

**Resignificación de la actividad agrícola en los municipios de Chía y Cajicá a partir del uso  
de las TIC y la Convergencia de Medios**

**Investigación realizada por:**

**Andrés Parra Parra**

**Juan Manuel Rincón Acuña**

**Asesoría Metodológica:**

**Patricia Bustamante**

**Asesoría Temática:**

**Jorge Iván Jaramillo**

**Especialización en Comunicación Estratégica  
Cohorte XI**

**Universidad Sergio Arboleda**

**Bogotá, agosto de 2016**

## Índice

1. Resumen .....	4
2. Palabras clave.....	4
3. Descripción del proyecto .....	5
4. Justificación.....	6
5. Hipótesis.....	7
6. Objetivos .....	8
6.1. Objetivo General.....	8
6.2. Objetivos Específicos.....	8
7. Marco de Antecedentes.....	8
8. Marcos de Referencia .....	11
8.1. Marco legal .....	11
8.2. Marco Contextual .....	11
8.3. Marco Conceptual.....	14
9. Marco Teórico .....	18
9.1. Territorio.....	19
9.2. Sujeto Campesino y transformaciones socio económicas.....	21
9.3. Género: Rol de la mujer en la actividad agrícola e incidencia .....	23
9.4. Ruralidad y Agricultura .....	24
9.5. Imaginarios Urbanos.....	25
9.6. Comunicación para el cambio.....	26
9.7. Acción estratégica de la comunicación.....	27
10. Metodología.....	29
10.1. Cartografía Social .....	31
10.2. Encuesta.....	32
10.3. Análisis de Contenido.....	32
10.4. Instrumentos.....	32
11. Análisis e interpretación de resultados .....	33
11.1. Matriz de Medios .....	33

11.2.	Cartografía .....	35
11.3.	Encuestas .....	38
12.	Diagnóstico.....	41
13.	Conclusiones .....	44
14.	Recomendaciones.....	45
15.	Planteamiento estratégico: La Huerta Sabana .....	47
15.1.	Justificación de la estrategia .....	49
15.2.	Objetivo general.....	49
15.3.	Objetivos específicos.....	50
15.4.	Objetivos de comunicación.....	50
16.	Concepto Estratégico .....	50
17.	Tácticas y acciones .....	54
18.	Entregables .....	56
19.	Resultados esperados .....	59
20.	Cronograma de actividades .....	60
21.	Presupuesto .....	61
22.	KPI's (Indicadores de desempeño).....	62
23.	Recomendaciones .....	63
24.	Bibliografía .....	64
25.	Anexos.....	67
25.1.	Anexo 1: Instrumento "Cartografía" .....	67
25.2.	Anexo 2: Instrumento "Encuesta comunidad campesina" .....	69
25.3.	Anexo 3: Instrumento "Encuesta conjuntos residenciales" .....	70
25.4.	Anexo 4: Instrumento "Matriz de contenidos" .....	72
25.5.	Anexo 5: Aplicación Matriz de Medios .....	73
25.6.	Anexo 6: Aplicación Encuestas.....	85
25.7.	Anexo 7: Aplicación cartografía .....	92

## **1. Resumen**

A través de este proyecto se quiso involucrar los medios locales de comunicación, las tecnologías y las redes sociales para potencializar la re-significación socio-cultural de la actividad agrícola en las familias campesinas ubicadas en los municipios de Chía y Cajicá cuyo eje fuera la comunicación.

Su objetivo específico fue involucrar a la empresa privada, las instituciones públicas y la comunidad local para generar escenarios de convergencia que abordaran conjuntamente las diversas problemáticas que afectan dicha labor y a su vez aportaran al fortalecimiento de una nueva percepción cultural del agro campesino y el bienestar de sus familias.

Se entiende el proceso de resignificación como mecanismo para devolver a los campesinos nativos de estos municipios de la Sabana Centro, su importancia y su papel protagónico, no solo en la vida diaria, sino en la economía y política local. Actores vitales para la conservación de costumbres y tradiciones que han sido heredadas y transmitidas por generaciones, y en las que la familia, la mujer y la tierra son ejes fundamentales para lograr una visibilización relevante y adecuada. Lo anterior en un contexto permeado por la urbanidad y la llegada de nuevos actores provenientes de otros lugares que inciden en las costumbres y tradiciones de los campesinos reemplazadas por nuevas lógicas del consumo y capitalismo.

## **2. Palabras clave**

TIC – Resignificación – Imaginarios – Convergencia de Medios – Comunicación Estratégica

### 3. Descripción del proyecto

¿Cómo resignificar la actividad agrícola en los sectores rurales de Chía y Cajicá, a través de la convergencia de medios de comunicación?

Los municipios aledaños a Bogotá y que constituyen el sector Sabana Centro (Cota, Chía, Cajicá, Zipaquirá) han experimentado un crecimiento importante en urbanización de espacios que anteriormente pertenecían al sector rural y que anteriormente eran utilizados por las familias campesinas para desarrollar la actividad agrícola. Según estadísticas del Dane el crecimiento urbanístico contempla un 80% frente al 20% de sectores rurales que aún existen (DANE, Censo 2005).

Esto afecta directamente la actividad económica de los sectores rurales en los cuales el campesinado, que aún subsiste de la agricultura, se ha visto afectado directamente y ha perdido el acceso a las tierras que antes utilizaba, teniendo en cuenta que esta actividad económica era una fuente importante de desarrollo años atrás. En la última década “Sabana Centro tan sólo destinó el 10,3% de sus suelos para la agricultura. Este resultado la consolidó como la décima primera provincia que aprovechó el mayor porcentaje de suelos para las actividades agrícolas. Por debajo del promedio departamental 13,3%.” (CCB, 2006, p.18).

Dicha situación se ha convertido en una problemática para los productores agrícolas campesinos que aún conservan pequeñas extensiones de tierra para cultivar, siguiendo la tradición campesina de los sectores rurales que aún subsisten. El crecimiento urbanístico se ha tomado los sectores rurales de dichos municipios gracias a la aplicación de políticas que les permite adquirir grandes extensiones de tierra y que el agricultor se ve obligado a vender ya que no cuenta con las herramientas necesarias para defender dichos terrenos; sin embargo, en el plan de ordenamiento territorial POT no se ha tomado en cuenta las implicaciones económicas que este desarrollo genera en la comunidad campesina.

La situación actual, sumada a la competencia de grandes marcas generada por el desarrollo en las cabeceras municipales, ha afectado de manera directa a la agricultura no monopolizada del sector. Este desarrollo también trae consigo una constante tensión entre las urbanizaciones ubicadas en las zonas veredales y las parcelas campesinas, situación que poco a poco acaba con la actividad agrícola pues pierde su importancia frente a las necesidades actuales de la población. Los proyectos de expansión urbanística por su parte ejercen presión sobre los terrenos que impiden su crecimiento.

#### **4. Justificación**

Dado el panorama se hizo indispensable un programa de fortalecimiento en la actividad agrícola de los pequeños productores locales, pues este modelo económico sigue vigente y necesita espacios de visibilización para generar conciencia en la comunidad y las instituciones públicas y privadas que intervienen en el desarrollo urbanístico y económico de la sabana centro de Cundinamarca.

Para la problemática planteada anteriormente se desarrolló el planteamiento de un proyecto estratégico en comunicación que permitiera resignificar el valor de la actividad agrícola y a su vez conectar a la comunidad campesina con las entidades públicas, privadas y urbanizaciones, con el fin de generar entornos de participación y convivencia que fortalezcan el desarrollo de la agricultura.

En esta estrategia se involucra un componente tecnológico (aplicativo y web) que permite direccionar una comunicación hacia los diferentes actores, teniendo como eje el componente de resignificación y conocimiento de la producción agrícola de las familias campesinas del territorio. De la mano con los medios locales de comunicación se implementará una plataforma

que integre todos los componentes mencionados anteriormente y que permita generar conexiones entre los diferentes actores para la resignificación de la labor campesina.

## **5. Hipótesis**

Con base en el planteamiento del problema desarrollado anteriormente, y con el objetivo de confrontar una situación real frente a una esperada con la implementación posterior de una estrategia de comunicación, se planteó la siguiente hipótesis:

A partir de la aplicación del proyecto investigativo se visibilizará la problemática de la comunidad campesina en los sectores rurales de los municipios de Chía y Cajicá en torno a la práctica de la agricultura como actividad socioeconómica fundamental para su desarrollo, paralelo a la expansión urbanística cuya coyuntura demanda otras prácticas, las cuales ponen en riesgo el desarrollo agrícola local.

Se espera que la aplicación de las herramientas investigativas refleje la situación problemática de la comunidad campesina en esta coyuntura de desarrollo económico y social. En los hallazgos se encontrará información necesaria para soportar la siguiente hipótesis

La actividad agrícola campesina se ve amenazada y disminuida en la última década a partir de la evolución urbanística de Chía y Cajicá, impactando directamente la estructura familiar, social y económica de la comunidad campesina de los sectores rurales. Por su parte se espera que la investigación refleje la poca importancia que tiene la actividad agrícola para los habitantes de los municipios a analizar, así como la carencia de medios y canales de comunicación que aporten al fortalecimiento y den importancia a esta coyuntura rural.

## 6. Objetivos

### 6.1. Objetivo General

Identificar la problemática de la actividad agrícola en los municipios de Chía y Cajicá para su resignificación a través de la convergencia de medios.

### 6.2. Objetivos Específicos

- Analizar el contexto sociocultural, económico y político de los sectores rurales en los que se realiza la actividad agrícola.
- Identificar el imaginario colectivo que tienen los habitantes de Chía y Cajicá en torno a la actividad agrícola realizada por los campesinos de los sectores rurales.
- Conocer la participación de la comunidad agrícola en los medios de comunicación y en las plataformas tecnológicas de Chía y Cajicá.

## 7. Marco de Antecedentes

Dentro de la conformación de los antecedentes para este proyecto se encontró un sin número de investigaciones que apuntaban al tema agrícola, pero no tenían en cuenta la parte de la tecnología y mucho menos de la reivindicación del agro como un trabajo que aporta de manera significativa al desarrollo de un país. Luego de un juicioso análisis, se decidió tomar 4 fuentes que se revisarán a continuación.

El primer referente es un trabajo realizado en Nicaragua llamado “Comunicación estratégica para el desarrollo agrícola *El caso del Programa Nacional de Tecnología y Formación Técnica Agropecuaria en Nicaragua*” (Bruni y Calabrense; 2008), que tenía como objetivo principal

integrar todas las entidades que trabajaban en pro de la agricultura en una sola plataforma tecnológica, además de cambiar la percepción y el comportamiento respecto a los temas de tecnología agropecuaria.

Este trabajo se socializó a través de los medios de comunicación, como la televisión, la radio, la prensa escrita y diferentes impresos, como metodología para lograr la integración de las diferentes entidades y el cambio de la percepción mencionada anteriormente. Para este trabajo los investigadores utilizaron una metodología participativa, en donde los campesinos y los demás actores identificaban, visibilizaban y posteriormente comunicaban los hallazgos y resultados a toda la comunidad, a través de los diferentes medios de comunicación.

El segundo trabajo fue desarrollado en el 2002 y se denominó “Comunicación rural y manejo de información para la sostenibilidad de la agricultura familiar” (Mastrapa y Basnuevo, 2002). Resulta de la importancia de apoderarse de las nuevas tecnologías de comunicación e información para la expansión rural y la formación de un campesinado más preparado para el trabajo en el campo.

Las metodologías que se usaron para desarrollar este trabajo, fueron la capacitación a los públicos establecidos que necesitaban recibir conocimiento sobre las nuevas tecnologías para la proyección de su labor y de esta manera dar una nueva perspectiva al campo. Una segunda metodología usada fue un trabajo con la comunidad mediante talleres para evidenciar la importancia de cambiar su actitud frente al papel de la información. El resultado reflejó la gran relación y la importancia que tiene el manejo de la información y la comunicación rural en el desarrollo de los trabajos participativos.

Un tercer trabajo denominado “Sembrando Innovación Para La Competitividad Del Sector Agropecuario Colombiano” (Galvis, Rodriguez y Ramos ; 2011) tuvo como objetivo presentar un panorama general del direccionamiento de la ciencia, la tecnología y la innovación en

Colombia y específicamente en el sector agropecuario, abordando los principales mecanismos generados con dicho propósito, así como la inversión que se ha destinado para fortalecer el desarrollo de proyectos de investigación y desarrollo tecnológico. Fue estructurado en Colombia, bajo una línea de investigación participativa, encuestas, análisis de talleres y actividades con la comunidad.

La investigación fue desarrollada por un grupo de investigadores que quería presentar una serie de generalidades del proceso, además de plantear un análisis global de los lineamientos tecnológicos y organizacionales e institucionales identificados. Para concluir, con los retos que debe enfrentar el sistema a partir de la finalización de la definición de las agendas de investigación y desarrollo tecnológico.

El último proyecto investigativo que se tuvo en cuenta para esta investigación y el desarrollo posterior de la estrategia de comunicación, denominado “Políticas para el desarrollo de la agricultura en Colombia” (Perfetti, 2013), llevado a cabo en el año 2013 en Colombia, tiene como objetivo contribuir a las conversaciones que se adelantan en la mesa de negociaciones para la terminación del conflicto y la construcción de una paz en Colombia. Esta publicación se estructuró bajo una metodología de análisis de documentos y archivos, así como la observación en la participación de algunas comunidades que aportaron en gran medida para la construcción del documento.

