lo menos el número del teléfono del comandante para uno llamarlo en caso de cualquier emergencia, y está po aquí cada nada (inaudible)... Ellos mantienen aquí... (Investigador: Ah, ¿patrullando por ahí?) Si, esos temas es bueno que seguridad... (Investigador: Y más o menos ¿cada cuanto cambian al comandante?) Eso si lo cambian cada nada po hay cada dos o tres meses (Murcia, comunicación personal, 23 de junio de 2018)

Y es evidente que esa situación de cambio constante de los representantes de las instituciones, generan una constante alternancia de los procesos y formas de comunicación. Si los líderes comunitarios, los líderes institucionales del gobierno y los actores sociales de cada ecosistema y tejido social, impactan la consistencia de los procesos y la gestión de la comunicación, lo que implica trabajar en formular políticas que fortifiquen y formalicen el desarrollo de proyectos permeados por la comunicación estratégica.

Se empezaron a tocar temas de quién gestiona los procesos agropecuarios y cómo se informan del tema y se evidencia claramente que tienen presente que lo maneja el gobierno, pero con claridad no saben sino el grueso de la información, lo maneja Asoganaderos¹⁶, que realmente es otro de los actores del tejido social que se convierte en un intermediario entre la hegemonía estatal y la comunidad en general, para 'mediar' en el desarrollo y desempeño de la co-construcción del campo colombiano, y que si se revisa en profundidad, seguramente intervienen en los procesos de toda américa latina.

Para ello es necesario trabajar en el bien colectivo y no en el bien particular, ya que se evidencian fenómenos como el mencionado por el señor Murcia en términos del proceso de vacunación del ganado, que, organizado por el líder de la zona, el líder mencionado primero trabaja en pro de sus predios y

¹⁶ ASOGANADEROS es una entidad gremial, creada por ganaderos con el fin de contribuir al mejoramiento continuo de la actividad ganadera. Es una asociación de carácter nacional, sin ánimo de lucro y regida por estatutos y el ordenamiento legal vigente.



recursos, para posteriormente informar a los demás campesinos de la zona; lo que refiere a otro de los retos trascendentales de la comunicación en el marco del postacuerdo.

***4.5.3 Del conocimiento del campo a la formación técnica profesional – Clara Cruz y Diana Cruz
un mundo de contrastes***

Una de las entrevistas más enriquecedoras del trabajo de campo se logró en la vereda de San Rafael con la señora Clara Cruz (ver figura 11) quién nos abrió las puertas de su casa (ver figuras 7-10) para poder dimensionar la realidad del entorno de la zona del trabajo de campo realizado para la investigación.

Figura 8

Vivienda típica campo colombiano



Nota: sábado 30 de junio de 2018 - Sabana de Bogotá – Vereda San Rafael – Casa Clara Cruz.

Luego de unos minutos de dialogo y acercamiento, la señora Clara con la mayor diligencia decidió colaborar con el trabajo que se realizó y nos permitió sostener una conversación de cerca de una hora y cuarenta y cinco minutos (1 h 45') en la que se tuvo no solo la oportunidad de dialogar con ella, sino en la que también participó su hija Diana, una de cinco hijos que han tenido la oportunidad de acercarse a diversos campos del conocimiento, todos en disciplinas y ciencias agropecuarias.



Universidad Nacional de La Plata
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Doctorado en Comunicación

Figura 9

Vista desde Vivienda típica campo colombiano



Nota: sábado 30 de junio de 2018 - Sabana de Bogotá – Vereda San Rafael – Casa Clara Cruz

Figura 10

Entrada Vivienda típica campo colombiano



Nota: sábado 30 de junio de 2018 - Sabana de Bogotá – Vereda San Rafael – Casa Clara Cruz



Universidad Nacional de La Plata
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Doctorado en Comunicación

En un entorno rustico y algo desorganizado a la mirada de un ciudadano, este maravilloso espacio refleja la realidad de la mayoría de los hábitats del campesino no solo colombiano sino latinoamericano, y lo pude evidenciar, ya que en el 2008 tuve la oportunidad de estar en unas zonas rurales de Montevideo y me mostraron imágenes de otras zonas de américa latina, en la que estos entornos son similares, de acuerdo con la localización de cada predio, su clima y experiencias. Algo similar se evidencia en la Localidad de Sumapaz, zona rural de Bogotá.

Figura 11

Interior Vivienda típica campo colombiano



Nota: sábado 30 de junio de 2018 - Sabana de Bogotá – Vereda San Rafael – Casa Clara Cruz

Al ingresar a la vivienda se notaban los aromas y visiones de la dificultad de los campesinos, unas vidas marcadas por la incertidumbre en los diversos campos y con tan desemejantes expectativas que conllevan las arduas labores del entorno y que en términos generales son alejadas de las decisiones de la hegemonía estatal y así mismo, por consecuencia se ven enfrentados a las presiones sociales de actores armados que intimidan sus existencias.



Universidad Nacional de La Plata
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Doctorado en Comunicación

Diana Cruz, la hija de doña Clara, se encontraba estudiando programas de orden agropecuario en la Universidad de Cundinamarca y ese conocimiento le permitió que abordásemos con mayor precisión, los temas referentes a las formas de registro y comunicación de la zona.

Para este momento, se pudo indagar que la gestión de la comunicación es de forma primaria y poco estratégica, debido a que el tener acceso de vías y recursos, es prácticamente imposible de llevar a cabo por la topografía del terreno, lo que se revela en el siguiente relato:

...nosotros tenemos esa comunicación es con Johan¹⁷, cualquier cosa toca llamarlo a él y porque pasa esto, que pasó esto, que le han dicho, porque aquí nadie le comenta a uno nada... (Investigador: explicación breve de las variables de la investigación) O sea la parte de comunicación, la parte de información que brinda la Alcaldía para la comunidad ¿sí?... (C. Cruz, comunicación personal, 30 de junio de 2018)

Figura 12

Clara Cruz una amante del campo y de la naturaleza



Nota: sábado 30 de junio de 2018 - Sabana de Bogotá – Vereda San Rafael

¹⁷ Johan Sánchez – Técnico Agropecuario designado por la cuenta nacional de carne y leche, del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (MADR), para la UMATA en Facatativá.



Universidad Nacional de La Plata
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Doctorado en Comunicación

En medio del dialogo se les explicó que se estaban tratando de abordar los temas de gestión de la comunicación estratégica no solo desde las instituciones gubernamentales para entender la hegemonía estatal, y se les dieron ejemplos de noticias del momento y se referenciaron los acuerdos de paz con el grupo de las FARC. Y se les preguntó el ¿cómo creen ustedes que se podrían hacer trabajos en el tema del postconflicto en la zona?

De postconflicto... bueno hay que tener mucho en cuenta muchas cosas no? Eh, lo de las personas en cuanto a ese proceso de paz, muchos usted le puede preguntar a muchos de la vereda acá inclusive en varias zonas que han sido víctimas de conflicto no? Que eh, no están de acuerdo con algunos contenidos del proceso de paz porque lo han vivido, porque están cansados de la guerra, si. Están cansados de la violencia, están cansados de estar escuchando, es que en el proceso de paz venimos a ayudarlos. Porque yo lo he hecho, el trabajo lo he hecho con comunidades y ellos ya están cansados la gente ya, ya se cansan de escuchar lo mismo, de que mire que lo otro que, entonces ya, **ya no confían ya no es la misma confianza** y por eso muchas veces a uno por eso a veces les cierran la puerta.

Cuando uno va a hablar de esos temas la gente no, no, no, yo ahorita no tengo tiempo, por eso mismo porque y, y yo creo que también eso influye la falta de comunicación y de saber qué es lo que está pasando ahí, entonces creo que en ese sentido si hay muchas falencias. (D. Cruz, comunicación personal, 30 de junio de 2018)

Al dialogar al respecto de los canales de comunicación que son utilizados para comunicarse con los habitantes de la zona, Diana Cruz manifestó:

Yo creo que más que de pronto los medios que estamos hablando tecnológicos, la perifoneo todo eso, es la manera como nosotros interpretamos ese medio de comunicación. Acá la vereda (interviene Clara Cruz "acabo de llegar", deja inaudible una palabra) ¿sí?, en ciertos momentos y hay momentos de que por ejemplo Johan manda información de capacitaciones, de que de pronto para vacunar los animales, para esto, hay yo no voy por allá ¿sí? Y después están mirando diciendo que Johan no hizo nada y que yo no brindo información, sabiendo que Johan pone carteleras; Johan manda, el manejo muchos medios de comunicación como es el *Whats App*, entoes yo le



Universidad Nacional de La Plata
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Doctorado en Comunicación

decía a Johan, de pronto no todos tenemos el acceso de *Whats App*, entonces hagamos un, un, cartelera, no es que de pronto hay unas personas que no saben leer sí? Ok. Listo hay que tenerlo cuenta, entonces dijimos bueno entonces por medio de piro, piro. (D. Cruz, comunicación personal, 30 de junio de 2018)

Este proceso de comunicación se relaciona directamente con los modelos básicos de comunicación como el modelo de comunicación colectiva conocido como la “Tuba de Schramm¹⁸”, un modelo que a mediados de los años cincuenta fue propuesto por este comunicólogo estadounidense y que refiere a la comunicación colectiva integrando nuevos conceptos e indicando que este proceso no es de carácter lineal, ya que cada persona asumen acción como fuentes y destinos (transmitiendo y recibiendo) todo tipo de información y no solo mensajes.

En el caso del campesinado colombiano y latinoamericano es claro que los procesos y canales de comunicación, no ajenos a los avances tecnológicos, aún en la gestión se evidencia que la intervención de múltiples actores de este, afectan el desarrollo y el alcance de los objetivos al gestionar la comunicación-acción de formas que pueden ser entendidas y comprendidas por los públicos interesados. En este caso si el miembro del ministerio llega con una información y esa información es transmitida por diversos campesinos de la zona de acuerdo con sus interpretaciones, el resultado será que el mensaje pueda ser tergiversado o mal interpretado.

Y en este sentido se presentan dificultades y retos como:

Y eso es lo que muchas veces cansa, Johan yo siento que a veces cansa, él dice yo brindo información, pero resultan hablando del vecino que, si hizo, que llegó borracho, que le pego a la mujer que no sé qué, entonces él dice yo brindo información y es por medio también de las cartelera que él hace, entonces lo que yo le decía, de pronto no tan, eh, por los medios que utilizamos sino la manera como nosotros interpretamos ese medio. (D. Cruz, comunicación personal, 30 de junio de 2018)

¹⁸ Wilbur Lang Schramm, comunicólogo estadounidense. Fundador del Taller de Escritura de Iowa (1935). Influyó en el establecimiento de la Comunicación como campo de estudio en los Estados Unidos.



Universidad Nacional de La Plata
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Doctorado en Comunicación

La sugerencia que los diferentes miembros de la comunidad hicieron, es la búsqueda de espacios conjuntos que contengan elementos de interés para la comunidad y no solo con el fin de hacer propuestas sino realmente integrar los aspectos de los deseos y necesidades de las zonas, para así potenciar espacios de confianza que en un proceso colectivo se reflejaría en una co-construcción de los tejidos sociales que, al revisar los procesos de gestión estratégica de la comunicación, dan cabida a la necesidad de integración de todos los actores del proceso y con ello potenciar los cambios pertinentes de las zonas.

Esto conlleva una dificultad aún mayor y que tiene que ver con el entendimiento y reformulación de procesos ancestrales, imaginarios y paradigmas colectivos, instaurados por las clases hegemónicas que se reflejan en el siguiente relato:

Si eso aquí toca pa ellos invitarlos a que vayan una reunión. Toca ofrecerles, que les van a dar lechona, que les van a dar cerveza, ahí si les llega gente así, pero si usted nombra sino únicamente que usted va a dar una charla, ah! Yo no voy por allá, porque así es la gente acá, entonces? Usted viera cuando van las votaciones que fulano está dando lechona allá en a aquel lado y que van a dar cerveza, ahí si baja toda esa gente aquí... Un día yo estaba aquí, poniendo unos chivos que tenía y la señora Clarita no va a ir? A dónde señor Romerito? Pues allá a aquel lado que es que están dando lechona van a dar cerveza, eso va a estar bueno. No, a mí no me gusta eso. Yo la verdad esas reuniones no me gustan, yo soy muy sincera, yo por ejemplo para las reuniones de, de política, cero, por qué? Porque no me gusta, yo no entiendo nada primero que, primero que todo y segundo pa saber de qué cualquiera, perdone la expresión y yo se lo digo así, cualquier mugre sube ahí y sigue robándole a uno, entonces... (C. Cruz, comunicación personal, 30 de junio de 2018)

Estos elementos y variables se agrupan a la dificultad de acceso tanto a educación, como a financiación, a mejoras tecnológicas en comunicación y claro al acceso a vías, que permitan el intercambio y gestión adecuado de la comunicación para poder generar nuevos tejidos sociales, lo que da cabida a procesos de cambio en el marco del postacuerdo.



4.5.4 La inyección de información sin gestión estratégica – Johan Sánchez el intermediario

Como sí los (astros se hubiesen alineado), estando en la casa de doña Clara Cruz se contó con la posibilidad de conversar con el representante de la cuenta nacional de carne y leche, a quién se mencionó anteriormente y que en ese momento se encontraba en la zona realizando labores de vermifugación¹⁹.

Johan Sánchez (ver figura 12), un técnico zootecnista quien siendo ‘el intermediario’ del MADR, es el enlace de información para la zona y en asocio con otras instituciones, procura mantener informados a los campesinos, sin embargo, este es un reto debido a las posibilidades de acceso a cada región y a los recursos con los que cuenta.

Figura 13

El intermediario del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural – Johan Sánchez



Nota: sábado 30 de junio de 2018 - Sabana de Bogotá – Vereda San Rafael

Un proceso de comunicación primaria, con registros manuales y con altos grados de posibilidad de fallos debido a los posibles errores humanos, sumados a los retos de poder llegar a la comunidad de forma

¹⁹ Aplicación de medicamentos que combaten las lombrices intestinales. En este caso de carácter veterinario para animales de producción.



Universidad Nacional de La Plata
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Doctorado en Comunicación

estratégica, el señor Sánchez nos brindó información del cómo se realizan los procesos de comunicación con el siguiente relato:

...Pues mire, Lo que le entiendo sí? Es que cómo el ganadero hace para, para enterarse de todos esos programas? (Investigador: Aclaración de variables y temas de la investigación) ...pues eso en este país no se ve mucho porque eso es ya es como una asistencia técnica más o menos que debería tener el productor pero pues es muy bajo, el ciclo de vacunación el, el ganadero lo sabe porque eso si es una.