El libro trabaja la anterior premisa a partir de cuatro estudios: i) La agricultura y el desarrollo de los territorios rurales; ii) Tierra para uso agropecuario; iii) Capital básico para la agricultura colombiana; y iv) La vinculación de los pequeños productores al desarrollo de la agricultura.

Los estudios mencionados anteriormente recogen información importante para generar un panorama visible frente al papel y la importancia del campo durante el proceso de paz y luego

durante el posconflicto, generando así mecanismos de participación para el crecimiento y la reivindicación del campo en la agenda nacional.

Dichos estudios dan una orientación precisa para el trabajo investigativo que se presenta en este documento. Los análisis consultados dan un abordaje orientado a las prácticas agrícolas y su importancia en el desarrollo del territorio nacional y local, los abordajes metodológicos para la ejecución del componente investigativo y la aplicación de modelos participativos para la construcción conjunta de soluciones referentes a las diversas problemáticas que surgen de este enfoque rural. Para la resignificación de la actividad agrícola en Chía y Cajicá a partir de la convergencia de medios, el análisis de estas investigaciones brinda un insumo de gran relevancia en la construcción de metodologías propias, abordajes e instrumentos para la recolección de información y posterior ejecución desde el enfoque comunicativo estratégico.

## **8. Marcos de Referencia**

### **8.1. Marco legal**

Dadas las condiciones legales y políticas de los municipios de Chía y Cajicá, es preciso aclarar que este marco está sujeto a las nuevas administraciones públicas y a sus políticas que se emitirán hacia el mes de agosto de año 2016. Contextualmente las administraciones actuales están cerrando su ciclo para dar paso a otras nuevas, elegidas popularmente por los habitantes de dichos territorios. Sin embargo, para la propuesta estratégica de este proyecto, se retomarán las diferentes políticas locales de cada municipio tan pronto sean emitidas. (POT preliminar en Chía y Cajicá).

### **8.2. Marco Contextual**

Los municipios de interés para el desarrollo de este proyecto (Chía y Cajicá) hacen parte de la Sabana de Bogotá, ubicada sobre la cuenca alta del Río Bogotá, la cual abarca una extensión cercana a las 425.000 hectáreas. Está ubicada sobre la Cordillera Oriental, prácticamente en el

territorio central de Colombia. La Sabana de Bogotá es asiento de veintiséis municipios del Departamento de Cundinamarca y de una parte considerable del Distrito Capital de Santafé de Bogotá. Además, las tradicionales cabeceras municipales de la región tienden a crecer acelerada y diferencialmente configurándose como lugares dormitorio y/o centros alternativos de desarrollo urbano.

El proceso de ocupación urbana de la región se ha dado con mayor intensidad sobre las áreas planas como es el caso de la sabana centro, en donde los proyectos han dado paso a desarrollos regionales e incremento en los precios del suelo sobre las áreas con mayor regularidad en la urbanización (como en Chía y Cajicá).

La cercanía de los municipios de la sabana con Bogotá ha permitido que muchas familias se movilicen y urbanicen las áreas rurales de los municipios, con mayor énfasis en los municipios de Chía, Cajicá y Cota, lo que se ha caracterizado como una conurbación suburbana soportada por la red de caminos y carreteras veredales.

Los escasos terrenos sin urbanizar continúan siendo ocupados preferencialmente por proyectos de vivienda, según los ritmos de los ciclos de la industria de la construcción y la disposición de crédito y de ahorros; la disposición de recursos para programas de Vivienda de Interés Social (VIS) y las promociones de lotes sin obras de urbanización de los "urbanizadores piratas"; la creciente edificación de grandes superficies comerciales; la oferta de nuevos equipamientos colectivos y servicios urbanos, como formas más notorias y presentes en la ciudad.

En lo económico, el Departamento aporta a la formación del PIB nacional el 5,2% ocupando el quinto lugar después de Bogotá D.C, Antioquia, Valle del Cauca y Santander, que en los primeros cinco años de esta década superó los 12 billones de pesos. Los municipios con mayor participación corresponden a Zipaquirá con el 18% y Chía con el 16%. (Fuente: DANE 2005).

Analizando la región Sabana Centro se encuentra que la población de esta región es de 389.905 habitantes en un área de 1.026 km<sup>2</sup>, lo que da una densidad de 380 Hab/km<sup>2</sup>, y según este criterio se considera urbano. Además de lo anterior en las cabeceras de estos municipios viven 256.115 habitantes, que corresponde al 66% de la población y da un grado de ruralidad (urbano) intermedio. Se resalta que la población de la región Sabana Centro corresponde al 17 % de la población de Cundinamarca sin Bogotá y solo al 4,3% si se contabiliza a la capital de la República. (Fuente: *Generación de ingresos rurales en Sabana de Cundinamarca*, 2010)

Sabana Centro cuenta con 62.717 viviendas, representando el 14,1% del total departamental; de éstas el 50% (31.366 viviendas) se localizan en la zona urbana y el 49,99% restante (31.351 viviendas) en la zona rural. (Fuente: Contraloría General de la república - *Generación de ingresos rurales en Sabana de Cundinamarca*, 2010)

Los productos más representativos de la rama de actividad agrícola en la provincia permiten ver la siguiente estructura productiva: Las flores con el 65,8%, los tubérculos, hortalizas y legumbres el 16,3%, las frutas el 6,4%, los cereales el 1,8% y las oleaginosas con el 0,33%. Mientras que las hortalizas ofrecen mejor oferta de trabajo en Simijaca, Villapinzón, Chía, Tenjo y Cajicá. (Fuente: Contraloría General de la república - *Generación de ingresos rurales en Sabana de Cundinamarca*, 2010)

### **Territorios de análisis:**

Chía es un municipio colombiano ubicado en el departamento de Cundinamarca, emplazado sobre una población existente desde la época precolombina, siendo con 126.647 habitantes el municipio más poblado de la provincia sabana centro. Se encuentra ubicado a 10 kilómetros al norte de Bogotá, sobre la carretera que conduce hacia el municipio de Zipaquirá. Hay un crecimiento habitacional importante, con una gran cantidad de urbanizaciones tanto en la zona urbana del municipio como en sus zonas rurales.

Cajicá es un municipio colombiano localizado en el departamento de Cundinamarca. Se encuentra ubicado en la provincia de Sabana Centro, siendo el tercer municipio más poblado de la provincia después de Zipaquirá y Chía. Su origen es precolombino, y se localiza al norte de Bogotá en la carretera que conduce a Zipaquirá. Limita por el norte con el municipio de Zipaquirá; por el sur con Chía; por el oriente con Sopó; y por el occidente con Tabio.

**Figura 1.1 – Geolocalización de municipios Sabana Centro**



(Fuente: - [Zipaquirácundinamarca.com.co](http://Zipaquirácundinamarca.com.co))

### **8.3. Marco Conceptual**

Para esta investigación se consideraron las siguientes categorías de investigación:

- Comunicación
- Convergencia de medios
- Imaginario
- Resignificación

Un proyecto de resignificación sociocultural, que se basaba en la comunicación como eje transformador, y en la tecnología como herramienta de convergencia, necesariamente requería desarrollar muy bien estos conceptos; sin embargo, estos constantemente se interpolan para dar paso a nuevos modelos comunicativos que fueron de gran ayuda para la realización de esta investigación y más aún dada la importancia de esta nueva comunicación sistematizada que recorre cada rincón de los territorios. Para ello se hizo relevante referirse a un nuevo concepto, el de ecosistema comunicativo.

“La aparición de un ecosistema comunicativo se está convirtiendo para nuestras sociedades en algo tan vital como el ecosistema verde, ambiental. La primera manifestación de ese ecosistema es la multiplicación y densificación cotidiana de las tecnologías comunicativas e informacionales, pero su manifestación más profunda se halla en las nuevas sensibilidades, lenguajes y escrituras que las tecnologías catalizan y desarrollan”. (Barbero, 2002, pág. 1)

Este ecosistema comunicativo se relaciona directamente con cada uno de los medios de comunicación locales que tenían una influencia puntual en la problemática planteada para este proyecto. La comunicación de cada actor es fue gran interés para analizar los contenidos que se generan alrededor de la actividad agrícola local y las diversas situaciones económicas, políticas y culturales que impactan en dicha labor.

Para la investigación es necesario entender que estos actores deben converger en su función comunicativa e integrarse mutuamente, permitiendo así construir una red que aporte a la transformación de una situación evidente que afecta la economía agrícola campesina.

“La convergencia es el flujo de contenido a través de múltiples plataformas mediáticas, la cooperación en tres múltiples industrias mediáticas y el comportamiento migratorio de las audiencias mediáticas, dispuesta a ir a cualquier parte en busca del tipo deseado de experiencias de entretenimiento” (Islas, 2009, pág. 26).

La convergencia de medios contribuirá de manera significativa en la estrategia comunicativa para relacionar los diferentes actores que influyen directamente en la problemática sociocultural de las comunidades campesinas, dedicadas a la agricultura de los municipios anteriormente mencionados. Dicha convergencia permitirá hacer uso eficiente de las diversas tecnologías existentes en el territorio y construir tejido social desde la comunicación y la información pertinente.

Carlos Scolari (Scolari, 2008) define la Convergencia de medios en cuatro dimensiones: la Empresarial, la Tecnológica, la Profesional y la Comunicativa. Pero para esta investigación fue necesario revisar la definición del autor, acerca de la Convergencia de Medios en la dimensión Comunicativa, en donde sugiere que esta nace como una nueva retórica multimedia, que se expande a través de lenguajes y medios resultando en una convergencia de servicios, es decir, una misma información que se distribuye en diferentes canales. Este nuevo planteamiento de la Convergencia de Medios que propone Scolari, encuentra que los actores involucrados en un determinado escenario son los encargados de generar esta convergencia con su retórica, a través de diferentes lenguajes y compartiéndola a través de diversos canales y plataformas.

A su vez, "la convergencia altera la lógica con la que operan las industrias mediáticas y con la que procesan la información y el entretenimiento los consumidores de los medios" (Islas, 2009, pág. 27), este enunciado permite entender la importancia de la convergencia en su relación con los medios de comunicación, que en este caso operan localmente, pero que tienen una gran incidencia en los municipios de Chía y Cajicá, pues, como se mencionó anteriormente, las industrias mediáticas son indispensables para fortalecer una estrategia comunicativa encaminada a la resignificación de imaginarios colectivos, necesarios para proteger y sensibilizar a la comunidad involucrada en los efectos del acelerado crecimiento urbanístico y la ausencia de políticas claras que protejan la actividad agrícola en el territorio.

Esta convergencia de medios, en el escenario cultural, permitirá que los actores involucrados actúen de manera autónoma y se identifiquen con el contexto problematizador de las prácticas socioculturales de la comunidad campesina.

El siguiente concepto clave para la investigación fue el de imaginario, una construcción colectiva de diversas imágenes que trascienden el entorno cultural y se permean en las decisiones y acciones de los diversos actores de una comunidad, y para esto, nuevamente la comunicación tiene un papel fundamental.

Para desarrollar el concepto de imaginario desde una aproximación teórica se retomaron los estudios realizados por Armando Silva en su libro “Imaginarios Urbanos”, en donde el autor afirma que “La ciudad es la imagen de un mundo, pero también del modo contrario: el mundo de una imagen, que lenta y colectivamente se va construyendo y volviendo a construir, incesantemente” (Silva, 2006, s.n), además de retomar algunos análisis, sobre las expresiones urbanas o temas de género y ver su impacto en la construcción del imaginario urbano.

El imaginario colectivo encuentra su origen en lo que desea, imagina y piensa una sociedad respecto a algo en particular, en este caso respecto a la comunidad agrícola local y el valor de la agricultura no industrializada. Sin embargo, aparece un concepto más profundo sobre los imaginarios en el entorno y su relación con la ciudad, es el concepto de imaginario urbano, desarrollado por Nestor García Canclini.

El imaginario urbano se conforma de todas las ideas particulares y luego generalizadas por los medios de comunicación sobre los que no hay una interacción directa, es decir que se basan en lo que se dice de un entorno, o lo que este proyecta a la sociedad.

“Construimos suposiciones sobre lo que vemos, sobre quienes se nos cruzan, las zonas de la ciudad que desconocemos y tenemos que atravesar para llegar a otro destino, en suma,

que nos pasa con los otros en la ciudad. Gran parte de lo que nos pasa es imaginario, porque no surge de una interacción real... Estos imaginarios urbanos son parte de la historia urbana. Una manera de estudiar esos imaginarios urbanos es revisar cómo la ciudad es construida en el discurso periodístico diario, en la radio y en la televisión”. (Canclini, 1997, pág. 137)

Con referencia en lo anterior, el proyecto pretende, a través de una estrategia comunicativa generar un proceso de resignificación cultural y social de los imaginarios que se tienen sobre el agricultor campesino y la importancia de su labor en cada uno de los actores involucrados, y particularmente a los habitantes del casco urbano. Por ello se desarrolló otro concepto, el de resignificación, pero una resignificación enfocada al territorio. Repensar culturalmente y socialmente el territorio en el que se conjugan diversas prácticas que construyen su propia identidad requiere encontrar una “comprensión de dicha sociedad actual a través de algunos temas claves como el espacio, la identidad, los medios de comunicación y el consumo cultural”. (Ortiz, 1998, pág. 233). La resignificación entonces implica un cambio estructural que deriva de las construcciones culturales del entorno, y pretende enfocar una nueva visión compartida de las prácticas, creencias y percepciones alrededor de algo que socialmente es aceptado y entendido.