Una que tiene los ganaderos aquí en el país, sabe que son dos veces al año y la gente está pendiente al ciclo y ahorita hay un, el programador es el que visita **predio a predio**²⁰, le toca finca a finca hacer las notificaciones donde, por ejemplo aquí vino el 13 de este mes, vino y le dijo a la señora el 30 esté pendiente porque pasa el vacunador, es la vacunación en su sector, entonces así es que lo manejan... Y yo estaba, y yo tengo una programación hoy, un listado (ver figura 13) que tengo que hacer, porque ahora lo hacen así. Ahora vienen las rutas, vienen con la fecha de vacunación. (J. Sánchez, comunicación personal, 30 de junio de 2018)

Un proceso y gestión de la comunicación poco estratégicos, teniendo en cuenta que, para la generación de confianza y construcción de tejidos sociales, el acercamiento con las comunidades no se da de un momento para otro, sino que requiere un ejercicio constante y sostenido para generar el relacionamiento necesario en el que los objetivos conjuntos se fortalezcan mediante la comunicación.

Contemplando que sí en el 2016 se firmaron los acuerdos y se está hablando de trabajar e industrializar el campo colombiano, pero no se hace llegar la información de forma estratégica y clara, ¿cómo se podrían alcanzar las metas de sostenibilidad alineadas con los objetivos de la hegemonía estatal en el marco del MADR? Según Sánchez:

²⁰ Visita puerta a puerta, en algunos casos sin poder tener acceso y coordinación debido a fallos en la comunicación.



Universidad Nacional de La Plata
 Facultad de Periodismo y Comunicación Social
 Doctorado en Comunicación

Figura 14

Ejemplo de listados de registros – Procesos básicos de información

NOMBRE PRECIO	CODIGO PRECIO	MUNICIPIO	VEREDA	FECHA VACUNACION	APTO/A	BCP SW	BER SI	BER SI	NOMBRE GANADERO	CECULA GANADERO	TELEFONO GANADERO	ESTADO PRECIO	NOMBRE NOTIFICADO	CECULA NOTIFICADO	TELEFONO NOTIFICADO	FECHA NOTIF.	FECHA RECIBIDA
SAN PEDRO_1	145802	FACATATIVÁ	BERMEO	19/06/2018	5	1	0	0	PEDRO NEL GARCIA	3702933	3112159083	Prelio activo	Pedro Nel Garcia	3702933			
EL BOSQUE	145399	FACATATIVÁ	BERMEO	19/06/2018	1	0	0	0	JOSE MARTINEZ	1000221324	3016466726	Prelio activo	Venny Murcia	1070978993	1996402007		
PARAISO	421123	FACATATIVÁ	BERMEO	19/06/2018	0	0	0	0	ARQUIDEO AGUDELO	1351008	3115862171	Desocupado	Arquideo Agudelo	1351008			
ARDALUCIA	145379	FACATATIVÁ	ARRAYANES	19/06/2018	146	0	0	0	ARDALUCIA S.F. CI	800162991	3143483454	Prelio activo	Ignacio Cortes	3024118	3132411068		
LOS SAUCES	1602015001	FACATATIVÁ	BERMEO	19/06/2018	0	0	0	0	Gabriela Salazar	743009036	0000000000	Desocupado	Gabriela Salazar	743009036			
El Porvenir	1602012001	FACATATIVÁ	BERMEO	19/06/2018	0	0	0	0	HERNAN RAMOS	1070971905	3118835611	Desocupado	Hernan Ramos	1070971905			
El Progreso	1602071001	FACATATIVÁ	BERMEO	19/06/2018	3	0	0	0	CARLOS A. CAMPOS	11436825	null	Prelio activo	Carlos A. Campos	11436825			
MARACIBO	145312	FACATATIVÁ	BERMEO	19/06/2018	3	0	0	0	ARGEMIRO ESPITIA	3011992	3202927534	Prelio activo	Oliva Gonzalez	35520036	3152493522		
SANTA HELENA	145314	FACATATIVÁ	BERMEO	19/06/2018	2	0	0	0	PEDRO RODRIGUEZ	19123699	3143220984	Prelio activo	Rafaela Olanete	20523941	3132422709		
LA MARIA_1	145457	FACATATIVÁ	BERMEO	19/06/2018	0	0	0	0	DERLY HOYA	52366829	3204947176	Desocupado	Derly Hoy	52366829			
SAN LUIS	1467616	FACATATIVÁ	BERMEO	19/06/2018	0	0	0	0	CLEMENCIA SARMIENTO	35521033	3104824725	Desocupado	Clemencia Sarmento	35521033			
LA VICTORIA	145313	FACATATIVÁ	BERMEO	19/06/2018	0	0	0	0	HUBER RAMOS	11434028	3118749559	Desocupado	Huber Ramos	11434028			
La Victoria	1362214001	FACATATIVÁ	BERMEO	19/06/2018	10	0	0	0	Francis Herrera Huerto	52367078	3133872745	Prelio activo	Francis Herrera Huerto	52367078			
VILLA LORENA	104987	FACATATIVÁ	BERMEO	19/06/2018	15	0	0	0	HUGO ESCOBAR	19224364	3185107962	Prelio activo	Hugo Escobar	19224364			
LA FORTUNA	421122	FACATATIVÁ	BERMEO	19/06/2018	1	1	0	0	ISAAC GARCIA	11432066	null	Prelio activo	Isaac Garcia	11432066			
Cumbitas	1602104001	FACATATIVÁ	BERMEO	19/06/2018	5	1	0	0	Luis Hernandez	11437673	3123437218	Prelio activo	Nubia Mora	52660002	3212424891		
La Maria	1251460001	FACATATIVÁ	BERMEO	19/06/2018	32	0	0	0	MARIBOCHO ORJEGO CALLE	79157415	3133557606	Prelio activo	Yina Vasquez	1074187289	3106781680		
SANTA ROSA	145278	FACATATIVÁ	ARRAYANES	19/06/2018	35	0	0	0	Angela Maria Calcedo	38993453	3203653541	Prelio activo	Angela Maria Calcedo	38993453			
LA LOMITA	145756	FACATATIVÁ	BERMEO	19/06/2018	0	0	0	0	CARMEN PERDO	20957208	null	Desocupado	Carmen Perdo	20957208	null		
MILAGROSA	1251463001	FACATATIVÁ	BERMEO	19/06/2018	50	2	0	0	ERNESTO FERRER VARGAS	5743363	null	Prelio activo	Ernesto Ferrer Vargas	5743363			
EL PLACER	145303	FACATATIVÁ	BERMEO	19/06/2018	3	0	0	0	ERULE OLAYA	20958369	null	Prelio activo	Erule Olaya	20958369			
El Ramonzo	1362218001	FACATATIVÁ	BERMEO	19/06/2018	2	0	0	0	Pedro Jesus Gomez	3957600	null	Prelio activo	Pedro Jesus Gomez	3957600			
EL ENCENILLO	145282	FACATATIVÁ	ARRAYANES	19/06/2018	2	0	0	0	JAIRO RAMIREZ	4274105	null	Prelio activo	Oscar Ramirez	11449016	3214937244		
SAN JORGE_1	1314796	FACATATIVÁ	BERMEO	19/06/2018	0	0	0	0	ANGELICA GUZMAN	35527661	3123443153	Desocupado	Angelica Guzman	35527661			

Nota: sábado 30 de junio de 2018 - Sabana de Bogotá – Vereda San Rafael

...no, es que el campo está cómo muy olvidado, como que no se dan las suficientes herramientas y la información ¿no? Porque las herramientas puede que las haya, pero la información, digamos un ganadero como acá pues no llega, nunca se entera de lo que hay, de los programas que hay, las ayudas, entonces la persona sigue y sigue lo mismo nunca cambia, nunca mejora tiende a acabarse la ganadería. (J. Sánchez, comunicación personal, 30 de junio de 2018)

Y esa es la realidad que existe en la mayoría del campo colombiano, abandono estatal en diversos frentes de trabajo, aspectos que podrían ser abordados y trabajados de forma estratégica, y en los que la comunicación se convierte en un eje central, esa herramienta de construcción de saberes y tejidos sociales que fortalezcan el desarrollo no solamente económico y social, sino que realmente vincule los saberes y el respeto por la construcción de los entornos sociales en cada una de las zonas de trabajo que sean implementadas.



Universidad Nacional de La Plata
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Doctorado en Comunicación

Las tácticas y acciones puntuales que se están implementando no son efectivas y lo son en menor medida pues según Sánchez: “No, están haciendo son visitas. Lo que están haciendo es llamado a los ganaderos para las encuestas de satisfacción. ¿Cómo le pareció el vacuno? Listo. ahí! Tome me quedo con esta de referencia”. (comunicación personal, 30 de junio de 2018), lo que conlleva que realmente no se esté pensando y gestionando la forma y los procesos estratégicos de la comunicación, sino que se sigue visualizando la gestión desde la ciudad, desconociendo realmente las zonas.

El señor Sánchez, es quien atiende a todo el municipio de Facatativá, con cerca de 18 veredas, más de 750.000 habitantes, de los cuales el 70% aproximadamente se concentra en la zona urbana, lo que significa que cerca de ¼ de millón de personas pertenecen a esa población de impacto solo para esta zona y son atendidos por una (1) sola persona que representa la voz oficial del gobierno e instituciones estatales, en relación los programas hegemónicos estatales, entonces ahí es dónde cabe preguntar e incluso traer a colación (¿una sola persona puede cambiar el mundo?), considero que sí, pero siempre y cuando se haga forma estratégica y coordinada, para que el impacto sea real y significativo.

Y ahí se enfrenta otro de los retos estratégicos, la alineación y trabajo integrado desde las instituciones gubernamentales, tal como lo vemos en diversos ámbitos del entretenimiento, la jurisdicción de las autoridades y la falta de apropiación del territorio y de las metas se evidencia en la realidad, al respecto Sánchez nos habló:

(Investigador: Y cómo es la relación de ustedes con el ICA²¹, cómo es la comunicación. Cómo funciona ahí, porque no la, no la dimensiono). No pues es con el ICA... El ICA no tiene nada que ver con nosotros, el ICA a lo único que viene, digamos si hubiera llegado ahorita el ICA y me ve vacunando a mí, de una arma el chispero, ah! Que, porque está vacunando él, entoes ahí si hay problema pa uno.

²¹ Instituto Colombiano Agropecuario, ICA, es una entidad Pública del Orden Nacional con personería jurídica, autonomía administrativa y patrimonio independiente, perteneciente al Sistema Nacional de Ciencia y Tecnología, adscrita al Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. El ICA tiene la jurisdicción en todo el territorio nacional, siendo su domicilio principal la ciudad de Bogotá, D.C., cuenta con 32 Gerencias Seccionales, una por departamento, con un recurso humano altamente calificado. (Tomado de: <https://www.ica.gov.co/el-ica> Fecha: 13- de diciembre de 2021).



Universidad Nacional de La Plata
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Doctorado en Comunicación

Es como más vigilancia. Pero se hace algo bueno o algo, el ICA nada que ver. El ICA está supervisando ahorita el SICA²² si, le está haciendo seguimiento, pero cómo decir que los contrata no... (Investigador: pero y emiten información o llegan con información a las veredas o ¿cómo es?) Solamente... No, lo único que, el ciclo lo dirige es la Asociación de ganaderos del municipio por medio de la Cuenta Nacional de la Carne y la Leche, que es la que hace el contrato de la vacunación.

...La cuenta fue como una empresa que entro a administrar los recursos que administraba Fedegan... Pero por temas allá y por temas no sé qué, cuando hubo todo ese problema de eh, hay de Friogan²³, creo que era... todo se juntó, por eso Fedegan dejó la vaina de la aftosa, la vacunación y pasó a manos de la cuenta nacional, sino que son muy fastidiosos ¿cierto? (J. Sánchez, comunicación personal, 30 de junio de 2018)

Como se evidencia en el anterior relato, el tema de la integración de mensajes, procesos, canales, estrategias, tácticas acciones, y un sin número de variable que propendan por la minimización de los riesgos en la gestión, pero que fortalezcan la construcción de los tejidos socioculturales desde todos los frentes y actores, es esencial, incluso hasta ale punto de promover cambios en la individualidad tanto de las instituciones como de los individuos que intervengan, para forjar realmente un pensamiento colectivo que se consolidará con la comunicación de forma estratégica.

Y en la revisión de esas individualidades, aflora uno de los procesos y retos más exigentes para la comunicación de cara al postacuerdo y, tiene que ver precisamente con la posibilidad del flagelo de la corrupción, sin quererlo mencionar, pero siendo uno de los factores que más afectan e impactan los proyectos tanto de la hegemonía estatal, que imposibilitan el desarrollo adecuado de las regiones, como

²² El Sistema para la Integración Centroamericana (SICA) fue constituido el 13 de diciembre de 1991, mediante la suscripción del Protocolo de Tegucigalpa. Su propósito es la es la integración de Centroamérica, para constituir la en una región de paz, libertad, democracia y desarrollo.

²³ FRIOGAN S.A. nace en enero del año 2006 como resultado de la fusión de cuatro frigoríficos: Fricolsa S.A., Frigorífico del Oriente S.A., Frigorífico del Magdalena Medio S.A., y Frigorífico de las Sabanas de Sucre S.A.; en el año 2008 se une a la fusión Frigonorte S.A., atendiendo la necesidad de buscar mayor competitividad y de integrar la cadena cárnica del país.

Desde el mes de diciembre de 2017, la empresa ha sido reestructurada en su gobierno corporativo, saneada financieramente, con capital independiente de participación accionaria atomizada y mixta. Hoy Friogan es la empresa líder en Colombia en el mercado de beneficio de ganado bovino. (Tomado de: <https://friogan.com.co/nuestra-historia/> Fecha: 13 de diciembre de 2021).



Universidad Nacional de La Plata
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Doctorado en Comunicación

la realidad de esos imaginarios y paradigmas colectivos, en los que se les conoce en América Latina como (el CVY – Cómo voy yo), **la corrupción** es uno de los frentes fundamentales a afrontar con el fin de co-construir desde las realidades sociales esos cambios que permitan mejorar a todos los campesinos y su calidad de vida.

Según Sánchez:

...es que las cosas se hacen en este país por justificar, justificar recursos, justificar trabajos, y entonces ahí muere todo porque no, no hay de verdad como la conciencia y la finalidad de un proyecto es que se, se llegue a un buen fin, todo queda por el camino y por ejemplo las chivas que dieron acá eh, Ecopetrol, al mes la gente ya estaba haciendo asados porque, no tenían, mucha gente que recibió ovejas de esas... Ninguno tenía ni siquiera un pedazo de tierra para tenerlas, entonces resultaban por el camino, por allá, entonces esa vaina no, eso ahí fracaso. Pero con eso y eso hicieron una propaganda grandísima, eso salió hasta en los noticieros y salió en la 'Finca de Hoy todo', pero era simplemente por justificar

Es que ellos tienen esa responsabilidad social con esta comunidad y entonces cualquier pendejadita vienen y toman fotos y graban y chao... Aquí no hay un seguimiento de nada... Es vincularse, eso es de lleno, eso es de lleno, de estar semanalmente estar ahí encima de los productores y cómo van, llevar un seguimiento día a día, que la, y enseñar al mismo productor que sea disciplinado con su producción. (comunicación personal, 30 de junio de 2018)

Entonces cabe pensar que hasta este momento, la vinculación e integración con la comunidad, a partir del entendimiento y aceptación de saberes y construcción de tejidos, depende de la capacidad de integrar a los diversos actores de los proyectos y que se generen compromisos reales y no de paso, que propendan por la continuidad de los proyectos, para la co-construcción de los saberes y constructos sociales, de cara a los procesos de industrialización del campo, en los que la gestión estratégica de la comunicación va más allá de procesos y revisión de canales o indicadores, para convertirse en esa ¿herramienta consolidadora de los trabajos de integración de la cadena de valor de sostenibilidad de los actores en el campo.