La investigación requería entender las cuestiones del imaginario y, en definitiva, de la identidad colectiva que los actores tienen sobre sí mismos y sobre la problemática planteada, pues desde allí se trabaja la estrategia comunicativa y su objetivo de resignificación a nivel local.

## **9. Marco Teórico**

El presente marco teórico se desarrolló a partir de la postura de autores contemporáneos que abordan cada uno de los temas desde un enfoque estratégico. El planteamiento del mismo parte desde las teorías orientadas al territorio (Luis Hernández), el sujeto campesino (Fals Borda), la interacción del campesinado con prácticas económicas modernas (Hobsbawm y Feder), la integración del acto comunicativo en la construcción de sentido y realidad (Barbero), la dinámica de los medios de comunicación y su incidencia en el imaginario colectivo (Giménez), los

lineamientos teóricos del enfoque habermasiano hacia la necesidad de nuevos escenarios comunicativos para generar el diálogo y el entendimiento entre actores (Rad), la orientación estratégica de dicha comunicación para el acercamiento a una situación deseada (Massoni y Pérez), el imaginario colectivo transversal en la problemática planteada (Silva y Peñuela) y finalmente la resignificación de dichos imaginarios como eje transformador (Ortiz).

### **9.1. Territorio**

En primera media es necesario entender el contexto desde el territorio como marco de análisis y su papel fundamental para la aproximación al problema planteado anteriormente. La agricultura en Colombia ha logrado solventarse a pesar de las pocas intervenciones del gobierno, en su mayoría fallidas o con intereses particulares, para fortalecer este marco económico que tiene todas las condiciones para posicionarse como un escenario de crecimiento nacional y netamente arraigado a las tradiciones culturales de muchos territorios. Pese a esto, las condiciones actuales han impactado de manera negativa en el quehacer del campesino agricultor.

Un panorama similar se evidencia en el eje espacial de esta investigación; pues, como se mencionó anteriormente, el agro en los municipios de sabana centro, especialmente en Chía y Cajicá, ha perdido su importancia por parte de la comunidad en general y por los mismos campesinos, todo a partir de diversas causas que ya se han identificado en el planteamiento de este proyecto conjunto a otras causas emergentes que surgieron con la implementación de las herramientas metodológicas. Sin embargo, se hizo necesario centrar la mirada en un abordaje teórico que refuerce el objeto de la investigación, y por tanto descifrar a partir de otros postulados el camino a seguir.

Una primera aproximación automáticamente se centró en el desarrollo de territorio, espacio físico, cultural, político y social que trasciende lo que a primera vista es entendido como espacio geográfico. A partir del territorio se construyen identidades, prácticas culturales, desarrollo socioeconómico y patrimonio. En el entorno rural del campesinado el territorio es el centro de

toda estructura y como tal es fundamental para el desarrollo y progreso de cada familia campesina.

“El territorio ayuda en la interpretación y comprensión de las relaciones sociales vinculadas con la dimensión espacial; va a contener las prácticas sociales y los sentidos simbólicos que los seres humanos desarrollan en la sociedad en su íntima relación con la naturaleza, algunas de las cuales cambian de manera fugaz, pero otras se conservan adheridas en el tiempo y el espacio de una sociedad” (Hernández, 2010, p.208)

En la problemática de la actividad agrícola en los municipios de Chía y Cajicá el territorio merece una atención especial. Es el eje de los conflictos internos por parte de la comunidad campesina y la industria urbanística. No existe un entendimiento pleno de la importancia del territorio, más allá de la explotación económica, que sirva de ancla para frenar las decisiones administrativas en beneficio de entidades privadas que buscan intereses comunes y sistemáticamente afectan todo el entramado global de la comunidad agrícola campesina local.

“El territorio es más que un concepto disciplinario, pues ha pasado a convertirse en un concepto interdisciplinario y a formar parte de los referentes teóricos de las diversas disciplinas que tienen como objeto de estudio los múltiples tipos de relaciones que despliegan los seres humanos” (Hernández, 2010, p.213).

En sí mismo, el territorio para esta investigación abarca mucho más que el espacio geográfico y el medio de trabajo para el agricultor, pues si bien es este el medio de empleo y desarrollo, tiene más componentes arraigados en el sujeto, elementos que no son comprendidos por otros actores incidentes y que por tanto generan conflicto, el territorio podría ser entendido

“como espacio construido por los grupos sociales a través del tiempo, a la medida y a la manera de sus tradiciones, pensamientos, sueños y necesidades, territorios que significan mucho más que espacio físico poblado por distintas formas de vida que se relacionan, cooperan y compiten entre sí; lo que permite concebir al territorio como un campo relacional”. (Restrepo, 2012 p.1)

## 9.2. Sujeto Campesino y transformaciones socio económicas

El sujeto campesino cobró mayor interés para el desarrollo de la investigación, y más aun teniendo en cuenta el entorno de crecimiento y modernización de todas las prácticas sociales, económicas, políticas y culturales que se han instaurado en los municipios mencionados; más aún dada la cercanía con la ciudad capital. La figura de campesino ha cambiado de manera casi radical durante los últimos 20 años, familias de tradición que han vivido de la tierra y han edificado su estructura social desde las primeras generaciones agrícolas de los territorios, han optado por moldear sus prácticas como consecuencia de todo proceso adaptativo que implica la modernidad. Sin embargo, esta adaptación no es completa y de allí la problemática para alimentar la investigación realizada.

El sujeto campesino ha cambiado en el entorno de la globalización movilizado por la ausencia de ambientes propicios para su desarrollo tradicional agrícola, modificando así su rol y el de su familia en torno a la ruralidad, pues:

“En la sociedad globalizada, informática y (post)moderna, el campesino se ha tenido que reinventar y redefinir, ya no como remanente de la sociedad agraria pre-moderna ni como sobrante de la sociedad industrial, sino como un actor indispensable, en el continuo proceso del desarrollo de la sociedad” (Keilbach, 2008).

Su papel sigue siendo fundamental, hoy más que nunca gracias al conocimiento de la tierra y de sus beneficios, posibilitando la construcción de nuevas políticas de desarrollo orientadas a la preservación y potencialización de prácticas rurales que se necesitan para renovar el agro en Colombia y el resurgimiento de una cultura ambiental cada vez más imperante. A pesar de ello, la realidad se torna diferente y cada vez más el sujeto campesino se invisibiliza aún más como actor vigente en el contexto, y pasa a ser una figura casi ancestral que no encaja con la actualidad, “lo campesino hoy es un estrato histórico, el cual todavía es perceptible no solo físicamente, sino también en algunas prácticas y percepciones que se mantienen vigentes en los ritmos y actividades urbanas” (Mejía 2000, 480).

El acelerado crecimiento urbanístico, las dinámicas orientadas a la velocidad del desarrollo económico, tecnológico y social han afectado directamente al productor agrícola tradicional que continúa en su esfuerzo por preservar su modo de vida y el de su familia. Para el caso puntual el crecimiento poblacional, que desconoce completamente las tradiciones rurales y se instaura en ellas, obliga a la transformación abrupta de prácticas que anteriormente eran fundamentales en la estructura del campesinado local. Fals Borda (1975) lo manifiesta de la siguiente manera:

“Si el impacto de la tecnología, como hemos visto, ha sido elemento importante para producir cambios en la estructura agraria, debe necesariamente afectar la fuerza de trabajo representada en el campesinado. Lo contrario también es cierto: la racionalidad capitalista, al golpear formas antiguas de organización del trabajo, puede abrir las compuertas a la técnica moderna y propiciar la invasión de ésta como elemento de refuerzo del capitalismo. En ambos casos el campesinado sufre transformaciones fundamentales que se reúnen bajo el concepto de descomposición. Descomponer, básicamente, significa desbaratar y desordenar. Cuando el campesinado se descompone, quiere uno decir que se desbarata como clase para pasar a ser otra, desordenándose los estamentos que antes la conformaban” (p.111).

Lo anterior quiere decir que el campesinado ha tenido la necesidad de desplazarse hacia otras formas de desarrollo en otro contexto social. Este fenómeno tiene una estructura circular cíclica, puesto que en el caso puntual las industrias de desarrollo urbanístico, entre otras, desplazan la case social campesina de su quehacer al hacerse con los territorios que anteriormente se utilizaban para la agricultura familiar, y como consecuencia, el mismo campesino necesita emplearse para lograr su adaptación económica. El lugar de trabajo es la misma industria, que necesita de mano de obra económica para su estructura organizacional.

“La regeneración o resurgimiento del campesinado en el sistema capitalista es un mito romántico; la expansión capitalista hasta el último rincón del sector rural de los países subdesarrollados, bajo la iniciativa y el dominio extranjeros, debe concluir inevitablemente en el desplazamiento de los campesinos y asalariados. No hay razones prácticas ni teóricas que permitan suponer que las agriculturas subdesarrolladas no

tendrán que adaptarse al ‘modelo’ estructural de las agriculturas industrializadas, y convertirse, como ellas, en agricultura sin gente.” (Feder, 198, p.239)

### **9.3. Género: Rol de la mujer en la actividad agrícola e incidencia**

No se puede hacer un correcto análisis si no se toma en cuenta la categoría del género, su importancia en las construcciones sociales y las relaciones que se gestan entre los individuos de determinado espacio y tiempo, por tal motivo fue necesario dar un abordaje teórico puntual para dar mayor claridad al componente analítico realizado.

El papel de un nuevo análisis que adopte la importancia del género busca romper con los tradicionalismos que han perdurado en la sociedad y que permite evidenciar el rol específico de hombres y mujeres (aplicable en este caso sin desconocer la diversidad de género) en el desarrollo de la estructura rural de los municipios elegidos para esta investigación. Más aun entendiendo que el campesinado contiene prácticas culturales que se relacionan directamente con el género.

Aunque el análisis no tiene relación directa con el género en la problemática de la actividad agrícola era importante tener un panorama claro del mismo. Johan Scott plantea un análisis de acuerdo a la importancia del género como categoría que implica relaciones sociales, contextos políticos, económicos y culturales que son relevantes para la investigación cuando se pretende analizar un tiempo y un espacio determinado.

Dicho concepto pretende eliminar toda relación con la desigualdad o el poder, diferente del concepto de “sexo”, ya que para los movimientos feministas este último se soporta en la dominación de lo masculino frente a lo femenino. Género, entonces, es el concepto para entender las relaciones entre hombres y mujeres en el entorno social, “roles sexuales determinados por la sociedad que delimitan las prácticas y acciones de un cuerpo sexuado” (Scott, 1996, p.265)

El género cumple un papel fundamental al analizar el proceso adaptativo de las familias campesinas. Mujeres que en su rol de madres conservan la estructura del hogar y maridos que trabajan en empresas agrícolas más grandes e industrializadas para el mantenimiento económico del hogar. Lo anterior manifiesta una adaptación incompleta, conservando algunas tradiciones en el seno del hogar y modificando otras en su quehacer, apreciación que se verificará con la puesta en marcha de la metodología investigativa.

#### **9.4. Ruralidad y Agricultura**

Lo que anteriormente se diferenciaba como escenario rural también ha sufrido una transformación evidente en la actualidad. Algo similar sucede con los territorios rurales y el campesinado, pues en esencia son parte sustancial uno del otro. La agricultura como ejecución sobre el territorio se relaciona directamente con los escenarios rurales, del mismo modo la ruralidad se identifica con la labor sobre la tierra. A pesar de ello, los entornos rurales no son los mismos de antes. También han experimentado una transformación; una adaptación para integrarse a nuevas estructuras y ordenamientos territoriales. Más aún cuando la urbanización acelerada de los últimos años ha llegado específicamente a dichos escenarios.

Se puede afirmar que la ruralidad en la forma como fue definida en términos tradicionales ha perdido vigencia. La industrialización de la agricultura y la urbanización de las comunidades rurales acabaron con la versión tradicional de la ruralidad, pero no con la ruralidad. (Gómez, 2001, p.1)

Grammont (2008) habla en su libro sobre el análisis de la ruralidad en América Latina de una “nueva ruralidad” un escenario que necesita un abordaje diferente desde la teoría puesto que ya no depende únicamente de la agricultura y las comunidades campesinas. Ahora estos espacios viven en constante relación entre campo y ciudad. Lo mismo sucede entre sus habitantes.

“Hablamos de la urbanización del campo porque se incrementaron las ocupaciones no agrícolas en el campo, los medios masivos de comunicación llegan hasta las regiones apartadas... pero también hablamos de la ruralización de la ciudad por la reproducción de las formas de organización cultural de los campesinos en los barrios periféricos donde se establecen” (p.26)

Entender e interpretar estas aproximaciones teóricas facilitan el entendimiento del entorno objeto de este proyecto. Una comunión constante entre urbanización y ruralidad que comparte dinámicas sociales y que necesita una nueva visión, un enfoque holístico de la coyuntura y por lo mismo unas condiciones propicias para que la actividad agrícola que subsiste en esta dimensión socio cultural se fortalezca.

### **9.5. Imaginarios Urbanos**

Como consecuencia de esta situación conflictiva para el desarrollo de la agricultura familiar campesina, se van entrelazando diversos puntos de vista respecto a esto que termina por construir imaginarios altamente virales en el entorno. Estos imaginarios refuerzan la idea de la poca importancia de la agricultura y, por tanto, de las familias rurales campesinas que aún viven de ello. La evidencia está en el auge de la urbanización en entornos rurales sobre territorios anteriormente utilizados para el trabajo de la tierra. Pero más allá de esto, la presencia de este imaginario se revela en las personas que conviven en el territorio y que poco interés tienen de la situación.