4.6 Las Voces de los expertos – aquellos que ‘quizás’ a veces son escuchados

Y no se puede omitir el indagar como investigadores militantes, aquellas posturas de pensadores de diversos campos y disciplinas del conocimiento, que de alguna manera han sido partícipes del proceso del cambio que se espera alcanzar en relación con la comunicación como eje central.

La necesidad de entender cómo se ha pensado la comunicación en América Latina, es un ejercicio constante que implica no solo elementos de características sociales, sino que debe de alguna manera relacionarse con otros enfoques de las ciencias sociales y que se explorarán con mayor profundidad en el siguiente capítulo.

4.6.1 El repensar de la comunicación estratégica – Antonio Roveda una voz autorizada

Por ello, para esta investigación se abordaron a dos de los referentes uno en el campo de la comunicación estratégica, Antonio Roveda Hoyos, Comunicador Social Periodista de la Universidad Externado de Colombia y Doctorado en Ciencias de la Comunicación en la Universidad Complutense de Madrid, España.

Trabajó con la Complutense, fue periodista del diario El Espectador y el Noticiero Nacional. En los últimos años se ha dedicado a diseñar y a modelar entre otros la Facultad de Comunicación y Periodismo de la Universidad Minuto de Dios, en la que llegó a ser decano. Fue nombrado por el Ministerio de Educación como Par Académico del CNA²⁴, siendo Par Evaluador para los programas de pregrado y Postgrado en Comunicación y Ciencias Sociales, y quién ha participado del proceso de direccionamiento y desarrollo de las ciencias de la comunicación en Colombia en las últimas dos décadas.

El doctor Roveda, en medio del dialogo sobre las apuestas y retos que deberemos afrontar de cara al postacuerdo de paz mencionó que:

²⁴ Consejo Nacional de Acreditación - Su función esencial es la de promover y ejecutar la política de acreditación adoptada por el CESU (Consejo Nacional de Educación Superior en Colombia) y coordinar los respectivos procesos; por consiguiente, orienta a las instituciones de educación superior para que adelanten su autoevaluación, define y desarrolla el modelo de acreditación en alta calidad.



Universidad Nacional de La Plata
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Doctorado en Comunicación

...quisiera empezar por el final y es la comunicación estratégica digamos aplicada, digamos directamente a los ciudadanos rurales, a todo el sector agrícola y poder vincular algo los sectores. Creo que hay un rezago muy significativo en Colombia y en varios países de América Latina en los planes de estudio de Comunicación, **nosotros seguimos repitiendo un modelo de hace casi 80 años**, ...ha pasado una serie de fases, acumulativas pero no superadas, nosotros primero tuvimos, escuelas de periodismo nacidas hace 95 años entre Brasil y Colombia donde había un énfasis fundamentalmente en la operación del periodismo de carácter instrumental, después pasamos a ser periodistas más bien puros en términos de escritura, (los trabajadores de cuello blanco diría Bourdieu), fueron desde la década del 30 como hasta el 60, 30 años muy fuertes. (A. Roveda, Comunicación personal, 20 de junio de 2019)

El análisis del cómo se ha gestionado el tema teórico-conceptual de las ciencias de la comunicación y la gestión estratégica de la misma dan muestra clara que las ciencias comunicacionales se han enfocado en procesos periodísticos y aún hoy día se sigue trabajando en ese proceso desde hace casi ochenta años, lo que, sumado al proceso bélico del marco del acuerdo con el grupo de las FARC, nos revela que se siguen haciendo las cosas de la misma manera en ambos frentes.

Para fomentar cambios en la construcción de tejidos sociales y de la posible industrialización del campo, es necesario abordar ajustes profundos de la significación del cómo entendemos la comunicación de forma estratégica, al integrar modelos de diversos campos, y en ellos Roveda mencionó lo siguiente:

En la década del 60 nos llegan de manera, muy completa y masiva programas de comunicación en América Latina y México, Brasil y en alguna medida Colombia, son pioneros y ahí hay una huella muy Jesuítica donde incorporan al programa de periodismo más el concepto de comunicación, que era un concepto mucho más complejo, mucho más ligado a temas de lenguaje, de organizaciones, digamos ya, ya empezamos a tener unos visos mucho más claros, inclusive de empresa e incorporan, se incorporan los planes de estudios, los estudios en ciencias sociales.

...30 años consecutivos desde la década del 30 hasta el 60 y sin, sin renunciar a los estudios de periodismo, nos incorporan las ciencias sociales y humanidades, que eso le empieza a dar cuerpo a la comunicación estratégica, entonces empieza a aparecer las humanidades, historia, sociología,



Universidad Nacional de La Plata
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Doctorado en Comunicación

antropología, política, lingüística etc. Y toda la década del 60, digamos configuramos un, un profesional de las Ciencias Sociales vinculado a la Comunicación Social con ejercicios de Periodismo. (A. Roveda, Comunicación personal, 20 de junio de 2019)

La reconstrucción de paradigmas socioculturales aunados al fenómeno de la co-construcción de tejidos sociales y el abordaje de diversos entornos de la comunicación, es necesario pensarlos desde los fenómenos de cambio que se han generado en los últimos cuarenta años y que de forma acelerada, han provocado un nuevo mundo, que como lo mencionó Aldous Huxley en su obra 'Un mundo feliz' (1932), requiere que aunque el ser humano "...no desee cambios... todo condicionamiento tiende a esto: a lograr que la gente ame su inevitable destino social".

En la década del 70 nos incorporan todo el tema de la investigación que, eso viene muy ligado a todos los movimientos Antihegemónicos de la comunicación en esa década y a todo movimiento antidictadura y al informe McBride²⁵ que quería descentralizar la comunicación de los medios masivos y las grandes agencias del mundo y centrarlos la comunicación en las comunidades, en las organizaciones, en la gente.

Y en la década del 80 que es muy El Externado y La Sabana, nos centra muy fuertemente y casi que en el 90% de las facultades de Comunicación Social, todo el tema de comunicación organizacional, institucional, corporativa.

Sin renunciar a lo anterior llega un nuevo elemento, y eso es la década del 80, en la década del 90 nos olvidamos de ese debate, nos centra fuertemente el mundo de la tecnología con la llegada masiva de Internet, internet llega masivamente en la década del 90 para América Latina con el punto com. Que lo trae entre otros la Universidad de Los Andes, y finalmente digamos en mundo de las facultades de Comunicación empiezan a ser atraídos por el mundo tecnológico, los instrumentos de poder, de radio, prensa, televisión, internet etc. Y, y no es que hayamos

²⁵ también conocido como «Voces múltiples, un solo mundo», es un documento de la Unesco publicado en 1980 y redactado por una comisión presidida por el irlandés Sean MacBride, ganador del premio Nobel de la Paz. Su objetivo era analizar los problemas de la comunicación en el mundo y las sociedades modernas, particularmente con relación a la comunicación de masas y a la prensa internacional, y entonces sugerir un nuevo orden comunicacional para resolver estos problemas y promover la paz y el desarrollo humano.



Universidad Nacional de La Plata
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Doctorado en Comunicación

renunciado a una y a otra, sino que los planes de estudio son una colcha de retazos. (A. Roveda, Comunicación personal, 20 de junio de 2019)

Afrontar nuevos retos con los cambios tecnológicos y de pensamiento que se han visualizado, son solo algunos de los procesos que desde la comunicación estratégica se deben contemplar, claro está sin importar el escenario en el que se desarrollen los proyectos y acciones que fortalezcan y fomenten esas relaciones integradas que, como consecuencia, no se pueden percibir desde un solo panorama o perspectiva, al igual que la cultura, la comunicación se debe abordar como una herramienta estratégica de una forma multidisciplinar, según Roveda:

...una manera de tener un comunicador distinto, que se pueda mover en convergencias tecnológicas, en redes, que pueda ser un relacionista público pero que también pueda trabajar en... tanto en una ONG cómo en la Cruz Roja, cómo en Bavaria o como en SAB Miller o cómo donde tú quieras, porque su componente no es el escenario sino la estrategia, entonces es una persona que tiene un componente estratégico para pensar y llevar la organización independientemente de la que sea a cumplir con su objeto social.

Bien, dentro de todo ese gran panorama, la comunicación para mí jugaría un papel aún fundamental, inmaduro para este país en los temas de Paz y particularmente en los temas de eh, de ciudadanos, y del sector agrícola, de ciudadanos campesinos y del sector agrícola, yo conozco dos o tres experiencias, soy miembro de la junta directiva de APOC donde uno puede ver muy claramente la comunicación y tienes que hablar con ellos, la comunicación estratégica puesta a escenarios de la educación para el sector del agro en este país. (A. Roveda, Comunicación personal, 20 de junio de 2019)

Es una muestra clara de la necesidad de integración y de entender la importancia del otro, sin desconocer que el conocimiento de todos y cada uno de los actores es crucial e importante en el entendimiento de las nuevas realidades y de la co-construcción del campesinado que no compete a una verdad absoluta, sino al cumulo de verdades desde las diferentes formas del entendimiento del mundo, en busca constante de la evolución y de ese nuevo campo en Colombia y claro en América Latina y el mundo.



Universidad Nacional de La Plata
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Doctorado en Comunicación

Y cómo lograr esa reconstrucción de tejidos sociales y el entendimiento del cómo la comunicación estratégica se consolida entonces como una de las múltiples herramientas, para pensar y repensar esos nuevos retos de la sociedad y de la relación comunicación – sociedad – cultura, según Roveda:

---creo que tiene un papel fundamental y muchas vertientes y el primero es el de reconstrucción de tejido social campesino, el segundo evidentemente el de generar procesos de sostenibilidad y sustentabilidad que no es lo mismo del campo, tercero el de construcción de ciudadanías y cuarto el de vinculación con los ODS, entonces yo creo que el tema de la comunicación estratégica vinculado al campo tendría que ver **cómo los comunicadores incluyen dentro de su agenda propia de responsabilidad social e incorpora toda una manera de entender que hoy la construcción de ciudadanías** no solamente urbanas, que los conceptos de desarrollo, de sostenibilidad y de sustentabilidad **no son solamente unos asuntos de indicadores de las empresas y las organizaciones**, sino tiene que ver evidentemente con el ciudadano del campo, el ciudadano, con culturas, las ciudadanías agrícolas o campesinas.

Por lo tanto, creo que es un territorio eh, interesante e inexplorado, porque la mayoría de los comunicadores lo que han hecho cuando es comunicador estratega es ubicarse y situarse en la organización, pero ha desconocido las otras organizaciones y en este caso la organización del campo, rica y fundamental 14 millones de campesinos tenemos que están esperando de nuestras acciones directas y eso lo ha descuidado, de hecho fue olvidado, no, no lo conoce, le parece poco atractivo... (A. Roveda, Comunicación personal, 20 de junio de 2019)

Y como se evidencia, los procesos de aprendizaje de los comunicadores sociales son tan disímiles como dispersos, teniendo en cuenta que el acercamiento a todos los campos de la comunicación y sus diferentes abordajes, permiten visualizar que cada escuela ha sido un avance tras a otro, de forma constante pero que conllevan en algunos casos al, no desconocimiento pero si puesta al lado, de los conocimientos adquiridos para darle paso a los ‘nuevos’ conceptos hasta que llegamos a un punto en el que se ralentizó el pensamiento de los modelos quedando así en conceptos teóricos de hace varias décadas.



Universidad Nacional de La Plata
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Doctorado en Comunicación

La ruralización de la capital colombiana es una realidad que se convierte en un eje de trabajo para la comunicación estratégica de cara a los retos por venir en el desarrollo de proyectos de industrialización del campo. Para recordar el contexto del territorio, aproximadamente el veinte por ciento (20%) del territorio bogotano, equivale la zona urbana y actualmente el 80% aproximadamente es de carácter rural y muchos de los 14 millones del campesinado colombiano, ahora son migrantes a las zonas urbanas en las que buscan oportunidades de anonimato pero lucrativos y eso ha conllevado una deconstrucción del tejido social o en otros términos se convierten en nuevo modelo de actores que requieren de una co-construcción estratégica del nuevo mundo agrario.

Según Roveda:

...Bogotá en la medida en que crece no se urbaniza se ruraliza, claro! La ruralización de Bogotá es más acelerada que su propia urbanización... lo urbanizado es solamente el 23%, porque además la ruralización no es solamente lo que rodea a la ciudad sino sus habitantes, las lógicas de sus habitantes son rurales, ...hay una concepción rural, estéticamente rural.

...entre otros la gente llega a la ciudad buscando un anonimato, pero trayendo su identidad. Hay ahí un reto interesante y muy complejo en tu trabajo de grado y es; todo el debate hoy de la estrategia de comunicación, de la comunicación estratégica que eso no es un debate acabado, segundo todo lo que significa lo rural, la ruralidad, el concepto de ruralidad hoy no solamente pasa por estar en el campo, ¿si me entiendes? Pasa también por formas de producción semi rurales en la ciudad, semi urbanas en la ciudad, todo el tema de ciudadanías rurales pasa entre otras por los imaginarios de ciudad, las construcciones de ciudad ¿no?

...Es decir de qué manera, casi que la gran pregunta es, de qué manera la comunicación estratégica puede construir, Co-construir, participar, aprender, modelar el concepto de lo rural hoy en el mundo ¿no? o sea cual es el papel y eso es un tema absolutamente novedoso hoy día hay comunicadores que influyen de tener comunicación estratégica y ninguno te trabaja en la ruralidad, ninguno te trabaja en la ruralidad. (A. Roveda, Comunicación personal, 20 de junio de 2019)



Universidad Nacional de La Plata
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Doctorado en Comunicación

Proyectos como las escuelas digitales campesinas son la extensión de Radio Sutatenza, entonces nuestros campesinos han aprendido a leer y escribir, a rezar, a amar, a divorciarse, a todo desde la radio; creando nuevos modelos y paradigmas de la comunicación siendo una comunicación pura y llana, esta que podría ser estratégica, educación y sector rural en situaciones de vulnerabilidad donde hubo agresiones y donde están involucrados los territorios de violencia y están involucrados para los acuerdos de paz, en donde los comunicadores no hemos situado la comunicación nuestra más allá de lo urbano y por lo tanto tenemos un profundo desconocimiento de otros escenarios como lo rural y de las organizaciones campesinas.