Según Edgar Morín (1960), imaginario “es el conjunto de mitos, formas, símbolos, tipos, motivos o figuras que existen en una sociedad en un momento dado”. Este conjunto de situaciones compartidas configura una imagen específica del sujeto o acción. Para este caso se analizó el imaginario colectivo que existe sobre la actividad campesina, el campesino rural y su relevancia en el mundo actual. La imagen compartida sobre este afecta en gran medida su posicionamiento en las esferas sociales y por tanto su desarrollo agrícola local.

Sin embargo, no por ser colectivo el imaginario es cercano a la realidad, los imaginarios también se fortalecen a partir de nociones que no son las correctas. Las consecuencias de esto afectan notablemente la percepción de la realidad. Tener una opinión común sobre algo que no es cierto termina de cerrar las puertas de la comunidad campesina. “Imaginario, del latín imaginarius, connota la significación de aparente, ilusorio, pero ésta alusión está lejos de ser algo inocuo, pues sus efectos muchas veces suelen ser devastadores”. (Peñuela, 2002, p.1)

## **9.6. Comunicación para el cambio**

Como componente sustancial en la transformación de imaginarios se hace uso de las ventajas de la comunicación desde un análisis de los medios locales que manejan la agenda de las problemáticas locales y que tienen una relevancia determinada por intereses internos, alejados por supuesto de la situación agrícola rural.

Es allí donde se ejemplifica la Teoría del Enfoque aplicada a los medios, pues existen una cantidad de factores internos, políticos, ideológicos, culturales e incluso económicos que dan forma y fondo a la noticia. El propósito de los medios en este caso es, más allá de la complejidad de las relaciones fronterizas, la construcción de opinión pública basada en el auge del sentido común y la necesidad de construir imaginarios colectivos.

“La relevancia que conceden los medios a ciertos temas o el silencio que guardan sobre otros influye decisivamente en la opinión pública, en la relevancia que ésta concede a determinados asuntos y en el modo en cómo piensa acerca de los mismos, dándole una importancia mayor o menor, enfocándolos en una determinada dirección”. (Giménez, 2006, p.60)

Habermas alerta sobre la importancia de la comunicación en la construcción de realidad, pero teniendo en cuenta el papel activo de los sujetos, y por tanto, la necesidad de crear canales y medios de comunicación efectivos que permitan el dialogo y la construcción conjunta de un entorno consensuado que impera en la racionalidad comunicativa. El papel activo del sujeto en la

construcción de una nueva agenda mediática y su habilidad comunicativa innata puede entenderse de la siguiente forma:

“El enfoque Habermasiano parte de la base de que las personas, siendo fundamentalmente sujetos reflexivos y sumidos en un proceso constante de autorealización, actúan aplicando los criterios de la pragmática universal del lenguaje, con el fin de entenderse y hacerse entender a través de las acciones” (Radl, 1998, p112).

Finalmente, el aporte de esta postura en la creación de una estrategia comunicativa es entender que las acciones comunicativas son en sí acciones sociales y por tanto existe un entorno cultural en el que debe imperar un lenguaje común para el logro de los objetivos comunes, donde haya verdad en dicha comunicación y se den las condiciones para el diálogo y la convergencia, teniendo en cuenta que los colaboradores son sujetos activos y comunicativos.

En términos de Barbero (2002) sobre el estudio de la sociedad “Las ciencias sociales no pueden ignorar entonces que los nuevos modos de simbolización y ritualización del lazo social se hayan cada día más entrelazados a las redes comunicacionales y a los flujos informacionales” (p.257)

### **9.7. Acción estratégica de la comunicación**

Un comunicador estratégico debe estar en la capacidad de interpretar, además de su realidad, las diferentes percepciones que puede reunir un grupo de seres humanos en torno a un solo mensaje pues allí convergen diferentes variables como su origen, cultura, contexto, creencias, entre otros.

Se trata de procesos de comunicación que ya no se limitan, como los modelos clásicos de la comunicación lo explicaban, a la emisión de un mensaje por medio de un canal que finalmente llegaba a un receptor, ahora hay mucho más que ello y la interpretación de la comunicación ha dejado de ser instrumental para dar paso a un significado más amplio y complejo en el que

intervienen varios elementos que deben ser tenidos en cuenta para mayor efectividad en el entendimiento de la comunicación y el contexto de un grupo de personas o situaciones reales.

En su artículo académico “Modelo de Comunicación Estratégica”, Sandra Massoni define puntualmente las características de la comunicación a partir de un modelo conformado por tres movimientos y siete pasos que precisan entender la transformación de la comunicación como información a la comunicación como momento relacionante de la diversidad sociocultural, lo que comprende a su vez reconocer “lógicas de funcionamiento de los actores involucrados y el diagnóstico de marcas de racionalidad comunicacional para abordar la complejidad del fenómeno comunicacional” (Massoni, 2007, s.n).

Es necesario que la construcción de un mensaje permita una correcta lectura, sin embargo, los actores siempre pertenecerán a contextos diferentes por lo que las interpretaciones no serán siempre las mismas. En este sentido, Massoni (2007) orienta hacia dónde deben dirigirse las apuestas: “De la comunicación como un mensaje a transmitir a la comunicación como un problema acerca del cual instalar una conversación que trabaje en la transformación del espacio social que se aborda en una cierta dirección” (p.2)

Todos los actores que confluyen en un espacio, pueden aportar al análisis de una situación o bien, a la búsqueda de una solución para determinado problema; “uno de los desafíos de la comunicación en un mundo fluido es entonces identificar aquella parte de la solución que cada actor puede y quiere abordar porque responde de alguna manera a sus intereses y necesidades actuales en torno a la problemática” (Massoni, 2011, p.8)

Las intervenciones sobre la forma de interactuar con el mundo, están dadas por las realidades de los sucesos, personas y contextos alrededor y aunque se trate, por ejemplo, de una misma realidad, cada uno de los actores que se ven involucrados e incluso ajenos a ella, tiene diferentes

motivaciones de intervención o de observación sobre lo que interpreta: “el contexto no es lo que nos rodea sino lo que nos hace” (Massoni, 2011, p.7)

La comunicación estratégica siempre estará en la búsqueda constante de la transformación positiva de un escenario y según Massoni, se requiere un lenguaje de acciones considerando siempre que habitamos en un mundo fluido, es decir, que cambia constantemente. Abordar esa fluidez del mundo, al que hace referencia la autora, implica reconocer y contribuir al trabajo en equipo y, además, el fortalecimiento mutuo de las habilidades de cada uno.

El desafío es entonces, articular las necesidades y las realidades de un conjunto de personas que funcionan sinérgicamente alrededor de un propósito: “Esto es strategar. Una nueva teoría de la estrategia redefinida desde la comunicación” (Massoni, 2011, p.11).

## **10. Metodología**

La presente investigación se llevó a cabo desde un enfoque mixto que combina técnicas cuantitativas y cualitativas con el fin de aplicar instrumentos que abordaran un diagnóstico integral de las posturas, ideologías, costumbres e imaginarios asociados a la actividad agrícola campesina en el territorio de análisis. Cualitativo en el sentido que obedece a las aproximaciones individuales del campesino local y de los demás actores que interactúan constantemente en el mismo entorno. Cuantitativo para analizar estadísticamente posturas, imaginarios, percepciones grupales y locales de la situación planteada en los municipios seleccionados para esta investigación. Desde su conceptualización Sampieri (2010) afirma que:

“Los métodos de investigación mixta son la integración sistemática de los métodos cuantitativo y cualitativo en un solo estudio con el fin de obtener una “fotografía” más completa del fenómeno. Estos pueden ser conjuntados de tal manera que las aproximaciones cuantitativa y cualitativa conserven sus estructuras y procedimientos originales” (p. 545).

Por tanto, un enfoque mixto permitió conjugar los beneficios de ambas aproximaciones para lograr visualizar un panorama integral de la problemática, especialmente teniendo en cuenta el contexto local y la necesidad de cuantificar y cualificar cada una de las situaciones analizadas.

Por su parte se eligió el modelo de investigación participativa para dar cumplimiento al enfoque planteado. La investigación participativa, si bien no logra el mismo escenario de transformación cuando se aborda con el actuar del investigador, si permite tener un acercamiento necesario para el desarrollo de la investigación adaptándose a los tiempos que plantea el programa de especialización. La investigación participativa, desde su perspectiva en sitio (“in situ”), permitió identificar de primera mano las características contextuales que sólo se logra en un escenario participativo, especialmente en investigación con comunidad.

Para la investigación realizada, la participación del investigador fue fundamental en su acercamiento con las comunidades campesinas locales y cobra mayor relevancia teniendo en cuenta que la población objetivo cuenta en su mayoría con el relato como canal comunicativo para que, desde su experiencia, pueda dar a conocer la realidad que percibe. Desde un abordaje teórico la investigación participativa permitía integrarse directamente con el fenómeno a analizar, tal como lo plantea Vejarano (1983)

La investigación Participativa es descrita como una actividad integrada que combina la investigación social, el trabajo educativo y la acción. La combinación de estos elementos dentro de un proceso interrelacionado ofrece tanto a sus seguidores, como a los comprometidos o iniciados, motivos de estímulo y también de dificultad. (p. 13).

La investigación participativa facilitó la construcción de un escenario de apoyo mutuo en el desarrollo de herramientas investigativas basadas en el trabajo en equipo, la convergencia de conocimientos y la intervención del investigador que por su gestión lograra tener una postura más centrada desde las vivencias que pudiese compartir con los actores analizados.

El trabajo investigativo requería conocer la percepción e imaginarios que tienen cuatro actores principales, todos ellos interactuando constantemente en el mismo territorio y con una incidencia directa en el problema enunciado, estos fueron: Comunidad campesina agrícola local, empresas urbanizadoras en entornos rurales, Medios de comunicación local, Administración pública local (gobierno) y finalmente comunidad proveniente de otros sectores que actualmente habita en dichos territorios. Para ello se plantearon cuatro técnicas de investigación, unas cualitativas y otras cuantitativas que dieran respuesta a cada uno de los objetivos específicos planteados anteriormente. Las técnicas fueron las siguientes:

### **10.1. Cartografía Social**

Para analizar el contexto sociocultural, económico y político de los sectores rurales en los que se realiza la actividad agrícola, se utilizó la cartografía social como una técnica de investigación participativa que permite graficar a partir de convenciones el entorno de un territorio determinado. La cartografía social, permite tener una manifestación simbólica de las representaciones e imaginarios sociales. Para el entorno social, orientado al conocimiento, o en este caso “reconocimiento” del territorio, la representación simbólica del mismo a partir de las narrativas de los actores involucrados, es fundamental para la investigación. Tal como lo manifiesta Habegger y Mancilla (2006):

“La cartografía social es una metodología nueva alternativa que permite a las comunidades conocer y construir un conocimiento integral de su territorio para que puedan elegir una mejor manera de vivirlo. Es una forma de investigación humanista y humanizadora. Es una propuesta conceptual y metodológica novedosa que hace uso de instrumentos técnicos y vivenciales” (p. 6)

Esta técnica se realizó con la comunidad involucrada con el propósito de analizar cómo perciben su territorio y la problemática expuesta por esta investigación.

## **10.2. Encuesta**

Se utilizó la encuesta como herramienta para “identificar el imaginario colectivo que tienen los habitantes de Chía y Cajicá en torno a la actividad agrícola realizada por los campesinos de los sectores rurales” ya que, con este instrumento, se analiza la problemática desde un enfoque cuantitativo. La encuesta se aplicó en dos grupos fundamentales, comunidades campesinas y habitantes procedentes de otros territorios. El propósito de la encuesta fue cuantificar las percepciones, ideas, imaginarios y acciones en torno al desarrollo de la actividad agrícola en los municipios de Chía y Cajicá. La encuesta se consolidó con base en cada una de las categorías analizadas en este proyecto y la muestra seleccionada de acuerdo a la población objetivo para tener una aproximación específica.

## **10.3. Análisis de Contenido**

Esta herramienta de carácter cuantitativo permitió analizar la participación de la comunidad agrícola en los medios de comunicación de Chía y Cajicá, además se orientó “al análisis objetivo y sistemático de los contenidos desarrollados por medios de comunicación” (Hernández, 2006, p.260). A partir de unas categorías y subcategorías específicas se identificó el uso de estas en las publicaciones, menciones y mensajes de los canales comunicativos asociados al objeto de investigación. Para el caso puntual, la matriz permitió identificar el posicionamiento y la construcción de contenidos en torno a la actividad agrícola local por parte de los medios de comunicación locales en Chía y Cajicá.

## **10.4. Instrumentos**

(Ver anexos 1, 2, 3 y 4: Cartografía, Encuesta y Matriz Análisis de contenido)

## 11. Análisis e interpretación de resultados

Luego de la aplicación de los instrumentos desarrollados para esta investigación se realizó el respectivo análisis caracterizando cada una de las categorías presentadas en el marco teórico junto a los objetivos planteados al inicio del proyecto. A continuación, se presentará ampliamente el análisis que arroja cada uno de los instrumentos aplicados:

### 11.1. Matriz de Medios

Para hacer al análisis de medios se tomaron como muestra dos medios de comunicación, El Observ@dor<sup>1</sup>, un periódico impreso que circula en Cajicá, y El Periódico de Chía<sup>2</sup>, un medio privado con cobertura en Chía, ambos fueron monitoreados en el transcurso de los últimos seis meses identificando las publicaciones en los canales impresos y digitales. Para el caso del observador el análisis se enfocó en la publicación de sus editoriales y para El Periódico se analizó la publicación de noticias locales. En ambos medios se encontró una filiación política de periodistas y columnistas de manera puntual. La estrategia digital de estos dos medios se enfoca en la circulación impresa, por tanto, el público objetivo se caracteriza en torno a la edad y bajos niveles de interactividad lo que facilita su acceso en los sectores rurales de los dos municipios.