Para el doctor Roveda:

Todo lo que hay en el campo pareciera que ahí no tiene cabida la comunicación por lo tanto... se podría ganar foco y limitar un territorio tipo, un territorio piloto... porque ahí hay una experiencia real y concreta en comunicación y de educación...

...uno podría pensarlo desde una manera distinta qué modelo co-constructor con las propias comunidades campesinas en comunicación estratégica con indicadores, variables, estrategias completas que hagan visible la restructuración del campo en su tejido ciudadano cuando ha sido un sector vulnerado por el conflicto armado y que hoy es sujeto de los acuerdos de paz. Fíjate que ahí puede haber dos lecturas una lectura desde el campo hacia la ciudad y una lectura propiamente del campo para rescatarlo... tendrías que determinar con que organizaciones y con qué modelos trabajarías para entender el campo... (A. Roveda, Comunicación personal, 20 de junio de 2019)

Hay se presenta un factor preponderante y es determinar con claridad los actores que propendan por proyectos que generen la co-construcción de las ciudadanías, realmente teniendo en cuenta la sapiencia, saberes y conocimientos de ONG's y otras posibles instituciones ya vinculadas en algunas zonas del campo colombiano, que fortalezcan y promuevan la relación comunicación estratégica – tejido sociocultural campesino.



Universidad Nacional de La Plata
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Doctorado en Comunicación

Un dialogo co-construido entre las partes, porque el sector campesino tampoco entiende las dinámicas de los proyectos, entonces en los proyectos se tantea mucho y cómo el campesinado en su historia y en su trabajo concreto que problemas, aciertos y desaciertos con ausencia de modelos han podido afrontar y desarrollar trabajo en territorios rurales con poblaciones vulneradas y vulnerables en el conflicto armado; y como estas organizaciones y los proyectos que allí se vinculen, podrían establecer vacíos comunicantes, porque eso todavía está por desarrollarse.

4.6.2 Una mirada en la práctica - Pedro Pérez²⁶, su experiencia con comunidades en Yacopí²⁷.

Y para poder complementar los análisis, se decidió indagar a un experto en gestión educacional de proyectos comunitarios, con quien trabajé como investigador a mediados de la década del 2000 y en el momento de la investigación se encontraba desarrollando un proyecto de carácter educacional denominado 'Transformando Vidas'²⁸, proyecto entre la Uniagraria y la Gobernación de Cundinamarca, en el municipio de Yacopí²⁹; un médico veterinario – zootecnista que en su experiencia con comunidades, lo han llevado a forjar una carrera de educador de casi 30 años y en la que ha propendido por co-construir tejido social desde la puesta en práctica real de proyectos de impacto social.

En este proyecto ha podido abordar una de las poblaciones más lejanas del departamento de Cundinamarca, al cual pertenece la zona de trabajo de campo de la investigación de esta tesis, y que por limitaciones tanto de gestión como de seguridad no se podría alcanzar en este, pero que gracias a este acercamiento permite vislumbrar, al menos de forma indirecta, los retos que conlleva el abordaje de la comunicación en otras zonas relativamente cercanas a la capital.

²⁶ Por temas de seguridad, el nombre real del entrevistado fue modificado a solicitud, teniendo en cuenta que sigue trabajando en las zonas y solicitó confidencialidad.

²⁷ Yacopí, oficialmente San Antonio de Yacopí, de difícil acceso por temas de seguridad, refundado posteriormente como Carmen de Yacopí, es un municipio colombiano del departamento de Cundinamarca, ubicado en la Provincia de Rionegro, a 177 km al noroccidente de Bogotá.

²⁸ El Fondo Administración Transformado Vidas tiene como finalidad promover el ingreso y la permanencia de los Cundinamarqueses a la Educación superior, a través de la adjudicación de créditos condonables con estrategias como Gratuidad, Matricula, Excelencia académica, mérito Deportivo y Cultural.

²⁹ Yacopí se encuentra ubicado en el sector norte del Departamento de Cundinamarca y dista de la Capital de la República a 160 kilómetros; transitando por las vías de Chía, Cajicá, Zipaquirá, Pacho, La Palma hasta llegar a Yacopí. La vía que conduce de Bogotá a Yacopí se encuentra pavimentada por tramos, la cantidad de kilómetros de vía que falta por pavimento y obras son: 51 kilómetros, este tramo es significativo ya que dificulta el transporte de personas y de productos de la región, lo que aumenta significativamente los fletes que en la actualidad se cobran por llevar a personas, mercancías y productos agrícolas a la capital.



Universidad Nacional de La Plata
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Doctorado en Comunicación

Un ejemplo de esto se visualiza en una de las imágenes que me permitió compartir, como parte del desarrollo del contexto de análisis de la presente tesis. Una imagen que da claridad a lo necesario del trabajo estratégico con las comunidades (ver figura 14), pensando en el cambio y co-construcción del tejido social, que, a partir de proyectos de implicación, fortalezcan los relacionamientos y la consolidación de la confianza en los seres humanos.

Buenos días , mi nombre es Jaime Antonio Pérez, mi cargo es de gestión educacional o educador en la zona de Rionegro Cundinamarca principalmente en los municipios de Yacopí y la Palma, la parte, en la parte gestional tenía que hablar con los rectores de los diferentes colegios adscritos a la Gobernación de Cundinamarca, 4 colegios en la zona de la palma y 6 colegios en la zona de Yacopí, la parte de Yacopí, Yacopí es uno de los municipios más grandes del Departamento de Cundinamarca que limita con el Magdalena Medio, limita por un lado por la Dorada, por el Norte limita con la victoria Boyacá y todo el Magdalena Medio es influenciado por toda esa cultura del Magdalena Medio. (P. Pérez, Comunicación personal, 15 de julio de 2018)

Una clara muestra de que el alcance estratégico de objetivos en comunicación debe ir acompañado no solo de números e indicadores, como lo intentan alcanzar en Bogotá, sino que se debe realizar un acercamiento profundo de vinculación con las comunidades para forjar los puntos de interconexión entre gestores³⁰ del cambio social y promotores³¹ del tejido social.

Para poder acercarse a las comunidades, primero se deben reconocer sus saberes, creencias, sentimientos, acciones de vida, que no se pueden realizar en un corto periodo, como toda construcción de sociedad-cultura-comunicación, es imperativo trabajar por fases y de forma modular, en la que se vayan identificando los factores que implican el reconocimiento, la apropiación, el implemento colectivo, la evaluación conjunta y la reorientación, de todas esas estrategias tácticas y acciones que co-construyan desde el dialogo el relacionamiento y saberes del ciudadano rural.

³⁰ Los gestores del cambio social son la denominación designada a los actores que forjaran lazos de confianza entre las comunidades de los proyectos de impacto rural.

³¹ Los promotores del tejido social son el nombre designado para el modelo de comunicación estratégica a proponer, en el que los campesinos con habilidades de liderazgo y guianza, puedan ser los enlaces entre los gestores y la comunidad.



Figura 15

Aportes de cambio de proyectos en la militancia investigativa



Nota: Zona de Rionegro, San Antonio de Yacopí 2018 – Colindante con Magdalena Medio – Proyecto Transformando vidas - Uniagraria

Y allí comienzan los retos, como lo indica Pérez:

Cuando fuimos a Yacopí entonces, los colegios de Yacopí era en una zona muy lejana, había colegios que demoraba uno del pueblo dos horas... Porque allá no hay ruta digamos para llegar del pueblo a los colegios, no hay ruta de bus, sino tiene que ser contratado o solo hay una ruta al día, entonces tiene que mirar que hacer uno ahí.

Hay un colegio que se llama San Rafael que queda en la vereda Llano Mateo cuando fuimos allá, dura uno hora y media en moto, porque yo contrataba moto, porque yo estaba solo, si contrataba carro me salía más caro entonces no me quedaban viáticos... (P. Pérez, Comunicación personal, 15 de julio de 2018)

De ahí que los temas de infraestructura física jueguen un papel crucial en el abordaje y la vinculación directa con las comunidades, como fuese en épocas de antaño, hay zonas del país que por su topografía y



Universidad Nacional de La Plata
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Doctorado en Comunicación

el desconocimiento de los “líderes de la hegemonía estatal”, pretenden que la comunicación se construya desde un escritorio en la capital, cuando la realidad es un tema más complejo y que requiere tiempo de trabajo y claro está recursos para su realización, lo que implica a uno de los factores más relevantes, la financiación.

Por otra parte, el sentido de apropiación de la tierra es otro factor crucial, como nos lo permitió conocer Pérez en su relato a continuación:

...lo que más me causó curiosidad en esos viajes era que yo encontraba mucho Cementerio, normalmente los cementerios los encuentra uno en los pueblos pero allá siempre cuando va uno a una vereda encuentra cementerios yo decía , después ya cuando empecé a coger confianza a que, a conocer los Rectores, a los Profesores, a la gente de la zona, yo les decía venga porque hay tanto cementerio acá; dijo no Doctor aquí cada ocho días había una masacre y mataban a diez a veinte a treinta a cualquier hora del día, únicamente por sospecha que fuera guerrillero. (P. Pérez, Comunicación personal, 15 de julio de 2018)

Esto no es sino una clara muestra del abandono estatal, en el que los ciudadanos rurales, para forjar su ecosistema de vida, consolidan y asumen roles que las comunidades aceptan o por impotencia o por miedo, impotencia al ser reconocidos como débiles o miedo a ser ejecutados por sospecha, ese temor se infunde por décadas, casi un centenar de años, que se volvieron paradigmas e imaginarios colectivos, que deben ser reconstruidos y para ello la comunicación estratégica, basada en la confianza será el eje de trabajo central de los proyectos en los marcos de cambio que buscan la sostenibilidad y la sustentabilidad.

Entonces para ello se requiere con prontitud y trabajo, proyectos como el de radio Sutatzena, mencionado con antelación por otro entrevistado, o incluso Fundación Escuelas de Paz³², lo que nos lleva a la importancia de tener en cuenta actores tanto nacionales e internacionales que se consoliden como

³² Una organización sin ánimo de lucro, con 20 años de experiencia, conformada con el objeto de aportar a la construcción de la paz en Colombia, a partir del desarrollo de acciones que favorezcan la organización, la participación y el empoderamiento de distintas actorías especialmente, de niños, niñas, hombres y mujeres jóvenes, mujeres, así como maestros y maestras, y otros liderazgos, en el ejercicio de sus ciudadanías y desarrollo de sus intereses de transformación de las realidades de injusticia y violencias y procesos de incidencia en políticas públicas. La Fundación desarrolla sus acciones en articulación con grupos de base a nivel local, en el marco de la educación para la paz entendida como construcción de culturas de paz y en el marco de los enfoques de: derechos humanos, género, interseccionalidad e interculturalidad. (Tomado de: <https://www.escuelasdepaz.co/sacraments>)



Universidad Nacional de La Plata
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Doctorado en Comunicación

garantes de los proyectos, y que de una u otra forma se conviertan en los nodos de trabajo conjunto para la co-construcción del tejido social.

...en el colegio teníamos tres programas, uno que era eh un diplomado de investigación pedagógica en contexto rurales, el segundo era felicidad, cuidado y resiliencia tanto para profesores como para estudiantes de décimo y once y el tercer programa son unas escuelas de formación central paz, que es ayudarle o enseñarle a los estudiantes de octavos, de octavo curso a hacer ecoturismo, hacer empresas eco turísticas, hacer empresas agroindustriales y ese era el programa que nosotros teníamos que era el CIAD³³.

Pero hablando con los muchachos la mayoría eran huérfanos, no tenían, los papas y la mamá los habían masacrado, entoes ellos tenían un resentimiento muy grande obviamente por irse, que oportunidades se les ve a esos muchachos y ellos decían, esas son personas calladas, ¿por qué? Porque obviamente la mayor parte de la familia se las habían masacrado porque sí. (P. Pérez, Comunicación personal, 15 de julio de 2018)

El dictar proponer charlas de felicidad, cuidado personal, resiliencia, y este tipo de conceptos que conecten con los fenómenos de búsqueda de la paz y claro promover con ello tejidos sociales novedosos e intentar co-construir paradigmas e imaginarios nuevos, requiere que se propongan desde el concepto del perdón y la aceptación del otro, en todos los sentidos de los conceptos. Identificando valores comunes y entendiendo que los saberes y relaciones sociales que fomenten un contexto de confianza desde el colectivo y no desde la individualidad, en donde la comunicación estratégica sirva como esa herramienta integradora de variables, características y factores para consolidar las nuevas formas de percibir el campo colombiano.

Se presenta con esto una dificultad y reto aún mayor, y es el hecho de que los ciudadanos sin importar si son urbanos o rurales, el afrontar la cotidianidad y la ceguera que ella conlleva, en múltiples contextos la apropiación y reconocimiento del espacio exigen el tener la capacidad desarrollada de visualizar las potencialidades con las que se cuentan y que forman parte de los individuos y el entorno,

³³ Corporación Para Investigación Aplicada Al Desarrollo CIAD – Organización sin ánimo de lucro que promueve la investigación y el desarrollo.



Universidad Nacional de La Plata
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Doctorado en Comunicación

pero que muchas veces las omitimos al no poder hacer conscientes para los imaginarios y creencias, ejemplos como elementos del ambiente, creencias y saberes que son valiosísimos, formas de actuar ante los retos y un sin número más de procesos de construcción de los entornos, son un reto crucial para la comunicación estratégica en el proceso de co-construcción

Según Pérez, estas son las experiencias que ha afrontado:

...si uno no se sabe cuidar, pues no sabe cuidar al otro y no sabe cuidar la comunidad... ellos no sabían o no saben todavía la belleza y la fortuna que ellos tienen porque hay unos municipios en esta parte sobre todo Yacopí hay zonas que son prácticamente vírgenes, unos bosques espectaculares llenos de agua, llenos de cascadas y ellos decían, no, pero uno ve aquí ese monte sabiendo que eso es un tesoro que hay allá.

Cuando nosotros empezamos a ir a dictar esos cursos de felicidad, cuidado y de resiliencia a partir del perdón (ver figura 15), a partir del autocuidado, a partir del cuidado de la naturaleza, a partir del cuidado del otro, esos muchachos cambiaron totalmente... (P. Pérez, Comunicación personal, 15 de julio de 2018)

Figura 16

Desde el perdón hacia la co-construcción de nuevos tejidos sociales



Nota: Zona de Rionegro, San Antonio de Yacopí 2018 – Colindante con Magdalena Medio – Proyecto Transformando vidas – Uniagraria



Universidad Nacional de La Plata
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Doctorado en Comunicación

El resquebrajamiento social que las comunidades han afrontado requiere de un trabajo psicoemocional, en relación con la construcción de la confianza, pero no solo desde la institucionalidad y los proyectos, sino desde el ser humano, de las relaciones humanas y del individualismo en pro del servicio colectivo. Ese desconocimiento de la realidad que han afrontado estas comunidades que vivenciaron la violencia de primera mano, hacen que la teoría sea simplemente eso, un acercamiento a tesis y conceptos que, al tratar de aterrizarlos, solo se logran con trabajos multidisciplinares, en los que la comunicación estratégica tiene el poder de sensibilizar, desde una perspectiva esquemática y estructurada.