Al realizar el análisis fue necesario el planteamiento de una hipótesis que permitiera confrontarla con los hallazgos y verificar la idea inicial. Esta hipótesis plantea que los medios de comunicación local carecen de una postura crítica en función de las diversas amenazas de carácter urbanístico hacia la actividad agrícola, y, por tanto, la ausencia de una sección o espacio que permitiera la visibilización de dicha problemática para aportar a su resignificación social.

---

<sup>1</sup> Periódico impreso de carácter privado, creado en 2013 cuya circulación mensual se centra en los municipios de Cajicá y Zipaquirá. Su circulación es gratuita y se financia a partir de pauta publicitaria y aportes de entidades privadas. Cuenta con página web y redes sociales. Actualmente publica su edición N° 26.

<sup>2</sup> Periódico impreso y digital de carácter privado para el municipio de Chía y sus alrededores. Creado en el año 2004 y cuya publicación es mensual. Actualmente es el medio más consultado en el municipio por encima del periódico oficial de la alcaldía local.

Posteriormente, se analizaron las categorías que enmarcan este proyecto en cada una de las publicaciones consultadas para orientar la investigación y evidenciar la postura de cada medio en función de los diversos acontecimientos en temas de territorio. Los hallazgos no se alejan mucho de la hipótesis planteada.

Inicialmente cabe resaltar que en estos medios impresos se maneja información política, del gobierno local, comercial e incluso información de campañas del Gobierno Nacional. Por ello la información requerida no fue la suficiente por carencia de profundidad en los temas consultados; así pues, en el análisis únicamente se encontró una editorial en El Observ@dor sobre el contexto, que habla directamente sobre la afectación del aumento urbanístico en la zona rural y en general del municipio (Ver anexo 5).

En el “Periódico de Chía” se realizó el hallazgo de una noticia que muestra la inconformidad de parte del cabildo indígena por la construcción de una nueva vía, que está diseñada para suplir los problemas de movilidad originados por el aumento de pobladores del municipio; otra noticia sobre la recuperación en el ordenamiento ambiental del río Bogotá y una última acerca del rechazo de la comunidad al POT (Plan de Ordenamiento Territorial). De acuerdo a lo anterior se evidenció que dicho medio desarrolla contenidos propios, orientados en ocasiones hacia la denuncia y brindando mayor credibilidad gracias a una postura más crítica en torno a las problemáticas locales. Por tal motivo se presenta como el medio más consultado al interior del municipio junto a la emisora comunitaria local.

En síntesis, dado su corte más analítico este medio responde a una evidente necesidad de denuncia, sin embargo, carece de un enfoque mucho más crítico sobre el crecimiento urbanístico y la afectación de este sobre la actividad agrícola.

El medio impreso de Cajicá cuenta con un perfil más comercial y tiene pocos contenidos desarrollados hacia la denuncia, algunas editoriales contienen críticas puntuales a la administración local, sin embargo, se centra más en el desarrollo de información relacionada con los avances del municipio tomando como fuente a la administración local. Maneja un tipo de información más ligera que no genera impacto ni repercusión en la sociedad.

Como consecuencia se evidencia poca presencia de contenidos orientados a la actividad agrícola y su importancia en el desarrollo social y económico de los municipios, por tal motivo no existe un aporte evidente a la construcción de resignificación de la actividad agrícola desde sus principales medios comunicativos. La ausencia de estos contenidos repercute en la poca visibilidad en torno a la comunidad campesina agrícola y se amplía la brecha de desconocimiento por parte de otros grupos poblacionales. Así mismo se ratifica la ausencia de medios de comunicación que permitan la integración de la comunidad campesina con su entorno en la que la denuncia pueda ser replicada para el mejoramiento de su condición económica y social.

## **11.2. Cartografía**

La aplicación de la cartografía social permitió identificar una variedad de circunstancias que influyen conjuntamente en la disminución de la actividad agrícola en los sectores rurales de los municipios analizados. Cabe resaltar que estos dos municipios limitan y por lo tanto comparten similitudes en la organización territorial y en las circunstancias de los sectores rurales. Incluso, la aplicación del instrumento permitió identificar un perfil similar en la influencia de las administraciones locales respecto a la toma de decisiones y la inconformidad de las familias campesinas frente al desarrollo urbanístico, así como las conductas de los funcionarios públicos, el concejo municipal y la alcaldía.

Como se puede evidenciar en el instrumento aplicado para Cajicá y Chía, (ver anexo 7) el desarrollo urbanístico ha desplazado los terrenos rurales hacia las periferias. Incluso, estos escenarios se encuentran sectorizados y limitados por nuevos proyectos residenciales que están

instaurándose en terrenos veredales de las periferias municipales. La comunidad campesina que participó en el desarrollo de la cartografía reconoce completamente su territorio y da cuenta de los grandes cambios que ha tenido su entorno a causa del crecimiento poblacional y la llegada de constructoras con grandes proyectos, sumado al particular interés de las administraciones locales por brindar licencias pese a la ausencia de estudios de sostenibilidad.

Este último punto en particular ha afectado notablemente la calidad de vida de las familias rurales que han convivido durante décadas tras varias generaciones que anteriormente utilizaban la tierra para cultivar y mantener ganado con fines económicos. Del mismo modo se evidencia en los relatos de los participantes las dificultades que tienen por el aumento de habitantes frente a las características del territorio que permanecen igual que hace décadas en las que el número poblacional era considerablemente menor. Específicamente se evidencia la carencia de redes de acueducto y alcantarillado, la falta de mantenimiento de los vallados propios de los sectores rurales que tienen como fin el filtro de aguas lluvias para evitar inundaciones. Así mismo se identifican otras consecuencias como el aumento de la inseguridad, circunstancia que, aunque no es primordial para el análisis investigativo de este proyecto, no puede dejarse de lado en el análisis integral de los cambios que ha sufrido el territorio.

Por su parte, estos terrenos ahora pertenecen, en la mayoría de los casos a proyectos de vivienda construidos o por construir. Las pocas parcelas que aún son utilizadas por la comunidad rural para el cultivo de productos agrícolas se encuentran cada vez más alejadas del casco urbano, dificultando así el comercio y traslado de sus productos al interior del municipio. Adicionalmente, los grandes proyectos de construcción traen consigo nuevos modelos socioeconómicos que suplen las necesidades de los nuevos habitantes, de esta manera se encuentran supermercados, plazas comerciales e instituciones educativas alrededor de las grandes urbanizaciones en sectores rurales

Adicionalmente se evidencia en la comunidad una preocupación por la sostenibilidad ambiental de sus territorios con la implementación de las PETAR (Plantas de tratamiento de aguas

residuales) y la contaminación por el aumento de vehículos, la carencia de redes viales amplias para dar respuesta al aumento poblacional y las dificultades económicas que trae consigo la llegada de nuevos mercados y estructuras económicas.

La cartografía arrojó una evidente disminución de terrenos para cultivar y a su vez una dificultad económica para mantener esta actividad agrícola. También se manifestó una ausencia de la administración local en territorios específicos que, según la comunidad carece de interés por parte de los gobiernos municipales puesto que no se desarrollan grandes proyectos en dichos sectores. En resumen, la influencia de la alcaldía local en el desarrollo rural es sectorizada, priorizando los sectores en los que se encuentran las principales urbanizaciones del municipio.

En cuanto al índice de participación de la comunidad en las decisiones que impactan en el territorio, como ocurre con el POT (Plan de Ordenamiento Territorial) se evidenció una inconformidad constante por la ausencia de escenarios participativos para que las familias que habitan los sectores rurales puedan dar su opinión respecto a las modificaciones que se realizan en sus territorios. Esta problemática impide que se generen lazos de confianza y credibilidad entre la comunidad campesina y el gobierno municipal. Como consecuencia se presenta una baja participación de las nuevas generaciones propias de la comunidad quienes, según los participantes, carecen de sentido de pertenencia por su territorio, el mismo que adolecen los nuevos habitantes que habitan anualmente los municipios. La ausencia de sentido de pertenencia ha permitido que las tierras sean utilizadas para el crecimiento urbanístico.

La cartografía permitió corroborar otra problemática planteada en la descripción del problema investigativo. Las políticas de las secretarías de planeación, respecto a la parcelación de terrenos propios de las familias campesinas, quienes desean dividir sus terrenos para que sus hijos puedan hacer uso de la tierra, se ve llena de “trabas” e inconvenientes que limitan el uso de su territorio. Por el contrario, el aumento en la valorización de los predios ha facilitado la posibilidad de venta de grandes extensiones de tierra que posteriormente son utilizados por empresas privadas para la

construcción de proyectos urbanísticos, o en otros casos, utilizados por la misma administración local para desarrollar programas de vivienda de “interés social”.

Finalmente, gracias al componente interpretativo y relator que posee la cartografía social, fue posible identificar diversas situaciones que superan los limitantes del mapeo gráfico, enriqueciendo aún más el análisis del mismo. Se puede concluir que la ausencia de sentido de pertenencia es el principal obstáculo que tiene la comunidad para su desarrollo, teniendo en cuenta la gran cantidad de cambios que sufre su territorio.

El desarrollo urbanístico continúa delimitando y acabando con los espacios rurales para el uso de la tierra y la comunidad por su parte no encuentra escenarios participativos que permita conocer de primera mano sus necesidades, esto sumado a la falta de unidad por parte de las mismas familias que se adaptan a las nuevas demandas sociales. Esto sin olvidar el papel de la administración local en la adjudicación de licencias para nuevos proyectos que carecen de estudios de sostenibilidad, y mucho menos de estudios de impacto a nivel periférico.

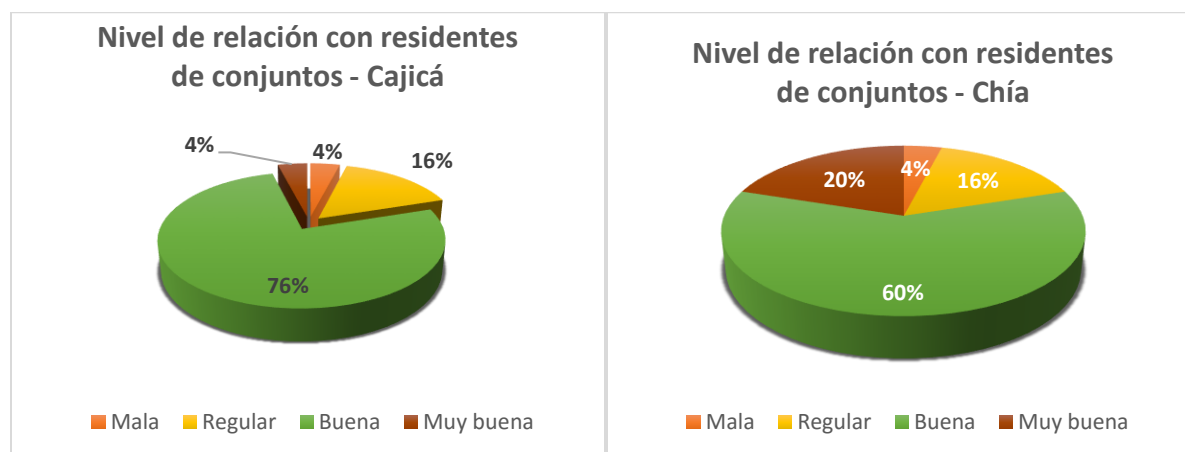
### **11.3. Encuestas**

El análisis de encuestas arrojó información muy importante para la consolidación del diagnóstico a nivel integral. Como herramienta cuantitativa el instrumento permitió graficar las diversas posturas desde el imaginario colectivo sobre el campesinado por parte de los habitantes en general y del mismo modo de las nuevas estructuras urbanísticas y sus familias desde la visión de las familias rurales (Ver anexo 6). Como resultado principal se encontraron hallazgos interesantes.

Como se muestra en las gráficas a continuación, la relación de las comunidades campesinas con los residentes de urbanizaciones a su alrededor es bastante positiva, lo que manifiesta la

interacción y la construcción de comunidad entre los grupos poblacionales. Este hallazgo aporta mucho al proyecto ya que se puede analizar que la situación problema no radica en la interacción entre estos dos grupos poblacionales, sino que, por el contrario, juntos conviven constantemente sin mayor inconveniente. De allí que la invisibilización y la afectación de su actividad agrícola no radica en la percepción y acción de los vecinos.

#### Calidad en la relación entre habitantes de urbanizaciones y comunidad campesina



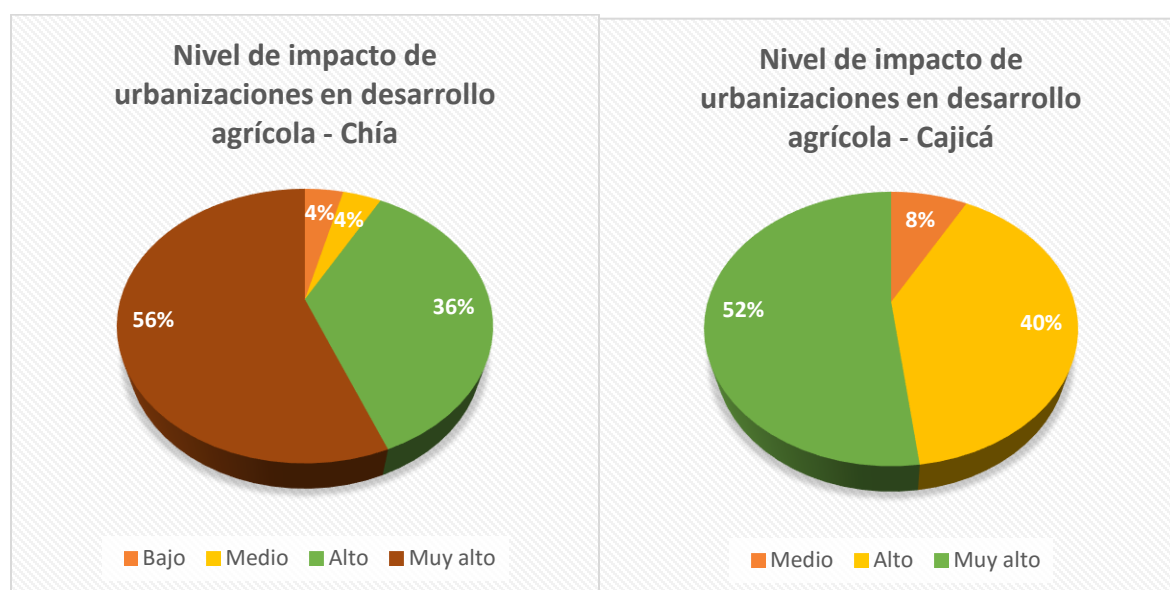
Por su parte, en cuanto al impacto de las construcciones urbanísticas la comunidad campesina reconoce su afectación en el sector rural. Esto permite identificar el nivel de insatisfacción con la ejecución de proyectos urbanísticos por parte de la administración local y las empresas constructoras. El pequeño productor agrícola es consciente de las consecuencias que genera la expansión urbanística en el territorio y la poca intervención de las instituciones públicas involucradas para preservar sus terrenos y facilitar su continuidad como medio económico familiar.

Con el análisis de esta encuesta se ratifica la hipótesis planteada en torno a la necesidad de involucrar a las instituciones públicas y a la empresa privada para el fortalecimiento de la identidad agrícola, pues, como se vio anteriormente, el eje del problema no corresponde necesariamente a la migración de nuevas familias extranjeras ya que, aunque es el principal

motivo de la expansión urbanística, directamente no afecta el territorio del mismo modo que lo hace un nuevo proyecto urbanístico.

En sí mismo, el desarrollo de un nuevo proyecto residencial trae consigo problemáticas mayores tales como la falta de planeación para la sostenibilidad del sector y la ausencia de estudios de impacto en el ámbito ambiental.

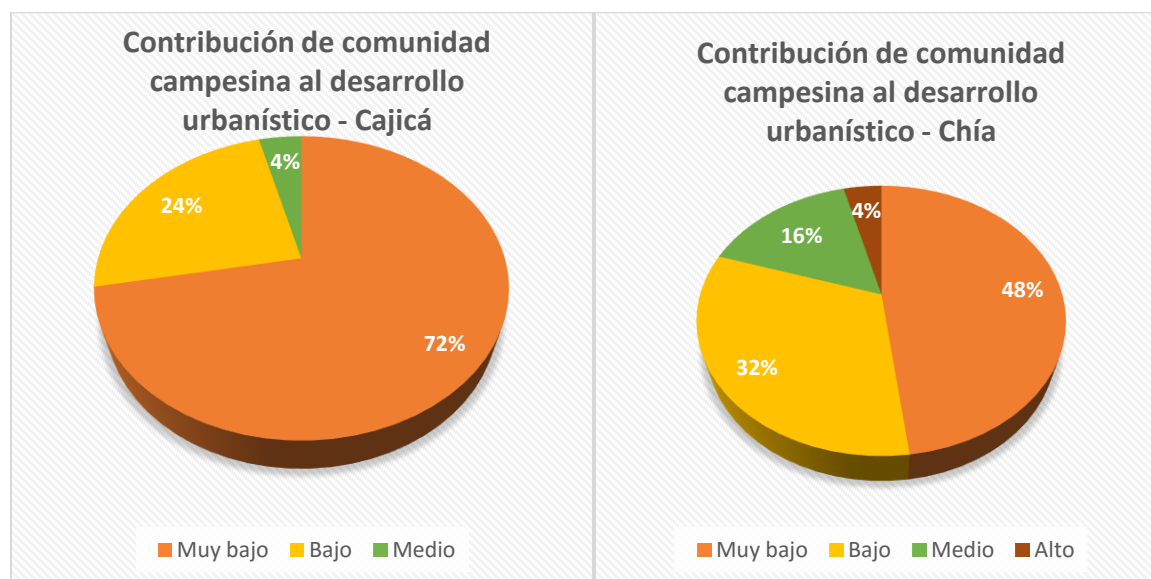
### Impacto de proyectos urbanísticos en los sectores rurales



Desde otro punto de vista, la encuesta también arrojó el desconocimiento de la importancia que tiene la comunidad campesina en el desarrollo social del municipio, incluso de carácter urbanístico. Los habitantes de los conjuntos residenciales, ubicados en los sectores rurales de los dos municipios, manifestaron en su mayoría que el aporte de la agricultura local y la comunidad campesina que lo realiza es bastante bajo. Esto permite entender la poca visibilización de la comunidad en los procesos participativos locales, de reconocimiento y la poca importancia de su actividad económica para el beneficio colectivo.

Finalmente; el análisis de las encuestas arroja un panorama claro y evidente. El desarrollo territorial de los municipios analizados se aplica en función del crecimiento poblacional y la recepción de nuevas familias, lo cual no tiene ningún inconveniente para el desarrollo agrícola. El problema radica en la invisibilización de la comunidad y de un imaginario sesgado sobre su importancia en la planeación de estos proyectos. Las familias habitantes de los sectores rurales se alejaron de los escenarios participativos para adaptarse a nuevas dinámicas sociales que se instauran en el contexto situacional que orienta su actuar en función de la urbanización.

#### Contribución de la comunidad campesina al desarrollo urbanístico.



## 12. Diagnóstico

A partir de los hallazgos obtenidos con la aplicación y análisis de cada uno de los instrumentos en los que se confrontaron los objetivos de investigación planteados para este proyecto, se puede desarrollar un panorama general y claro de la situación problema que existe en la relación entre la comunidad agrícola local y el expansionismo urbanístico de los municipios analizados.

Se puede inferir que existe una ausencia general y desconocimiento de la importancia del campesino, de sus costumbres y su tradición económica para el sostenimiento de la estructura social de estos municipios. El constante crecimiento y la llegada de nuevos habitantes originarios de otros destinos a estos municipios ha acentuado de manera impactante el cambio en el propósito del territorio para dar paso a la urbanización en masa.

Un hallazgo importante, transversal a todos los instrumentos de investigación, se manifiesta en la claridad que tiene la comunidad campesina en torno a su situación actual, encontrando en la planeación y construcción de proyectos urbanísticos el foco del problema para su desarrollo agrícola, mas no en la comunidad foránea que llega a al territorio. Este resultado cobra gran importancia para entender que el problema de la invisibilización de la actividad agrícola y del campesino no radica en el crecimiento poblacional en primera medida, sino en la figura administrativa junto a al desarrollo de proyectos privados organizados en un mecanismo de expansión que carece de planeación para proteger los derechos de las comunidades rurales y finalmente del territorio.

Sin embargo, como consecuencia de la ausencia de planeación para la ejecución de grandes proyectos residenciales, junto a la falta de pertenencia de la comunidad en torno a la importancia del territorio, se presentan diversos problemas de convivencia en las zonas rurales y es allí donde la administración local carece de presencia para solucionar las problemáticas que sufre la comunidad con la modificación de territorios, vías, redes hídricas, rutas de transporte y demás con el fin de favorecer la calidad de vida de los nuevos condominios residenciales.

En cuanto a la falta de visibilización de la actividad agrícola se corrobora el papel de los medios de comunicación local que, pese a su poco alcance e impacto en la comunidad, son referentes para el territorio. Los contenidos desarrollados carecen de profundidad y análisis en torno a la problemática, su corte comercial impide la publicación de este tipo de contenidos interfiriendo con la contextualización clara del problema y, por ende, no comparten ningún tipo de solución.

Las decisiones en torno a los planes de ordenamiento territorial adoptadas por las administraciones locales no cuentan con la participación y opinión de las familias agrícolas rurales, de allí la falta de aceptación hacia los proyectos de desarrollo urbanístico para los dos municipios. Paralelamente se aumenta la brecha de desconocimiento y desinterés a nivel general por el cuidado y fortalecimiento del territorio a partir de la agricultura familiar, siendo la administración local el primer referente.

La administración local se muestra permisiva frente a las compañías constructoras y no exige un plan claro para preservar, no solo el territorio campesino, sino también las tradiciones y costumbres propias de las familias agrícolas. Adicionalmente, la intervención civil en los municipios no es equitativa, favoreciendo las zonas con infraestructura residencial para continuar incentivando la llegada de nuevas familias. También se suma el fenómeno de valorización de predios que realiza la gobernación municipal y que promueve la venta de terrenos que no pueden ser sostenidos por los altos impuestos que exige la ley.

Las familias campesinas sienten una usencia de la autoridad y la administración local en las zonas rurales, solo ven su accionar en la parte urbana y no sienten un apoyo real y evidente por parte de estos organismos para el fortalecimiento de la actividad agrícola en los municipios. Lo cual deja aún más al descubierto la problemática ya que no existe una conciencia por parte de estas entidades para frenar las problemáticas o estructurar soluciones viables para las comunidades.

Desde un enfoque mucho más social, e incluso cultural, la indiferencia y la falta de sentido de pertenencia por parte de las nuevas generaciones rurales facilita la pérdida de significado del agro y del sector rural en el desarrollo de los municipios de Chía y Cajicá. Las nuevas dinámicas sociales, el fenómeno urbanístico, las nuevas zonas empresariales y la aparición de nuevas necesidades socioeconómicas, influyen en gran medida para que las nuevas generaciones identifiquen una postura diferente sobre el territorio.

### 13. Conclusiones

Posterior a análisis detallado de cada una de las categorías relacionadas y de la problemática contextual de la actividad agrícola en los municipios de Chía y Cajicá se puede concluir que evidentemente el auge de la urbanización en el territorio ha impactado considerablemente, desde la última década, el territorio que anteriormente en su mayoría se identificaba como rural. Por consiguiente, un territorio que se caracterizó por la producción de hortalizas, legumbres, tubérculos y flores ahora encuentra nuevos modelos socioeconómicos entre los que sobresale la finca raíz y la llegada de grandes parques empresariales.

El expansionismo urbanístico que se ha instaurado afanosamente trajo consigo nuevos grupos sociales de diversas regiones que actualmente conviven con la comunidad campesina local. Los escenarios rurales han sufrido una transformación acelerada que modificó las costumbres socioculturales y económicas de la región, afectando considerablemente la agricultura local tradicional.

Como consecuencia tras la investigación se encuentra una ausencia de sentido de pertenencia por parte de la comunidad en general, y más preocupante aún, por las mismas familias campesinas locales, que, en su mayoría, ya no encuentran en la actividad agrícola un medio de trabajo. Las circunstancias han permitido que se estructuren nuevas esferas económicas orientadas a la empleabilidad del sujeto campesino. Adicionalmente a esto es relevante mencionar el papel de la administración local para los municipios de Chía y Cajicá. Las licencias de construcción para nuevos proyectos carecen de estudios adecuados sobre el impacto en el ecosistema y en el entorno.

Por su parte la falta de visibilización de lo rural repercute en todos los contextos de las familias campesinas, la convivencia, aunque se adapta, trae consigo nuevas diferencias en torno a la utilización del territorio. Sin la importancia que merece la ruralidad en el sector la utilización del

mismo es variada, para fines particulares, comercio, infraestructura, urbanización, escenario para almacenar desechos, construcción de plantas de tratamiento, industrias, etc.

Finalmente, como ya se ha mencionado en el desarrollo de este análisis, la resignificación de la actividad agrícola depende de diversos factores, que en su mayoría están ligados a situaciones socioeconómicas diferentes a las que se manifestaban décadas atrás. Las demandas de desarrollo llaman a la urbanización acelerada, la migración de nuevas familias transforma el territorio, y la actividad agrícola cada vez es más escasa. Pese a ello, aún existen sectores rurales sectorizados que continúan con la agricultura como medio de subsistencia, aunque ya no es el único medio al que se recurre. El territorio ha cambiado, así como sus usos y apropiaciones por parte de los diferentes actores sociales en los dos municipios analizados.

#### **14. Recomendaciones**

Los municipios analizados requieren de un programa específico que permita la visibilización de lo rural y de la actividad agrícola que aún subsiste. Para ello es fundamental la participación de la administración municipal de Chía y Cajicá, pues en la implementación del POT se requiere de estudios de impacto ambiental para que no se presente afectación de los terrenos utilizados para el cultivo de alimentos.

Adicionalmente se requiere que las secretarías de planeación regulen la adjudicación de licencias pues el objetivo no es frenar el desarrollo urbanístico, sino que estos tengan una responsabilidad con el territorio y con las familias campesinas que serán impactadas con estos proyectos residenciales. Por su parte, es indispensable que la normatividad para la parcelación de terrenos sea más flexible con el objetivo de proteger al propietario quien desea dar nuevos usos a sus lotes los cuales ya no son utilizados para la actividad agrícola.

Los medios de comunicación local necesitan de una orientación en función de su responsabilidad con la comunidad y, por tanto, desarrollar una postura crítica en relación a las intervenciones por parte de la empresa privada y las diversas secretarías de desarrollo en los sectores rurales.