Respecto del territorio, Pérez nos pudo señalar que en estas zonas se afrontan los siguientes retos:

...allá tienen un conflicto grave porque dicen en la zona, en la parte de paramilitarismo, Yacopí tiene fama de que tiene los mejores sicarios del mundo, y en esa época se movía mucha plata, entonces ellos piensan esa época fue muy buena porque había mucho dinero, entonces no piensan que el gobierno les puede ayudar o las instituciones, la Alcaldía o la Gobernación o los Ministerios; ellos no tienen ninguna relación que les pueda ayudar, aunque allá hay unos programas de restitución de tierras bastante, bastante buenos, pero mucha gente recibe la plata pero no la invierte en el mismo campo. (P. Pérez, Comunicación personal, 15 de julio de 2018)

Un reto complejo, teniendo en cuenta que no solo es cuestión de implementar proyectos, sino realmente como acercarse a las comunidades y darles muestra de la importancia de empoderarse y forjar nuevos tejidos y creencias sociales, en cambio de pensar en el dinero fácil y el surgimiento de nuevos terratenientes, para propender por el bienestar colectivo porque en el campo se encuentra el futuro de América Latina.

La emprenderización del campo, debe realizarse de forma multidisciplinar y estructurada, porque los campesinos son personas con mucha sapiencia y conocimiento en el campo, pero infortunadamente no han podido forjar en su gran mayoría procesos de aprendizaje en conocimientos complementarios en los que se fortalezca la industrialización del campo, que es en lo que los proyectos de trabajo colectivo integrador, forjaran esas co-construcciones que son atravesadas por la comunicación y que de forma



Universidad Nacional de La Plata
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Doctorado en Comunicación

estratégica, permitirán un posible mejor abordaje en asocio con todos los expertos que tengamos cabida allí.

Y aunque todos estos elementos de análisis toman forma a través de la comunicación, quizás pura, como lo mencionaba hace algunos párrafos atrás, la cotidianidad obscurece, las sensaciones y realidades que de forma compleja allí se integran. Al consultarle a Pérez sobre los temas de la comunicación en el desarrollo de sus actividades, mencionó que:

...por ejemplo, eh un profesor en el Eduardo Santos decía, que era de química yo como le explico, en medio de todo hay que meternos en la cabeza que el profesor ya no quiere salir del salón o sea no importa que sea el profesor de ecología o de matemáticas (risas)... No, eso es la verdad tanto en un colegio como en una universidad se metieron en la cabeza que las clases tienen que ser en el cubículo.

Entoes eso es lo que yo le decía mire, entoes yo metía la cucharada de lo que yo sabía; al tipo de química le decía, vea la gente que estudia acá es gente que vive en las fincas estos solo son los ácidos, hay plantas indicadores de solo ácidos como el helecho pero si yo veo este helecho digo son los ácidos, que deficiencia de minerales tiene, entonces empiezo a tener una clase de química ah, tengo deficiencia de calcio, de magnesio de sodio y potasio ah, porque son bases si es ácido tengo deficiencia de bases entoes ya empieza a mirar la importancia que tiene la clase de química... llevada a la práctica en la finca donde yo estoy viviendo. ¡Ahora, yo como mejor eso ah! Bueno voy a meterle un carbonato de calcio, ese carbonato de calcio cómo funciona...

Yo digo, yo digo una clase de fotosíntesis, venga salgamos a un patio, al mismo colegio pongamos una bolsita negra aquí a ver qué pasa si esas hojas se mueren o no se mueren, porque se murieron o porque no se murieron, o sea es meterles ese como ese clic a los chinos pa' que piensen que esa vaina les sirve pa' alguna joda. (P. Pérez, Comunicación personal, 15 de julio de 2018)

Con esta magistral explicación, el gestor desde la práctica social, debe involucrarse y llevar la teoría a la práctica desde la enseñanza y en esos conceptos la comunicación vista de forma estratégica juega un papel preponderante, ya que de forma integrada y estructurada el entendimiento de las relaciones, de los



Universidad Nacional de La Plata
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Doctorado en Comunicación

saberes y conocimientos, de la cultura, de la apropiación del territorio, en fin de las múltiples miradas y perspectivas, son las que construyen y fortifican el tejido social que el campo no solo colombiano sino de América Latina debe procurar para el fortalecimiento de la sociedad y de los individuos como promotores de esos 'nuevos entornos de co-construcción de la sociedad'.



5. La dimensión social y los posibles retos de la comunicación en la transformación social.

El balance general de los acercamientos a la realidad, dan pauta de los entornos sociales y cómo estos mismos se construyen y se conforman como eje de la estructura social, dando pie a la posible comprensión de esa cotidianidad que evidencia una fuerte ruptura entre la comunicación estatal y los actores con voces disminuidas por no tener acceso al poder, dando cabida a las dinámicas de la comunicación hegemónica, pero desconociendo irrefutablemente los procesos y gestión de la comunicación contrahegemónica.

Pretender evocar la verdad absoluta sobre cualquier tema, es algo imposible de pensar, porque ante la construcción y avance constante de las sociedades actuales, y anteriores también, el desarrollo de las mismas en los entornos mundiales, regionales y locales, han hecho que las experiencias y vivencias contrasten con las realidades de esos tejidos que han sido abordados por diversos campos del conocimiento, y que para tal fin desde la comunicación nos permite entender esas construcciones de saberes, esos entretejidos socio culturales y el cómo desde desemejantes elementos se pueden entrelazar los procesos de integración que cada comunidad va forjando alrededor de su territorio, orquestando las variables de integración comunicacional para entender la comunicación estratégica en el marco del campo colombiano y en especial aquellas voces que no son escuchadas, por no tener la fuerza y potencia de las maquinarias oligárquicas.

La dimensión social en relación con los retos que se plantean en el marco de los acuerdos de paz firmados con las FARC, son solo un contexto de excusa, para entender las necesidades reales que varios de los campesinos colombianos y porque no decirlo latinoamericanos, afrontan en sus realidades cotidianas, al no poder expresar sus necesidades e insuficiencias, teniendo presente que cada gobierno de turno, utiliza las maquinarias estatales, interpretando a los actores de cada sector, los procesos comunicacionales, los posibles canales de comunicación y claro la construcción de mensajes de acuerdo con sus necesidades de turno, en un afán por sostener el poder, pero no con el fin real de trabajar por las comunidades en muchos casos, sino con el fin de abordar sus deseos hegemónicos de poder, por el poder.



Universidad Nacional de La Plata
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Doctorado en Comunicación

En esta propuesta, no se pretende entender la comunicación desde propuestas activas en la implementación, sino desde la concepción previa de entendimiento, para que luego en la acción esas voces puedan tomar la relevancia que quisiésemos como seres comunicacionales constantes.

5.1 Comunicación estratégica como agente integrador de las diversas formas de percibir la construcción de tejido social.

Y cuáles son las principales transformaciones que las percepciones sobre comunicación se relacionan con el desarrollo social. Los espacios de integración que se observan desde la comunicación popular, educativa y política de cara al postacuerdo de paz colombiano, son los diversos enfoques comunicacionales que han procurado ver de forma particionada los procesos y gestión de esta.

Cuando se aborda la comunicación estratégica, como eje fundamental en la construcción de nuevos derroteros de transformación del campo colombiano, el primer tema a tener presente es qué planes, tácticas y acciones se pretenderán desarrollar dentro de los elementos de la comunicación con las voces sin voz, pero indudablemente las necesidades de cada comunidad son totalmente disimiles, pero al mismo tiempo tan cercanas, ya que el deseo de ser escuchados es lo que promueve la necesidad de abordar los componentes como el territorio, el acceso a la educación, acceso a la banca, mejoras a la calidad de vida como resultado de variados ejercicios del conocimiento.

No obstante, la comunicación estratégica no solo puede ser pensada desde las organizaciones, o desde las instituciones y porque no desde los enfoques corporativos, también se debe visibilizar y pensar desde las perspectivas sociales y la construcción de tejidos sociales que son un enfoque aún más complejo para revisar desde la estrategia comunicacional; por ejemplo al pensar en las comunicaciones integradas del marketing, y aún más complejo el universo desde el enfoque del marketing social o el *green marketing*, los elementos comunicacionales son transversales a la comunicación estratégica, porque cuando se habla del abordaje de la sostenibilidad y sustentabilidad de las comunidades y sus relaciones con los objetivos de desarrollo sostenible, el impacto es directamente proporcional visto en relación con los ámbitos transversales a las comunidades (ver gráfico 16).



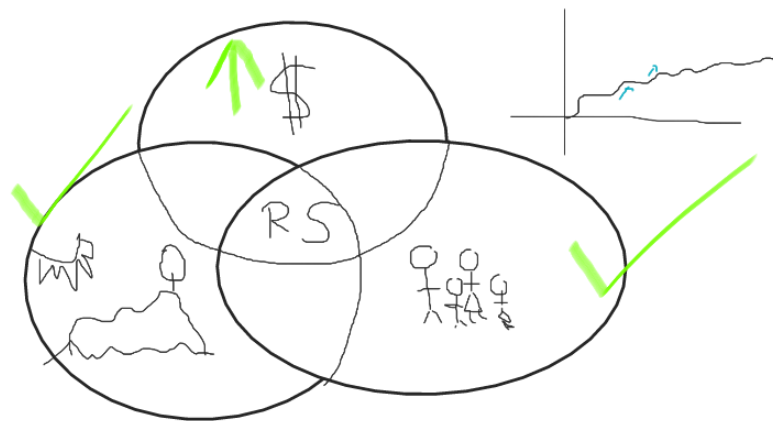
Universidad Nacional de La Plata
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Doctorado en Comunicación

Al interpretar este esquema, se evidencia que tanto las comunidades como sus relacionamientos con el estado y con otros actores del campo, se ven directamente relacionados con las necesidades del territorio y de los entornos económicos, puesto que sin estos tres ámbitos integrados de forma estratégica, el económico, lo social y lo ambiental, dejan de tener una referencia directa como parte de la implementación estratégica de la comunicación en el marco de las necesidades y requerimientos de las personas que la hacen posible, pero el solo hecho de un desconocimiento por parte de cualquiera de los actores de la misma, generará el ruido frente a los marcos estratégicos de las necesidades comunicacionales de todos.

Al hacer una revisión de los procesos actuales de comunicación con las comunidades, es inevitable abordar los conceptos desarrollados por los Objetivos de Desarrollo Sostenibles (ODS) que, en el marco de los procesos con comunidades, las comunicaciones estratégicas dentro de los procesos de planeación deben tener muy presentes e integrados en las diversas estrategias tácticas y acciones puntuales.

Figura 17

Esquematación de la responsabilidad social y la relación con sostenibilidad y sustentabilidad



Nota: Elaboración propia con conceptos de sostenibilidad y sustentabilidad en el marco de los ODS del milenio.

Un ejemplo de ello es el modelo propuesto por el teórico Marcelo Manucci³⁴, que aborda la comunicación corporativa estratégica desde la perspectiva de gestión y administración de procesos

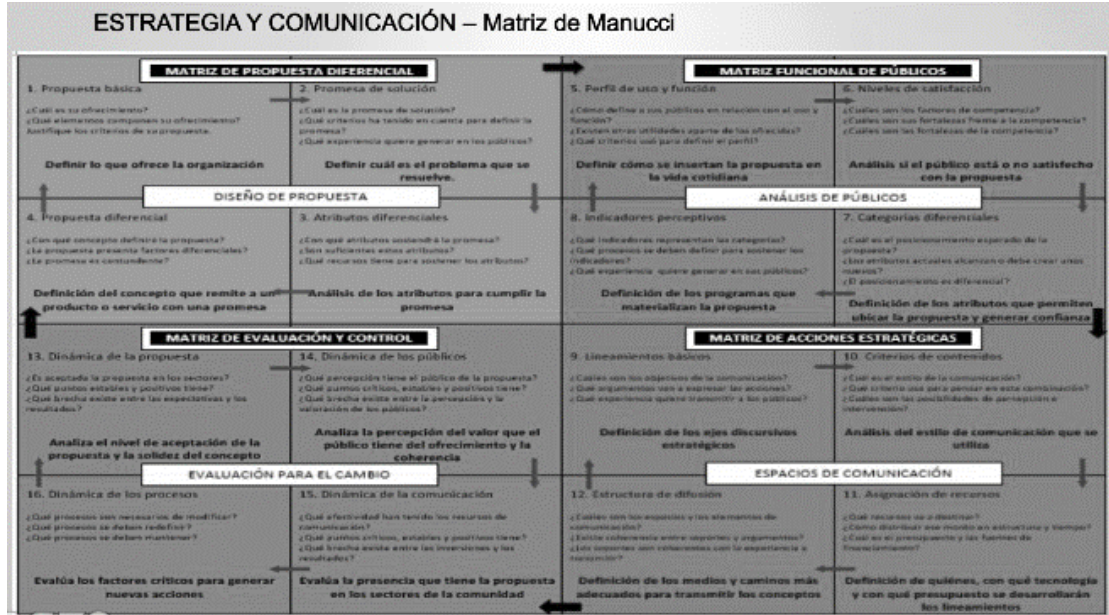
³⁴ Teórico argentino de la competitividad emocional y el desarrollo estratégico organizacional, que vincula la comunicación como eje central de sus posturas de planeación.



comunicacionales, y en la que confluyen los procesos de estrategias alineadas de la planeación, combinando elementos esenciales del entendimiento de los actores dentro de los procesos comunicacionales. (Ver figura 17)

Figura 18

Estrategia y comunicación desde la perspectiva de Manucci



Nota: Adaptado de El modelo de matrices en la relación Empresa-Cliente

En este marco, se han presentado los diversos campos de análisis de la comunicación estratégica organizacional, en términos de vincular desde empresas comerciales, pasando por las no menos importantes PYMES e incluso, tratando de planear proyectos de carácter social, pero que olvidan vincular en sus acciones puntuales a los directamente implicados, los seres humanos que no están en los marcos de entendimiento hegemónico, lo que conlleva un desarrollo de la comunicación unidireccional en la gran parte del desarrollo de su gestión, y con ello ignoran aun cuando se tengan referenciados los públicos de interés, no se logra realmente generar una retroalimentación para poder promover una real comunicación integradora.