Finalmente es fundamental elaborar un programa de fortalecimiento de la actividad agrícola que tenga como punto de partida el fortalecimiento de sentido de pertenencia hacia el territorio por parte de las familias campesinas y los nuevos habitantes de los conjuntos residenciales. Posteriormente se necesita proteger la actividad agrícola subsistente con el apoyo de la empresa privada, la administración local e incluso la gobernación de Cundinamarca ya que este fenómeno continúa invisible para la comunidad en general. Con la aplicación de la estrategia planteada a continuación se espera que, a través de la comunicación, se aporte al fortalecimiento de la actividad agrícola en las zonas de interés, y, en consecuencia, se fortalezca el sentido de pertenencia por lo local y por las tradiciones socioeconómicas rurales.

## **La Huerta Sabana: Tradición 100% natural**

### **Estrategia de Comunicación en relación a la Resignificación de la actividad agrícola en los municipios de Chía y Cajicá a través de la convergencia de medios**

#### **15. Planteamiento estratégico: La Huerta Sabana**

A partir del enfoque urbanístico del territorio, de la incorporación de nuevas familias procedentes de otros destinos en la búsqueda de espacios más tranquilos, rurales y naturales, y de la necesidad del desarrollo local para el fortalecimiento de la estructura económica de Chía y Cajicá, se propone una estrategia comunicativa que impulse el fortalecimiento de la actividad agrícola teniendo en cuenta las siguientes características:

- El desconocimiento de la población procedente de otros territorios en cuando la agricultura local, las familias que aún subsisten de esta actividad y la importancia de lo rural en los municipios de Chía y Cajicá.
- La necesidad que tiene la comunidad campesina de contar con un espacio para su desarrollo en medio de la coyuntura existente, en donde se configure un componente de participación y visibilización de su actividad.
- La importancia de fomentar el comercio local para la administración pública, fortalecer los lazos de confianza con la comunidad rural, generar conciencia ambiental a las nuevas generaciones y encontrar un valor diferencial que potencialice el turismo y el crecimiento urbanístico en el territorio.

- La necesidad de encontrar nuevos productos orgánicos, de origen natural y saludables en el mercado, teniendo en cuenta el perfil socioeconómico de las familias que habitan en conjuntos residenciales de gran impacto en infraestructura.
- La potencialización de los programas de responsabilidad social de las empresas privadas que tienen sus instalaciones en el territorio, especialmente las constructoras, para mitigar su impacto ambiental a través del apoyo a programas relacionados.

Con base en estas características para la implementación de una estrategia comunicativa se plantea fortalecer la actividad agrícola en el territorio a partir de la convergencia de medios alternativos de comunicación, que impulsen la venta de productos 100% naturales, sensibilicen a la comunidad por medio de material audiovisual sobre la importancia del agro local, incentiven la cultura agrícola en las nuevas generaciones, construyan comunidad en torno a lo rural, generen alianzas con entidades privadas y la administración local y finalmente permitan la resignificación de la actividad agrícola en los municipios de Chía y Cajicá.

Esa estrategia tendrá como Logotipo “La Huerta Sabana”, y a través de canales alternativos, en su mayoría digitales, se desarrollarán contenidos especializados para fomentar el agro local, y su importancia para el desarrollo del territorio a partir de 4 fases para la implementación y unas tácticas específicas que se presentarán a continuación.

La Huerta Sabana será un concepto multimedia compuesto por una página web, y canales digitales de comunicación (Facebook y Youtube) que permitirá construir comunidad a partir de contenidos propios, orientados a rescatar esta práctica tradicional y potenciar la economía local a partir de productos agrícolas locales, a su vez, facilitará la integración comunitaria entre las familias campesinas y las nuevas configuraciones comunitarias quienes, a través de las nuevas generaciones, participarán activamente para la ejecución del proyecto.

### **15.1. Justificación de la estrategia**

Con base en el conocimiento del contexto del territorio, orientado a la vocación urbanística como principal eje de desarrollo en los municipios de Chía y Cajicá. Se plantea la necesidad de desarrollar una estrategia de comunicación que entienda la coyuntura, reconozca los actores principales y cumpla con el objetivo de fortalecer la actividad agrícola en el territorio a través de una resignificación de la misma. Para esto es necesario identificar las oportunidades que brinda este fenómeno, y allí parte lo estratégico de lo presentado a continuación. En otras palabras, se pretende aprovechar el crecimiento urbanístico, las necesidades de las nuevas estructuras comunitarias y la importancia de lo natural para el fortalecimiento de los productos agrícolas locales.

La estrategia fomentará la convergencia de nuevos medios alternativos, en los cuales se involucra lo digital, dado que, como se evidenció en la investigación, los medios locales no tienen el perfil necesario para aportar al fortalecimiento de la actividad agrícola. Digital porque se reconoce las nuevas herramientas comunicativas que a su vez permiten la segmentación y la utilización de contenidos hipertextuales y multimediales que requiere el objetivo a continuación.

Adicionalmente se fomentará la construcción de nuevas comunidades en torno a lo agrícola, la tradición y lo natural, así como el fomento de la economía local que permitirá generar un valor diferencial en estos municipios respecto a otros sectores, pues, como se evidencia en los hallazgos de investigación, para la comunidad lo urbanístico y lo natural se convierte en una combinación interesante para rescatar.

### **15.2. Objetivo general**

Aportar al fortalecimiento de la actividad agrícola en los municipios de Chía y Cajicá a partir de la convergencia de medios digitales que permitan su resignificación.

### **15.3. Objetivos específicos**

- Vincular a los principales actores sociales a través de contenidos estratégicos para cada uno de los medios de comunicación.
- Impulsar la venta y compra de productos agrícolas locales, 100% naturales, por parte de los habitantes de los conjuntos residenciales de Chía y Cajicá.
- Contribuir a la creación de lazos de cooperación y trabajo comunitario entre las comunidades campesinas, la administración local, la empresa privada y los habitantes de los conjuntos a través de las plataformas multimedia.

### **15.4. Objetivos de comunicación**

- Visibilizar la importancia de la agricultura local, su tradición y su potencial a partir de la convergencia de medios.
- Promover la compra y venta de productos agrícolas 100% naturales a partir de una plataforma tecnológica y el uso de redes sociales.
- Integrar a la comunidad local alrededor de medios alternativos en torno a la agricultura local.

## **16. Concepto Estratégico**

*La Huerta Sabana, tradición 100% natural.*

La Huerta Sabana es un espacio de integración principalmente digital que promueve el agro local cuyo valor diferencial es el cultivo y la venta de productos 100% natural en el entorno local. A

través de esta estrategia comunicativa se desarrollarán tres canales principales con contenidos propios, únicos y orientados a un objetivo específico.

En primer lugar, el desarrollo de un portal web que permitirá conocer los productos locales, sus atributos, su lugar de origen, y sus beneficios para el mercado local. Allí las comunidades campesinas podrán ofrecer hortalizas, legumbres, hierbas aromáticas y medicinales, productos orgánicos 100% naturales. La promoción de la misma se realizará desde los canales tradicionales de comunicación en los entornos rurales (volanteo y voz a voz).

En segundo lugar, se desarrollará un fan page en Facebook que facilitará la construcción de comunidad en torno a la riqueza de lo local, y de la importancia de la tierra para el desarrollo de los dos municipios. Facebook permitirá compartir contenidos de interés que promocionarán la propuesta de la Huerta Sabana y facilitará la integración de comunidad urbana y rural.

Finalmente, la Huerta Sabana contará con un canal en youtube con contenidos audiovisuales sobre la importancia del agro, la riqueza de la tierra, la tradición local y los testimonios de familias campesinas que encuentran en la Huerta Sabana una estrategia para el fortalecimiento de su actividad.

La integración de estos tres canales digitales permitirá la convergencia de estos contenidos para el fortalecimiento de la agricultura local, adicionalmente permitirá la integración de los actores estratégicos y permitirá la resignificación del agro a través de esta propuesta. Sin embargo para ello se requiere de unos pasos previos (sensibilización, capacitación, implementación y seguimiento).

La estrategia gira en torno a la interacción de la comunidad y esencialmente las nuevas generaciones, para ello se involucrará a los estudiantes de colegios públicos y privados locales, quienes, a través de su programa de servicio social, se convertirán en voceros de la estrategia de

fortalecimiento del agro. Adicionalmente se pretende que la estrategia sea auto sostenible, por ello se requiere de la capacitación de líderes de la comunidad agrícola para que puedan administrar la plataforma digital, y junto a la administración pública, elaboren contenidos para generar conversación en los canales de comunicación adicionales.

La administración local se integrará a la estrategia dado que esta permite promocionar un valor diferencial que promueve el turismo, la integración con los entornos rurales y el desarrollo económico local. Cabe resaltar que no se pretende frenar el crecimiento urbanístico, sino generar una sana convivencia y proteger los espacios de cultivo agrícola para solventar las necesidades de estas familias quienes buscan un entorno natural y consumen productos orgánicos para el beneficio de su salud.

Así mismo, se necesita vincular a la empresa privada, especialmente las empresas constructoras para que orienten sus programas de responsabilidad social hacia la protección del medio ambiente y fortalezcan la agricultura. Los medios de comunicación planteados contarán con contenidos orientados a motivar a estas empresas para que participen activamente de esta propuesta.

La estrategia de comunicación se llevará a cabo en 4 etapas que contemplan lineamientos de comunicación, sensibilización, divulgación y promoción. Estos 4 ejes de la estrategia abarcan las tácticas y objetivos esperados con cada uno de los diferentes públicos, y se presentan de manera cronológica con el fin de orientar todas las acciones de manera ordenada en búsqueda del resultado final.

- **Etapas de Sensibilización**

Esta etapa sin duda alguna es una de las más importantes en todo el proceso, ya que es la base y el momento de involucrar a los actores claves con la estrategia y la implementación de la misma.

En esta etapa se deben consolidar las relaciones con los actores y aliados estratégicos, para tener la certeza y seguridad de iniciar el proyecto.

- **Etapa de Formación y estructuración**

Una vez se cuente con el aval y apoyo de los actores claves identificados previamente, se debe iniciar la formación y estructuración de gran parte de las herramientas propuestas para la estrategia, de esta manera se asegurará el entendimiento y aceptación de las mismas dentro de las nuevas dinámicas propuestas. Es clave contar con el apoyo de la Alcaldía local, quien proporcionará todos los elementos necesarios para la formación y capacitación de los actores involucrados en el proceso.

- **Etapa de divulgación y promoción**

Para poder ejecutar las tácticas de esta etapa se debe tener una aproximación a los hábitos de consumo de las audiencias a las cuales les queremos llegar, una vez se tiene este insumo y de acuerdo con los medios identificados se debe empezar con la comunicación del proyecto generando el impacto que se quiere causar en cada una de las audiencias.

- **Etapa de Implementación y seguimiento**

En esta etapa se deben unir todos los elementos estratégicos con las herramientas de implementación, es fundamental continuar con el apoyo de los actores claves y cumplir con las fechas pactadas para generar credibilidad en las diferentes audiencias.

## 17. Tácticas y acciones

### Etapa de Sensibilización

Acciones	Objetivo	Grupo Objetivo
WorkShop "El campo es nuestro"	Visibilizar la importancia de las familias campesinas en la construcción de sociedad y la conservación de tradiciones del municipio.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Concejales de los municipios</li> <li>• Funcionarios de la Alcaldía Local</li> </ul>
WorkShop "Productos campesinos"	Resaltar la importancia de la actividad agrícola como medio de desarrollo económico y social para el municipio.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Concejales de los municipios</li> <li>• Funcionarios de la Alcaldía Local</li> </ul>
Estreno Documental "Las oportunidades del campo"	Destacar la actividad agrícola como medio de desarrollo económico y social para el municipio y las familias agrícolas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Familias campesinas agrícolas</li> <li>• Líderes comunitarios</li> <li>• Funcionarios Alcaldía Local</li> <li>• Administradores conjuntos residenciales</li> <li>• Habitantes conjuntos residenciales</li> <li>• Gerentes constructoras y empresas privadas.</li> <li>• Entidades educativas</li> </ul>
Creación canal YouTube "La Huerta Sabana"	Promocionar el Documental "Las oportunidades del campo" con pauta paga y segmentada de acuerdo con nuestro público objetivo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Administradores conjuntos residenciales</li> <li>• Habitantes conjuntos residenciales</li> </ul>
Presentación Bussines Plan "La Huerta Sabana"	Socializar la estrategia para crear alianzas estratégicas y conseguir patrocinios.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Funcionarios Alcaldía Local</li> <li>• Gerentes constructoras y empresas privadas.</li> <li>• Entidades educativas</li> </ul>

### Etapa de Formación y estructuración

Acciones	Objetivo	Grupo Objetivo
Capacitación en administración de medios digitales, redes sociales y e-commerce.	Formar a las audiencias en temas digitales y comercio electrónico para el buen manejo de las plataformas que harán parte de la estrategia.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Líderes comunitarios</li> </ul>