Cuatro matrices de análisis cualitativo y cuantitativo que aportan al entendimiento de la gestión estratégica de la comunicación de cualquier proyecto organizacional y que se vinculan con los lineamientos



de los diseños de las propuestas de proyectos, aunados al entendimiento de los públicos y audiencias que así van a ser impactados, pasando por la planeación de los procesos, canales y mensajes que se deben interconectar con los públicos seleccionados para finalmente medir su impacto con los indicadores de gestión que en su anglicismo se conocen como *Key Performance Indicators* (KPI's), para con ello poder evaluar los resultados con el fin de gestionar el cambio en la comunicación integral estratégica, dan clara muestra de lo que omiten estos procesos, las voces sin voz claramente.

Y si esto se suma a los entornos corporativos, sin una interconexión con los seres humanos al interior y exterior de las organizaciones (ver figura 18), la deshumanización de las empresas y corporaciones tanto privadas como públicas y claro los conceptos hegemónicos del estado, hacen que la comunicación se involucre en un universo en el que la medición resultadista de impactos y cuantificaciones sin sensibilidad, permeen los mensajes poco estratégicos que ocasionan la ruptura de los elementos que realmente pretenden alcanzar las entidades, pero con la verdadera intervención de los directamente implicados en el campo o claro en las mismas organizaciones ciudadinas en las que cotidianamente se hace uso de este tipo de teorías.

Figura 19

Orientaciones estratégicas de la organización al proceso de las unidades de negocio



Nota: Adaptado de procesos de planeación generalizados por varios teóricos administrativos (Porter, Ghemawat, Kotler, etc.)

Esto se debe a que la orientación de la comunicación estratégica no es descentralizada y ajena a las necesidades de todos los actores involucrados y de ahí por qué se pretenden integrar los procesos, canales, mensajes y finalidades, para que la comunicación se transforme en la constructora de cambio y gestora de oportunidades de acceso a mejoras que en el caso de esta tesis busca abordar las necesidades y deseos



Universidad Nacional de La Plata
 Facultad de Periodismo y Comunicación Social
 Doctorado en Comunicación

en el campo colombiano, en el marco de los procesos de implementación inclusiva de los fenómenos socio-culturales y en la construcción de tejidos sociales que permeen las implicaciones de las comunidades agrarias, como un plan piloto de gestión del cambio.

Tabla 3

De las formas de la comunicación a las finalidades de los públicos interactuantes

FORMA DE COMUNICACIÓN	FUNCIONES	SOPORTE	PÚBLICOS RECEPTORES
Operativa	<ul style="list-style-type: none"> - Definición filosofía y estrategia organizacional - Orientar la consecución de metas y proyectos -Desarrollo estrategias para afrontar crisis 	<ul style="list-style-type: none"> - Manuales, informes y protocolos de funciones y gestión - Publicaciones y comunicaciones internas - Canales y productos digitales web 3.0 	<ul style="list-style-type: none"> - Colaboradores - Supervisores y directores - Staff organizacional - Voceros de la organización
Mercadeo	<ul style="list-style-type: none"> - Estimulación demanda bienes y servicios - Posicionamiento de marca y percepciones de bienes y servicios 	<ul style="list-style-type: none"> - Materiales POP - Publicidad - Comunicaciones Integradas de Mercadeo 	<ul style="list-style-type: none"> - Consumidores según roles - Usuarios y clientes
Impulso	<ul style="list-style-type: none"> - Construcción de cultura organizacional -Forjar espacios de comunicación circular, ascendente y descendente 	<ul style="list-style-type: none"> - Boletines y <i>Newspapers</i> - <i>Buzones de PQRSF</i> - Murales y carteleras (físicas y digitales) - <i>Foros, webinars</i> y productos digitales internos 	<ul style="list-style-type: none"> - Grupos de interés internos y externos involucrados
Servicio	<ul style="list-style-type: none"> - Planear procesos, diseñar canales y contenidos de interacción con públicos receptores 	<ul style="list-style-type: none"> - Informes de investigación - Bases de datos - Eventos según operación - Productos y contenidos digitales y tecnologías Blockchain 	<ul style="list-style-type: none"> - Grupos de interés internos y externos involucrados

Nota: Adaptado de procesos de planeación generalizados por varios teóricos administrativos (Porter, Ghemawat, Kotler, etc.)

Con esto se complejiza un entorno aún más confuso, ya que no solo se deben abordar los conceptos de comunicación pura, sino que se deben vincular otros campos y áreas del conocimiento que no son ajenos a las necesidades y requerimientos de la integralidad de la comunicación estratégica y que se enlazan con las ciencias sociales igualmente (Ver tabla 20), para tratar de inferir allí las formas de comunicación, sus funciones estratégicas y de allí inferir los canales y sus posibles públicos de forma general.



5.2 Los posibles retos de la comunicación estratégica en la construcción de la paz

Luego de este breve camino de reflexiones e indagaciones alrededor de los procesos y acercamientos a los modelos de comunicación y las realidades exploradas con las comunidades, trataré de exponer los posibles retos a los que la comunicación se enfrenta para promover ejercicios de integración en la relación Estado-Sociedad que impacten la transformación de los actores sociales de cara al 'postconflicto' en Colombia y por qué no pensarlo en América Latina.

Como primer paso debemos visibilizar cuáles son esas estructuras que desde los diversos enfoques de la comunicación, son base para generar una integración de esta (ver figura 20). Evidenciar la dificultad no solo de ingreso físico a las zonas, sino a la posibilidad de acceder al diálogo con los pobladores debido a la desconfianza provocada por la falta de cumplimiento de los diversos acuerdos logrados por décadas, sumado a las falencias de entendimiento de los discursos y mensajes en la relación estado-sociedad existente por décadas de procesos hegemónicos fallidos, y con ello el desconocimiento de las otredades e interacciones de las comunidades con sus entornos físicos e imaginarios colectivos, son quizás el primer esbozo de esos retos.

Un segundo elemento de dificultad, son las apropiaciones y construcción de tejidos provocados por la pretensión de mantener una mirada unilateral tanto de procesos, gestión de canales y con ello mensajes que son promovidos, sin una retroalimentación coherente y que permita el reconocimiento mutuo entre las instituciones y organizaciones involucradas, que promuevan un proceso de intercambio integral de las necesidades y deseos de mejora constante, entre las voces sin voz y las figuras hegemónicas estatales.

Así también, se enfrenta otro de los retos estratégicos, que es la alineación y trabajo integrado desde las instituciones gubernamentales, tal como lo vemos en diversos ámbitos del entretenimiento, la jurisdicción de las autoridades y la falta de apropiación del territorio y de las metas que se proponen alcanzar, pero que no se evidencia en la cruda realidad, debido a la construcción de entornos enmarcados por la percepción particular sobre el bienestar colectivo que debería ser premisa del desarrollo de los proyectos sostenibles y sustentables para alcanzar.



Figura 20

Bases de la estructura de los retos de la comunicación estratégica integradora



Nota: Elaboración propia de los elementos organizacionales³⁵ de la comunicación estratégica corporativa de co-construcción transversal.

Todo esto permitió identificar tal vez el reto más complejo a afrontar y los retos más exigentes para la comunicación de cara al postacuerdo, el flagelo de la corrupción, siendo uno de los componentes que más afectan e impactan los proyectos, flagelo que impide el desarrollo adecuado de las regiones, pero que evidentemente también depende de las posturas de las comunidades latinoamericanas en la construcción de los imaginarios y paradigmas colectivos, puesto que **la corrupción** es uno de los frentes fundamentales de la co-construcción, base del entendimiento de las realidades sociales y con miras a la búsqueda de oportunidades que permitan mejorar la calidad de vida de los campesinos y desde este particular, los cambios de cara a un nuevo estado social.

³⁵ Elementos organizacionales, que no solo se vinculan con los estamentos privados, sino que se vinculan con el concepto básico de las organizaciones como grupo de personas (colectividades, comunidades o empresas) y medios organizados con un fin determinado.



Figura 21

Componentes de la comunicación organizacional para la co-construcción



Nota: Componentes que conforman tanto la comunicación interna como externa organizacional, en las que su vinculación directa, dan pauta esencial de los requerimientos para trabajar con las comunidades y desde las comunidades.

En este marco, la interacción entre los diversos enfoques de la comunicación, hablando desde las perspectivas sistémicas organizacionales, permiten visualizar que el entendimiento de filosofía corporativa (Interna y externa), el desarrollo de proyectos de bienes y servicios innovadores, la omnicanalidad³⁶ y gestión de la comunicación tanto en procesos como en contenidos, deben estar íntimamente ligados a los ámbitos sociales, ambientales y claro económicos de la responsabilidad social sostenible y sustentable que se pretende alcanzar desde todos los frentes, y para ello la evaluación monitoreo constantes de sus métricas es indispensable para la toma de decisiones estratégicas en todo el proceso de co-construcción.

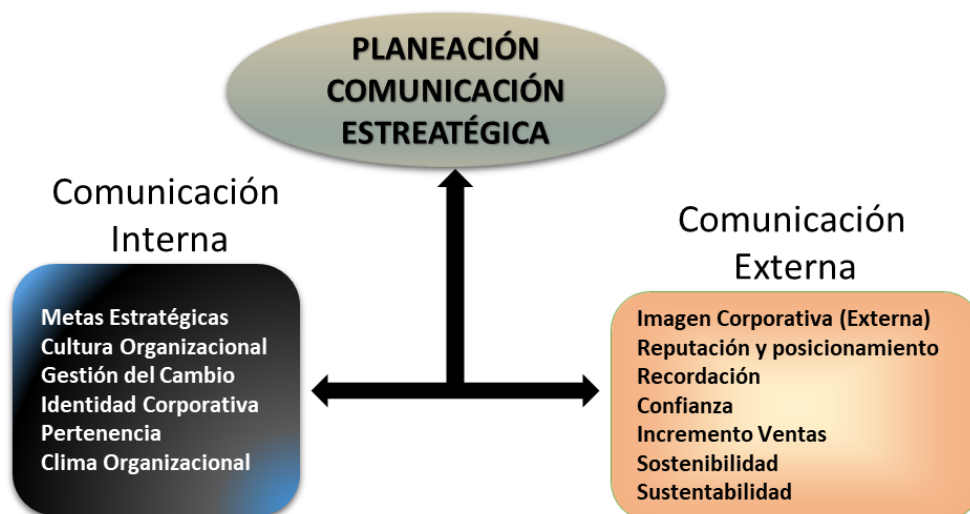
³⁶ La omnicanalidad es una de las estrategias que se deberían apropiarse desde las comunicaciones integradas de *marketing*, que busca crear experiencias valiosas entre empresas y sus consumidores, procurando gestionar la comunicación en sus procesos, canales y contenidos tanto físicos tradicionales como los novedosos digitales, para procurar una retroalimentación constante para la toma estratégica de decisiones.



Sumado a este contexto, se debe revisar la planeación estratégica de la comunicación, como parte de la orientación hacia la que se deben dirigir los procesos, en donde la comunicación ha ganado mayor importancia en las decisiones estratégicas de las organizaciones (Galvis, Y. & Silva, M., 2016) la construcción de canales, generación de contenidos y la búsqueda de reorientar la construcción de escenarios propios, que tanto para las comunidades como para las organizaciones en ese proceso de co-construcción de la relación estado-sociedad (ver figura 22), son un eje esencial de desarrollo.

Figura 22

Componentes de la planeación estratégica de la comunicación



Nota: Elementos estratégicos que se deben vincular con componentes orientados a la consecución de escenarios diseñados para la co-construcción de tejidos e imaginarios socioculturales, ambientales y económicos, como base de la integración de los espacios y la construcción de los tejidos de las comunidades.

Pretender que las orientaciones estratégicas sean la solución definitiva a la comunicación integradora, es como intuir hacia que entorno se van a dirigir las estrategias, tácticas y acciones puntuales de un plan con miras a la co-creación de entornos óptimos para la mejora de los escenarios y la construcción de tejidos y saberes.

Metas estratégicas de las organizaciones no solo privadas o hegemónicas estatales sino también la vinculación directa de las necesidades sociales que son el fin último a alcanzar, deben estar acompañadas



de la correlación directa con elementos culturales que requieren tiempo, a través de componentes de la gestión del cambio y construcción de identidades y su reconocimiento, forjando la pertenencia con los proyectos y propiciando un clima adecuado para la co-construcción, darán como resultado esperado una co-construcción de la confianza para alcanzar la reputación y posicionamiento de los proyectos en los tejidos sociales, en donde la construcción de experiencias estratégicas (Mosquera, A., Olarte, C. & Juaneda, E., 2017) de cara a los mercados y los espacios de co-construcción (ver figura 23) y con ello el alcance de apropiación de los saberes para mejorar la calidad de vida de los campesinos colombianos. Con esto serán partícipes de las acciones comerciales de sus producciones y así mismo, buscar mejores prácticas que promuevan la sostenibilidad y sustentabilidad que se procuran en el marco de los ODS y todos los hábitats que son parte de la realidad actual de estos.

Figura 23

Estructura comunicación estratégica integradora



Nota: Estructuras y procesos comunicacionales necesarios para la propuesta de co-construcción a partir de la comunicación integradora estratégica

Teniendo en cuenta todos estos aportes de la comunicación organizacional y vinculando los componentes en estos procesos, la gestión estratégica se convierte en el eje central de la co-construcción



Universidad Nacional de La Plata
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Doctorado en Comunicación

de la paz en los marcos actuales del postacuerdo, para adentrarnos en la propuesta de la comunicación integradora estratégica.

5.3 Comunicación Integradora: Posible modelo para co-construir con la comunicación

Llegados a este punto, es importante referenciar que este modelo comunicacional propositivo, de cara a las acciones con actores sociales, a los que el Estado no tiene en cuenta en el marco de los planes estratégicos de la comunicación, son solo un pequeño grano de arena por trabajar y profundizar, debido a que es pretencioso considerar que sea único e inalterable, pero sí da pauta de los componentes que se deben tener en cuenta, en la reconstrucción de tejidos sociales, el reconocimiento de los saberes colectivos y del cómo los imaginarios socioculturales forman parte del entendimiento de los procesos, mensajes y medios que son apropiados por las comunidades en su devenir cotidiano.

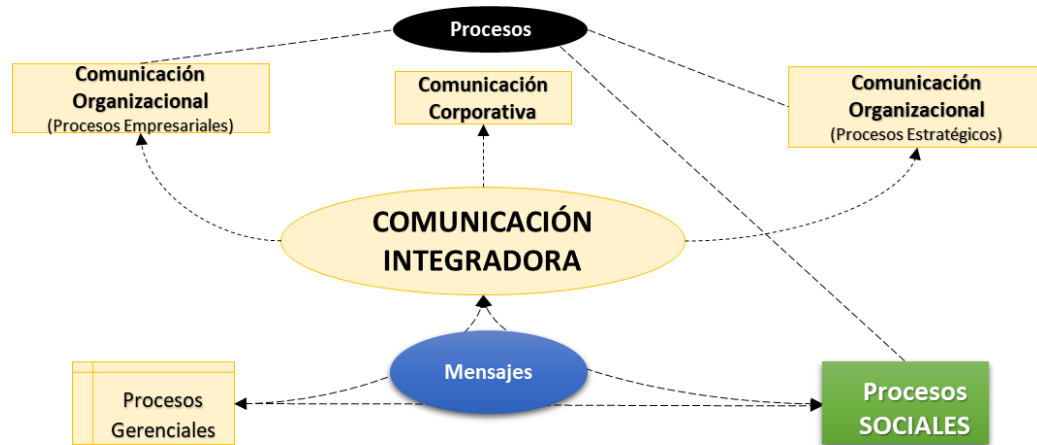
Desconocer la importancia de los diversos enfoques de la comunicación, desde los aportes de la comunicación de masas, pasando por la comunicación para la educación, la comunicación para el desarrollo y teniendo en cuenta la importancia de la comunicación organizacional en los campos sistémicos estructuralistas, llevaron a identificar los elementos que a continuación se presentan.

Como primera medida, la comunicación integradora estratégica, es un modelo propositivo que busca la interacción, la igualdad y la descentralización de los componentes hegemónicos estatales, que han sido fallidos en la consecución de resultados en un alto porcentaje de los proyectos de trabajo comunitario, bien porque los mensajes y contenidos siendo unidireccionales no logran cumplir con sus objetivos y metas, dos porque los procesos siendo unidireccionales desconocen los actores y componentes del entorno de estos, quienes son los directamente afectados en el proceso de co-construcción requerido y/o finalmente porque las variables exógenas y endógenas desde y hacia las voces sin voz y los gobiernos de turno, rompen con la edificación de la confianza y el afrontar flagelos como la corrupción, para fortalecer la tan desacreditada relación estado-sociedad, en relación con el uso desacertado de la comunicación en su enfoque estratégico.



Figura 24

Enfoques y procesos estratégicos base de la comunicación integradora



Nota: Estructura que se propone como base vinculante de los procesos sociales en un marco de comunicación organizacional estratégica que reconozca la importancia del reconocimiento de las comunidades dentro del entorno estratégico de los proyectos.

Los componentes de la comunicación integradora (ver figura 24), son una perspectiva de la comunicación que vienen a dar una base sólida incluyente de los procesos que como en la comunicación para el desarrollo y la comunicación para la educación, aportan elementos esenciales de la estrategia vista desde las comunidades para la co-construcción de sus saberes y tejidos socioculturales, para con esto visibilizar las necesidades de los pobladores del campo.

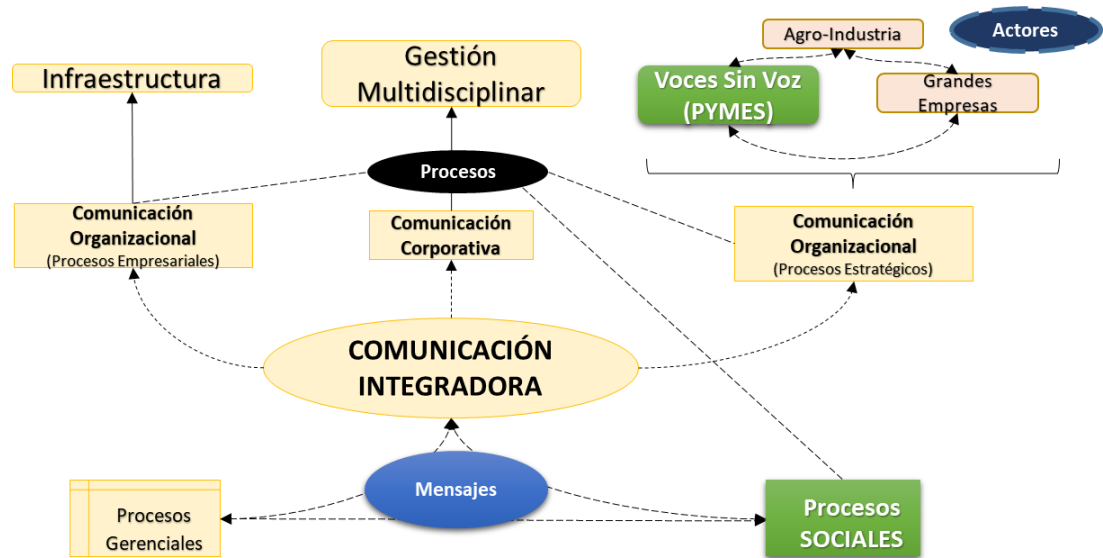
Así mismo, es fundamental entender que todos los enfoques comunicacionales, son parte esencial de la construcción de saberes y tejidos sociales, en entornos de igualdad y equidad, al reconocer los actores sociales que interactúan en el desarrollo de procesos y proyectos, la imperiosa necesidad de pasar de pretender la razón particular, para la co-construcción de nuevos ámbitos, demanda la necesidad de llegar a acuerdos que fomenten los espacios y la cimentación de bases sólidas para concebir comunicaciones multidisciplinares y estratégicas acordes a las necesidades de cada proyecto, cada comunidad y cada organización.



Siendo así, esta estructura base toma relevancia para un segundo nivel de profundización en la que intervengan (ver gráfica 25) tanto los grandes empresarios, la academia y claro está los pequeños campesinos sin voz pero que pasan a tener una relevancia directa en la toma de decisiones estratégicas, quizá con representaciones de los liderazgos de cada comunidad.

Figura 25

Actores y componentes para la co-construcción estratégica



Nota: Componentes estructurales y sistémicos que contemplan a los actores de todos los niveles en la planeación estratégica de la comunicación para afrontar los retos del postacuerdo de paz.

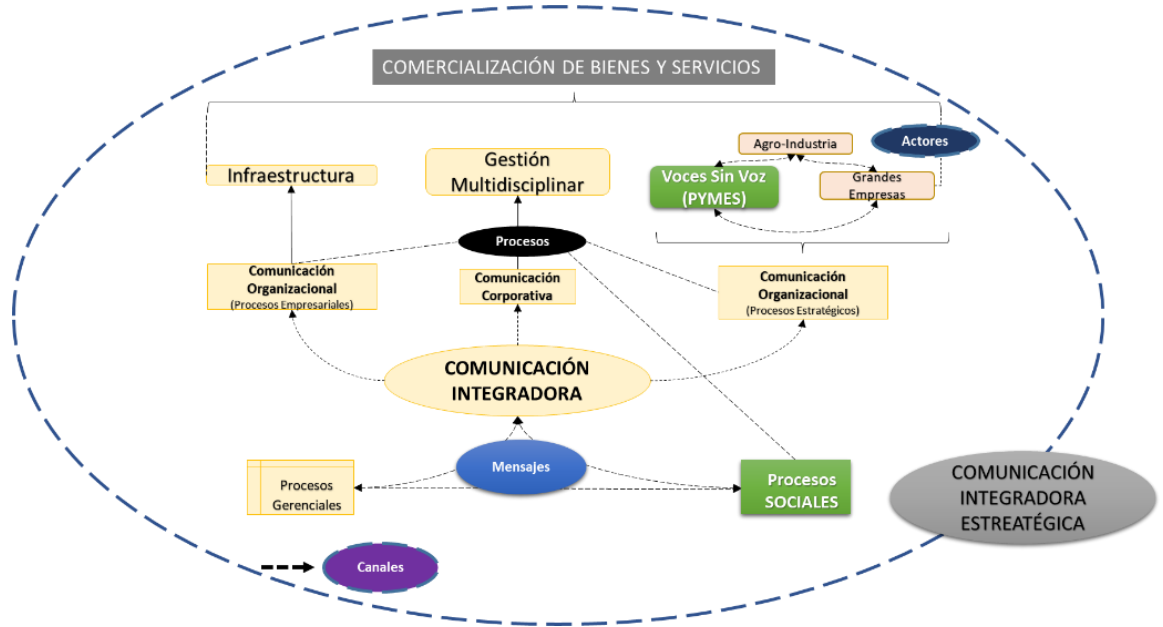
Componentes como la infraestructura, la gestión multidisciplinaria para direccionamientos tanto organizacionales en todos los rostros de la comunicación, el reconocimiento de quienes no tienen voz y quienes emiten mensajes fallidos, llevan a la estructuración de procesos comunicacionales que involucren los diversos campos y disciplinas de la comunicación, como eje central de la transformación de realidades, emociones y sentimientos que van tomando forma al reconocer a los actores como seres humanos integrados a los tejidos sociales y no como entidades o estructuras de un proyecto deshumanizado.



Esto implica claro está, que sea necesario trabajar en la militancia³⁷ en el campo, ser partícipes del reconocimiento mutuo y de las otredades de cada comunidad, profundizando en el marco de las co-construcciones conjuntas del nuevo campo colombiano.

Figura 26

Modelo de comunicación estratégica para la co-construcción de la paz en Colombia



Nota: Propuesta de la modelación de enfoques, procesos y componentes requeridos para una comunicación integradora estratégica, que sirva de herramienta y eje central para la co-construcción de la paz en el campo colombiano.

Lo que me lleva finalmente a la presentación del modelo de la comunicación integradora estratégica (MCIE) (ver figura 26), un modelo circular inclusivo e incluyente que procura abarcar los componentes socioculturales, económicos, que involucran tanto los elementos políticos, como la sostenibilidad y sustentabilidad de forma implícita, dando pauta de las necesidades de vinculación del reconocimiento de estos dispositivos en la relación estado-sociedad y que evidencian la importancia de integrar no solo a los seres humanos en sus perspectivas individuales - colectivas, sino que promuevan el desarrollo de la comunicación desde procesos integrales y mediante canales que sean óptimos para cada proyecto, descentralizando la planeación estratégica de la comunicación.

³⁷ Entendida como la adhesión a unas determinadas ideas y defensa de estas, inmersas en las realidades y contextos de las comunidades.



Universidad Nacional de La Plata
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Doctorado en Comunicación

Este es pues, el modelo que trata de integrar los enfoques, necesidades y diversos dispositivos que fueron analizados a lo largo de este proceso de co-construcción constante que en el marco de los desarrollos comunicacionales, afloran como respuesta a ese reto estratégico de la comunicación de cara al postconflicto colombiano y porque no un aporte significativo a la comunicación estratégica latinoamericana para buscar construir tejidos sociales y el reconocimiento de saberes de cara al siglo XXI.



Universidad Nacional de La Plata
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Doctorado en Comunicación

6. Consideraciones finales del viaje al Nuevo Mundo

Los enfoques teóricos latinoamericanos, han dado pauta de las necesidades de visibilización de las insuficiencias y requerimientos que la comunicación afronta, distintos a los explorados por enfoques de otras partes del mundo, esto a consecuencia de vivencias, construcciones de saberes y tejidos sociales que se han debido adaptar, en la mayoría de los casos de formas más complejas y desafiantes, que como en la presente tesis doctoral se pudo identificar, a la importancia del reconocimiento e identificación de esos dispositivos y componentes para afrontar la generación de estrategias de cambio y transformación desde la comunicación estratégica, no solo desde las organizaciones hegemónicas, sino también desde las organizaciones sociales, en donde la comunicación integral es una premisa a construir.

La comunicación como un proceso de co-construcción sociocultural, con abordajes políticos que vincule puntos de conexión entre los entornos y las necesidades de “las voces sin voz”, que promuevan la reconstrucción de nuevos tejidos sociales y la apropiación de nuevos saberes inter e intra culturales, dan base a las necesidades del entendimiento de las nuevas conexiones entre la relación estado-sociedad, son base de los retos y desafíos a los que la comunicación no debe ser ajena, sino que de forma estratégica se transforme en un eje central del proceso de vinculación de todos los actores en sus implicaciones dentro de los intereses públicos y la lucha por la democratización de los entornos rurales.

Por esto es por lo que la perspectiva comunicacional latinoamericana debe integrarse al camino ideal de una sociedad con el reconocimiento de derechos, identidades e imaginarios novedosos, para fomentar espacios de acción contrahegemónicos que fortalezcan las apropiaciones de los cambios sociales dando bases sólidas a los andamiajes de la igualdad y la inclusión de los actores sociales históricamente olvidados y desconocidos por los gobiernos de turno.

Siendo así percibido, el que este viaje culmine con una propuesta estratégica de la comunicación como integradora desde la planeación, la gestión y la co-construcción del proceso comunicacional, que aporte a la edificación y consolidación de tejidos sociales acordes con las necesidades actuales de las



Universidad Nacional de La Plata
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Doctorado en Comunicación

comunidades (en este caso rurales), pero que no desconocen los saberes y las prácticas, en donde se enmarquen acciones estratégicas con miras a la equidad y la visibilización de las otredades y de las realidades que comprendan las nuevas formas de mejorar la calidad de vida de los seres humanos que luchan día a día por construir la patria colombiana, que como dice el himno nacional en su séptima estrofa:

...En su expansivo empuje
La libertad se estrena,
Del cielo americano
Formando un pabellón³⁸.

Así surge entonces el modelo de la comunicación integradora estratégica, que reconoce no solo los elementos y dispositivos tradicionales, sino que integra las necesidades y requerimientos sociales, que busca ser parte esencial, como eje de orquestación estratégica de la co-construcción del desarrollo y expansión del campo dentro del marco de la reforma rural integral, en los procesos de la paz total, como inclusión a las nuevas realidades sociales y la mejora constante de la calidad de vida de los actores sociales desconocidos por los gobiernos de turno, observando la comunicación desde el campo a la ciudad y no como se evidencia estructuralmente, desde las concepciones gubernamentales de turno hacía la emisión de mensajes y sin contemplar las retroalimentaciones necesarias para evitar dar oportunidad a la apertura de caminos al flagelo de la corrupción, reto que no solo vive Colombia, sino que afecta a gran parte de América Latina.

De acuerdo con lo observado, el MCEI³⁹ podría aportar a los diversos campos y ciencias del conocimiento que buscan mejorar las cadenas comerciales, que fortalezcan las acciones en el campo colombiano, promoviendo espacios de acceso a los diversos actores sociales en estos procesos de reconocimiento y con ello implementar acciones operativas innovadoras que sean transversales a la importancia de entendimiento del acceso a educación, mejores infraestructuras (como parte del entorno como dispositivo de construcción de las realidades sociales) y en las que el estado y sus instituciones, han

³⁸ Segunda parte de la séptima estrofa del himno nacional de la República de Colombia, oficializado a través de la ley 33 del 18 de octubre de 1920; pero durante la presidencia de Rafael Núñez fue presentado al público por primera vez el 11 de noviembre de 1887.

³⁹ Modelo de comunicación integradora estratégica.



Universidad Nacional de La Plata
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Doctorado en Comunicación

sido negligentes en el desarrollo adecuado de estos entornos, impidiendo el potenciar las regiones e imposibilitando con ello el desarrollo de producciones más estratégicas de cara a la comercialización de productos agropecuarios en los mercados internacionales, lo que conlleva una afectación directa a la economía familiar y la calidad de vida de los “pequeños productores”, y en los que la comunicación estratégica debe integrarse para fortalecer las prácticas comunicacionales.

En relación con los tres ejes concretos que se propusieron, se exponen las siguientes aproximaciones:

- La interpretación de los saberes, la relación estado-sociedad y las relaciones de las comunidades con las prácticas en comunicación, que se atañen a comunidades rurales colombianas.

En este contexto histórico de cambio y los desafíos que la comunicación debe contemplar dentro de los dispositivos desintegrados en su mayor medida a conveniencia por los gobiernos de turno, permitió identificar el cómo la geografía y el reconocimiento del territorio desde perspectivas comunicacionales aportan a la construcción de saberes y tejidos sociales en las realidades latinoamericanas.

Es permitió la identificación de las falencias en el abordaje de las necesidades básicas de la población a trabajar, así también la visibilización del cómo la institucionalidad y los gobiernos de turno gestionan la comunicación de cara a los sectores rurales, y con ello la incidencia de flagelos como la corrupción y la violencia que las comunidades han vivido a lo largo de cerca de un siglo de confrontaciones.

La co-construcción de la relación estado-sociedad depende de la propensión por la generación de confianza a través de enclaves comunicacionales estratégicos que permitan una gestión adecuada tanto de procesos, como de discursos e indudablemente con la planeación estratégica de las estrategias, tácticas y acciones en relación directa con las comunidades, propiciando así espacios de interacción bidireccional necesaria, para lograr evidenciar el seguimiento y control requeridos para la consecución de los objetivos y metas estratégicos, para cada una de las organizaciones, tanto estatales como privadas y vinculando a las organizaciones sociales en el proceso a través de la intermediación de organizaciones sin ánimo de lucro que refieran la experiencia y experticia necesaria en el desarrollo de estos proyectos sociales.



Universidad Nacional de La Plata
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Doctorado en Comunicación

- Inferir el rol de las comunidades rurales en las apropiaciones del territorio, el desarrollo rural proyectado, la economía familiar, y la construcción de confianza entre la relación estado – sociedad, desde la perspectiva de la comunicación estratégica.

Al lograr identificar e interpretar estos dispositivos, que guardan una relación directa con el territorio, los saberes sociales existentes, al igual que los tejidos socioculturales y los entornos tanto físicos como imaginarios, en los que se desarrollan las prácticas de la comunicación en las comunidades rurales, se pudo evidenciar que los aspectos que más impactan las necesidades de implementar acciones estratégicas de la comunicación, se interconectan de forma profunda con la construcción de aspectos que promuevan el desarrollo rural de los entornos para mejorar la calidad de vida de los campesinos, así como el impacto directo con el acceso a elementos de ciencias económicas y administrativas que den acceso a mejoras en la consecución de recursos que en su fin último impacten positivamente la economía familiar de las voces sin voz.

Las prácticas hegemónicas estatales, diseñadas por los gobiernos de turno, han desafortunadamente estado cubiertas por componentes que se relacionan con los flagelos de los pueblos latinoamericanos, como el neofeudalismo, testaferrátos y claro está la corrupción que como resultado, promueven la desconfianza de las comunidades, con lo que se desvirtúa totalmente la relación estado-sociedad adecuada.

Aquí el papel de la comunicación estratégica desde sus diversos enfoques (comunicaciones para la educación, el desarrollo, la comunicación masiva y claro la comunicación organizacional, desde las perspectivas sociales), juega un papel preponderante y relevante de cara a la co-construcción de los territorios y el desarrollo rural, lo que se configura en el escenario estructural de la edificación de tejidos sociales y la necesidad de entender los saberes que las comunidades rurales por centenares de años, han practicado en la conformación de sus cotidianidades.

Finalmente, la interpretación e inferencia de los retos estratégicos de la comunicación de cara para afrontar los elementos esbozados, nos devuelve directamente a la pregunta problema: ¿cómo puede aportar la comunicación estratégica en la sensibilización, construcción de saberes y relaciones sociales que tienen las poblaciones rurales dentro del marco de la reforma rural integral propuesta por los acuerdos



Universidad Nacional de La Plata
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Doctorado en Comunicación

firmados por el gobierno de Juan Manuel Santos con las FARC en regiones cercanas a Bogotá, como aporte a un desarrollo sostenible, socialmente incluyente y de valor compartido entre los actores inherentes al progreso del campo colombiano?

Y es allí dónde la sistematización se responde a lo largo de todo el documento cuando se observa que la comunicación estratégica contribuye a la sensibilización de los sentidos sociales, la co-construcción de saberes y relaciones sociales, en los entornos y marcos de la reforma rural integral, influyendo directamente con la planeación y gestión estratégicas de la comunicación en el desarrollo social de las comunidades agrarias colombianas, y en donde intervienen actores como las ONG's, las instituciones estatales, la academia y por supuesto las comunidades rurales o más referentes para el presente documento como las "voces sin voz", pequeños productores desconocidos por centenares de años en Latinoamérica.

Por ello, se propone el modelo de comunicación integradora estratégica como el eje central de pensamiento y co-construcción de las organizaciones sociales, desde nuestra disciplina comunicacional para planear, diseñar y establecer los dispositivos que las estrategias de comunicación ajusten a las realidades sociales. Entendiendo a la relación estado-sociedad, desde perspectivas de diversidad y no como directrices tradicionalmente unidireccionales.

- Proponer la alternativa de un modelo comunicacional estratégico e integral (MCIE), que fortalezca la construcción de sentidos sociales y beneficie la proyección de la paz, en el marco de las necesidades de las reformas rurales integradas a los procesos de sentido social de cara al siglo XXI.

En este marco, pretender que se afronten todos los dispositivos de una forma ideológica, sería lo inalcanzable. Sin embargo, lo que se quiso en el trabajo de esta tesis doctoral es aportar un 'grano de arena' que de pauta a nuevos entornos académicos y prácticos para el desarrollo de los caminos al nuevo mundo.

Proponer un modelo de comunicación desde la perspectiva de la comunicación estratégica, que se pueda configurar en una guía para quienes, como es mi inspiración y hemos trabajado con comunidades, buscamos siempre mejorar el desarrollo y la mejora constante de las calidades de vida de quienes han sido



Universidad Nacional de La Plata
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Doctorado en Comunicación

menos favorecidos en los entornos hegemónicos, debido a que la relación poder-estado, está inmersa en estrecha correlación con la relación estado-sociedad que promueven prácticas no solo comunicacionales sino desde las diversas ciencias y campos del conocimiento, originando la inequidad y desigualdad.

El modelo de comunicación integradora estratégica (MCEI) propuesto, es eso, un aporte de identificación de los dispositivos a referenciar en el desarrollo bidireccional y circular de la comunicación, con el que los proyectos de cara a los desafíos del campo colombiano, puedan acoger como un proceso de entendimiento de los escenarios en los que las actores sociales, la co-construcción de saberes y tejidos sociales, contribuyan al desarrollo rural replanteando así el entendimiento de los sentidos sociales y forjen con ello beneficios para las dinámicas de cara a los caminos a seguir en el postacuerdo de paz y claro está en el postconflicto como reto estratégico para la comunicación.

6.1 Del individuo y sus aportes a la comunicación militante

Como investigador de la realidad social latinoamericana y luego de la interacción con personas maravillosas de las comunidades y actores sociales explorados, directamente involucrados con los fenómenos comunicacionales y en el marco del desarrollo rural, evidenciar las actividades cotidianas, sus prácticas comunicacionales y la observación de la importancia de servir a promover oportunidades de cambio social que fomenten mejoras para todos los colombianos y latinoamericanos, espero que a usted como lector de esta propuesta, le haya podido aportar algo de exposición para el entendimiento de las realidades que nos impactan.

Me siento honrado y afortunado de haber podido trabajar durante todo este tiempo, con el fin de contribuir a la co-construcción de nuestro pensamiento y de haber podido conocer a tan maravillosos entornos, que ojalá puedan ser vistos como de alguna manera mínima he podido acercarme y con los cuáles espero poder continuar buscando mejoras a un mejor Nuevo Mundo.

En términos investigativos, la riqueza de la información aquí recopilada permitirá que otros investigadores, fortalezcan sus ejercicios, con el ánimo de promover elementos necesarios para la generación del pensamiento estratégico de la comunicación, con nuevas propuestas ante nuestro cambiante mundo, entretrejiendo nuevos saberes, prácticas y formas de pensar la comunicación.



Bibliografía

Archila, E. (2017). La institucionalidad en el derecho del consumo y metodología para la evaluación y seguimiento de la regulación. Universidad Externado de Colombia. En J. Gutiérrez (Ed.), Consumo y competitividad. Análisis de la cadena cárnica bovina colombiana. Págs. 214-249

Arriagada, I., Atria, R., Robison, L., Siles, M. y Whiteford, S. (2003). Capital social y reducción de la pobreza en América Latina y el Caribe: en busca de un nuevo paradigma. Santiago de Chile: Cepal Editores.

Ávila, A. y Valencia L., S. (2016). Los retos del postconflicto. Bogotá, Colombia: ISBN: 978-958-8951-29-4. Primera Edición. Editora Géminis SAS.

Bacca F, Carlos (1987) De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y Hegemonía. México. Revista Razón y Palabra.
http://www.razonypalabra.org.mx/N/N75/monotematico_75/07_Baca_M75.pdf consultado el 29 de octubre de 2017.

Banco de la República de Colombia. (2017). El Acuerdo de Paz en Colombia. 2016. Acuerdo final para la terminación del conflicto y la construcción de una paz estable y duradera. Bogotá: Ban Rep. <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/politica/acuerdo-de-paz> consultado el 31 de julio de 2017

CAIRO, H., & RÍOS, J. (2019). Las élites políticas y la paz territorial en Colombia: un análisis de discurso en torno al Acuerdo de Paz. *Revista Española de Ciencia Política*, (50), 91–113. <https://doi-org.crai-ustadigital.usantotomas.edu.co/10.21308/recp.50.04>

Colectivo Situaciones (2003) Sobre el militante investigador.
<http://eipcp.net/transversal/0406/colectivosituaciones/es> consultado el 10 de octubre de 2017.

De Castro, A. (2014). Comunicación organizacional. Técnicas y estrategias. Universidad del Norte.
<https://books.google.es/books?id=WyKVBAAAQBAJ&lpg=PR14&ots=eeqEUUAbN-&dq=formas%20de%20comunicaci%C3%B3n%20tabla&lr&hl=es&pg=PR1#v=onepage&q=formas%20de%20comunicaci%C3%B3n%20tabla&f=false>

Díaz C. y Ballona A. (2013) Los problemas actuales del Impuesto Predial Rural. Revista 69 ICDT - ISSN 0122-0799 / Año 50 Núm. 69 - Bogotá, D.C. – diciembre 2013
https://www.icdt.co/publicaciones/revistas/RevistaICDT69/Articulo%202/PUB_ICDT_ART_DI



[AZDIAZCristinaLOPEZBAYONAAda_LosproblemasactualesdelImpuestoPredialRural_RevistaCDT69_Bogota_13..pdf](#) consultado el 11 de septiembre de 2021.

Fals Borda, Orlando (2008) La investigación acción en convergencias disciplinares. <http://historiaactualdos.blogspot.com.ar/2008/11/la-investigacin-accin-en-convergencias.html> consultado el 12 de octubre de 2017.

Galvis Ardila, Y., & Silva Agudelo, M. C. (2016). Comunicación: reputación y crecimiento empresarial. *Pensamiento & Gestión*, 41, 194–239. <https://search-ebSCOhost-com.crai-ustadigital.usantotomas.edu.co/login.aspx?direct=true&db=asn&AN=122029600&lang=es&site=ehost-live> Consultado el 18 de junio de 2018.

Herrera, R y Pérez, R. (2014). Nueva Teoría Estratégica: El paradigma emergente para la co-construcción y transformación de la realidad. Foro Iberoamericano sobre Estrategias de Comunicación FISE. Santillana del Pacífico S.A. Santiago de Chile, Chile. En J. Galindo (Ed.), ¿Qué queda por hacer con la NTE? Una mirada hacia el futuro Págs. 204-207.

Madridejos Ornilla, C., & Salinas Coy, Y. (2018). Nuevos Territorios De Paz. Aportes Y Recomendaciones Para La Territorialización De Los Acuerdos Y La Implementación De La Reforma Rural Integral. *OPERA - Observatorio de Políticas, Ejecución y Resultados de La Administración Pública*, (22), 5–27. <https://doi-org.crai-ustadigital.usantotomas.edu.co/10.18601/16578651.n22.02>

Mosquera, A., Olarte Pascual, C., & Juaneda Ayensa, E. J. (2017). Understanding the customer experience in the age of omni-channel shopping. *Icono 14*, 15(2), 166–188. <https://doi-org.crai-ustadigital.usantotomas.edu.co/10.7195/ri14.v15i2.1070>

Niño Martínez, C. Niño Martínez, C. y Acevedo Osorio, Á. (2016). La agricultura familiar en Colombia: estudios de caso desde la multifuncionalidad y su aporte a la paz. Fondo Editorial Universidad Cooperativa de Colombia. <https://elibro.net/es/lc/usta/titulos/85302>

Ocampo-Villegas, M. C., & Soto-Ordóñez, M. A. (2018). Desconfianza en el vecino, obstáculo en los planes de comunicación para la cohesión social en sectores rurales de Colombia. *Revista Anagramas*, 16(32), 71–83. <https://doi-org.crai-ustadigital.usantotomas.edu.co/10.22395/angr.v16n32a4>

Ortíz Salinas, F. (2008). El modelo de matrices en la relación Empresa-Cliente: el caso de una pequeña empresa de calzado. <http://www.cyta.com.ar/ta0701/v7n1a3.htm>

Ropero Beltrán, S. (2016). La institucionalidad rural en Colombia: Reflexiones para su análisis y fortalecimiento. *Mundo Agrario*, 17(35), e022. <http://www.mundoagrario.unlp.edu.ar/article/view/MAe022>



Universidad Nacional de La Plata
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Doctorado en Comunicación

Santos, Boaventura de Sousa (2007); La Universidad en el siglo XXI. Para una reforma democrática y emancipatoria de la universidad. Bolivia. Plural editores.
http://www.fts.uner.edu.ar/secretarias/academica/rev_plan_estudio_cp/materiales_de_lectura/universidad/03_de_Sousa_Santos-La_Universidad_en_el_siglo_XXI.pdf consultado el 13 de junio de 2014.

Walsh, Catherine (2010) ¿Son posibles unas ciencias sociales/culturales otras? Reflexiones en torno a las epistemologías de-coloniales. Revista Nómadas Nro. 26, Universidad Central de Colombia. <http://www.ram-wan.net/restrepo/decolonial/16-walsh-son%20posibles%20unas%20ciencias%20sociales%20culturales%20otras.pdf> consultado el 29 de septiembre de 2017.