<p>Estructuración y diseño de la página web  <a href="http://www.huertasabana.com">www.huertasabana.com</a></p>	<p>Establecer una plataforma digital para la venta y compras de productos 100% naturales, además de compartir experiencias e ideas para la consolidación de la comunidad.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Líderes comunitarios</li> <li>• Administradores conjuntos residenciales</li> <li>• Habitantes conjuntos residenciales</li> </ul>
<p>Capacitación en nuevas técnicas agrícolas</p>	<p>Capacitar a las familias agrícolas campesinas en nuevas técnicas y métodos de cultivos y procesamiento de alimentos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Familias campesinas agrícolas</li> <li>• Líderes comunitarios</li> </ul>
<p>Capacitación e involucramientos de estudiantes con la estrategia</p>	<p>Involucrar a las entidades educativas y a sus estudiantes durante sus horas sociales, con el proyecto "La Huerta Sabana"</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entidades educativas</li> <li>• Estudiantes grado 11 de colegios municipales</li> </ul>

### Etapa de divulgación y promoción

Acciones	Objetivo	Grupo Objetivo
<p>WorkShop "La Huerta Sabana"</p>	<p>Involucrar a los campesinos agrícolas en la estrategia a través de experiencias vivenciales y su conocimiento del campo</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Familias campesinas agrícolas</li> <li>• Líderes comunitarios</li> </ul>
<p>Feria agrícola "La Huerta Sabana"</p>	<p>Promocionar los productos agrícolas naturales que producen los campesinos y que pueden comprar los habitantes de los conjuntos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Familias campesinas agrícolas</li> <li>• Funcionarios Alcaldía Local</li> <li>• Habitantes conjuntos residenciales</li> </ul>
<p>Creación Fan page "La Huerta Sabana"</p>	<p>Presentar la estrategia de la "La Huerta Sabana" a través de información y tips útiles que generen interés por el consumo de productos agrícolas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Administradores conjuntos residenciales</li> <li>• Habitantes conjuntos residenciales</li> <li>• Funcionarios Alcaldía Local</li> </ul>
<p>Acción comercial puerta a puerta de conjuntos residenciales</p>	<p>Dar a conocer "La Huerta Sabana" de manera directa a los residentes de los conjuntos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Administradores conjuntos residenciales</li> <li>• Habitantes conjuntos residenciales</li> </ul>
<p>Alianza con medios locales de comunicación (reunión)</p>	<p>Integrar a los medios locales de comunicación en la estrategia para garantizar la convergencia</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Directores y periodistas de medios locales.</li> </ul>

## Etapa de Implementación y seguimiento

Acciones	Objetivo	Grupo Objetivo
Evento Lanzamiento sitio web "La Huerta Sabana"	Promocionar el sitio web para comprar y vender productos 100% naturales de "La Huerta Sabana"	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Familias campesinas agrícolas</li> <li>• Líderes comunitarios</li> <li>• Funcionarios Alcaldía Local</li> <li>• Administradores conjuntos residenciales</li> <li>• Habitantes conjuntos residenciales</li> <li>• Gerentes constructoras y empresas privadas</li> <li>• Entidades educativas</li> <li>• Estudiantes grado 11 de colegios municipales</li> </ul>
Mercado dominical "La Huerta Sabana"	Establecer un mercadeo mensual de "La Huerta Sabana" en donde se puedan comprar y vender productos agrícolas de manera presencial	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Líderes comunitarios</li> <li>• Habitantes conjuntos residenciales</li> <li>• Familias campesinas agrícolas</li> </ul>
Presentación trimestral resultados	Divulgar los resultados de la implementación de la estrategia a la comunidad e identificar las oportunidades de mejora a través de una infografía y una reunión con las audiencias impactadas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Líderes comunitarios</li> <li>• Habitantes conjuntos residenciales</li> <li>• Familias campesinas agrícolas</li> <li>• Entidades educativas</li> <li>• Funcionarios Alcaldía Local</li> <li>• Gerentes constructoras y empresas privadas</li> </ul>

## 18. Entregables

- **Página web lahuertasabana.com**

Para la consecución de los objetivos de la estrategia es necesario diseñar y poner en etapa de producción el sitio web [www.lahuertasabana.com](http://www.lahuertasabana.com) Este sitio web, está concebido como una plataforma digital para la venta y compra de productos 100% naturales que producirán los

campesinos de las veredas de Cajicá y Chía. Además de servir como un escenario de e-commerce, permitirá que las personas puedan intercambiar ideas, comentarios y propuestas para el fortalecimiento de la actividad agrícola y mejoramiento de la comunidad rural.

La huertasabana.com tendrá contenidos informativos y de carácter público que permitirán que las personas conozcan el objeto mismo de la estrategia, del proyecto y se involucren con el mismo. Así mismo habrá información útil para la decisión de compra, tal como información nutricional, beneficios de los productos y recetas sanas.

La página web será responsive, lo que quiere decir que se podrá consultar desde cualquier pc y/o dispositivo móvil, con la posibilidad de creación de perfil para la solicitud de pedidos e información general del proyecto. Está la estructura a partir de la cual se diseñará la arquitectura de la página web:

- Inicio: Logo de La Huerta Sabana, link de redes sociales y ruta directa para comprar productos.
- Quiénes Somos: Información general sobre La Huerta Sabana.
- Productos: Descripción e información de cada producto agrícola, mostrando sus beneficios y opción compra, para agregar al carrito.
- Ayuda a la comunidad: Espacio para dejar ideas y comentarios que contribuyan al mejoramiento de la comunidad.
- Contáctanos: Información de contacto y casilla para enviar solicitudes especiales.
- Carrito de compras: Aplicativo para comprar y pagar en línea los productos.

- **Fan page**

Aprovechando el aumento de uso de Internet móvil en los últimos años, además de la expansión de la red 4G en los municipios de Chía y Cajicá, La Huerta Sabana contará con una Fan Page oficial en Facebook, que podrá ser consultado por cualquiera de las audiencias, este perfil en la red social será uno de los apalancadores de la estrategia y servirá como mecanismo para generar interés y llevar a las personas al sitio web de La Huerta Sabana. En la página de Facebook la dinámica de interacción con el público y la publicación de contenidos serán a diario, compartiendo información sobre los productos, novedades, datos nutricionales, y consejos para la preparación de los productos, además de responder en tiempo real las preguntas, y/o consultas de las fans.

Los contenidos que se publicarán en esta red social, serán propios, con el look and feel del proyecto y conservará la línea grafica del mismo, la cual estará también presente en las demás plataformas digitales.

- **Canal Youtube**

En canal de Youtube que estará enlazado con la página web y el Fan Page, seguirá cumpliendo un papel fundamental para la sensibilización de las nuevas audiencias, de manera audiovisual y con contenidos cercanos, se busca que este medio contenga testimonios reales de los campesinos sobre La Huerta Sabana y de las personas que consumen los productos.

Los videos serán realizados con ayuda de los estudiantes en práctica de los colegios de los municipios, que recogerán la información para luego producir las piezas audiovisuales. Así mismo se realizarán pequeñas piezas audiovisuales que aborden temas de recetas y beneficios de los productos de La Huerta Sabana.

- **Medios locales**

Luego de realizar el trabajo de campo y la cartografía, se identificaron algunos medios comunitarios que cumplen un trabajo informativo dentro de la comunidad rural, algunos de estos medios son el volanteo casa a casa, el voz a voz, los bazares, las reuniones comunales, los cierres de las misas católicas y el altavoz comunitario. Los anteriores medios siguen siendo relevantes y de gran importancia para las familias campesinas de Chía y Cajicá, y por esta razón serán medios para comunicar novedades y noticias de La Huerta Sabana a la población rural.

Adicionalmente la estrategia busca generar alianzas con los principales medios de comunicación de Chía y Cajicá, que, pese a su orientación informativa de carácter privado, tienen un impacto en un público ya establecido. Esta alianza permitirá acercar a dichos medios a las comunidades con la publicación de contenidos para el fortalecimiento de la estrategia, permitiendo de esta manera, una convergencia integral entre el entorno digital y el local. Esto permitirá dar mayor relevancia y servirá como una herramienta de apalancamiento para la “Huerta Sabana”.

## **19. Resultados esperados**

Luego de la implementación de la estrategia y sus tácticas, La Huerta Sabana, espera obtener los siguientes resultados y de esta manera contribuir de manera significativa a la resignificación de la actividad agrícola campesina en Chía y Cajicá:

- Consolidar un mercado agrícola campesino a través del uso de las TIC’s con productos 100% naturales, en donde se rescate la actividad agrícola en los municipios mencionados en esta investigación.
- Fortalecer la actividad agrícola campesina y generar nuevos espacios para la venta de productos al consumidor final.

- Contribuir a la creación y fortalecimiento de lazos de cooperación y confianza entre las familias campesinas agrícolas y habitantes de conjuntos residenciales.

## 20. Cronograma de actividades

Actividad	Nov.	Dic.	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.
WorkShop "El campo es nuestro"												
WorkShop "Productos campesinos"												
Estreno Documental "Las oportunidades del campo"												
Creación canal YouTube "La Huerta Sabana"												
Presentación Bussines Plan "La Huerta Sabana"												
Capacitación en administración de medios digitales, redes sociales e-commerce.												
Estructuración y diseño de la página web <a href="http://www.huertasabana.com">www.huertasabana.com</a>												
Capacitación en nuevas técnicas agrícolas												
Capacitación e involucramientos de estudiantes con la estrategia												
WorkShop "La Huerta Sabana" (Campesinos)												
Feria agrícola "La Huerta Sabana"												
Creación Fan page "La Huerta Sabana"												
Acción comercial puerta a puerta de conjuntos residenciales												
Evento Lanzamiento sitio web "La Huerta Sabana"												
Mercado dominical "La Huerta Sabana"												
Mercado dominical "La Huerta Sabana"												
Mercado dominical "La Huerta Sabana"												
Presentación trimestral resultados												

## 21. Presupuesto

### LA HUERTA SABANA

	CANT	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
WorkShop "El campo es nuestro"	1	Alquiler salón con sillas y equipo técnico	\$ 800.000	\$ 800.000
	1	Mesa de café y pasa bocas	\$ 300.000	\$ 300.000
	1	Invitaciones y confirmaciones	\$ 100.000	\$ 100.000
	1	Producción y diseño material	\$ 400.000	\$ 400.000
WorkShop "Productos campesinos"	1	Alquiler salón con sillas y equipo técnico	\$ 800.000	\$ 800.000
	1	Mesa de café y pasa bocas	\$ 300.000	\$ 300.000
	1	Invitaciones y confirmaciones	\$ 100.000	\$ 100.000
	1	Producción y diseño material	\$ 400.000	\$ 400.000
Estreno Documental "Las oportunidades del campo"	1	Producción y pos-producción documental	\$ 30.000.000	\$ 30.000.000
	1	Invitaciones y confirmaciones	\$ 100.000	\$ 100.000
	1	Alquiler salón con sillas	\$ 600.000	\$ 600.000
	1	Catering	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000
	3	Logísticos evento	\$ 60.000	\$ 180.000
	1	Mezcla y master (Punto fijo)	\$ 500.000	\$ 500.000
Creación canal YouTube "La Huerta Sabana"	1	Apertura canal y mantenimiento	\$ -	\$ -
	1	Branding canal	\$ -	\$ -
Presentación Bussines Plan "La Huerta Sabana"	1	Presentación Bussines Plan	\$ -	\$ -
Capacitación en administración de medios digitales, redes sociales e-commerce.	1	Convocatoria a líderes	\$ 100.000	\$ 100.000
	1	Seguimiento y evaluación	\$ -	\$ -
Estructuración y diseño de la página web www.huertasabana.com	1	Arquitectura, diseño y desarrollo de sitio web HTLM 5 y PHP	\$ 7.500.000	\$ 7.500.000
	1	Administrador del sitio	\$ -	\$ -
	1	Servidor dedicado	\$ 14.100.000	\$ 14.100.000
	1	Housing	\$ 70.000	\$ 70.000
	1	Testing pruebas sitio	\$ 500.000	\$ 500.000
Capacitación en nuevas técnicas agrícolas	1	Convocatoria a líderes	\$ 100.000	\$ 100.000
	1	Seguimiento y evaluación	\$ -	\$ -
Capacitación e involucramientos de estudiantes con la estrategia	1	Convocatoria a estudiantes	\$ -	\$ -
	1	Seguimiento y evaluación	\$ -	\$ -
WorkShop "La Huerta Sabana" (Campesinos)	1	Alquiler salón con sillas y equipo técnico	\$ 800.000	\$ 800.000
	1	Mesa de café y pasa bocas	\$ 300.000	\$ 300.000
	1	Invitaciones y confirmaciones	\$ 100.000	\$ 100.000

	1	Producción y diseño material	\$ 400.000	\$ 400.000
Feria agrícola "La Huerta Sabana"	1	Convocatoria a campesinos	\$ 100.000	\$ 100.000
	1	alquiler sonido básico	\$ 400.000	\$ 400.000
	20	Alquiler carpas	\$ 100.000	\$ 2.000.000
	1	Producción material promocional	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
Creación Fan page "La Huerta Sabana"	1	Apertura página web y mantenimiento	\$ -	\$ -
	1	Branding canal	\$ -	\$ -
Acción comercial puerta a puerta de conjuntos residenciales	1	Personal (Estudiantes práctica)	\$ -	\$ -
	1	Impresión 5.000 volantes	\$ 750.000	\$ 750.000
Alianza con medios locale de comunicación (reunión)	5	Almuerzo de trabajo	\$ 400.000	\$ 2.000.000
Evento Lanzamiento sitio web "La Huerta Sabana"	1	Invitaciones y confirmaciones	\$ 100.000	\$ 100.000
	1	Alquiler salón con sillas y técnica	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
	1	Catering	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000
	3	Logísticos evento	\$ 60.000	\$ 180.000
Mercado dominical "La Huerta Sabana"	1	Convocatoria a campesinos	\$ 100.000	\$ 100.000
	1	alquiler sonido básico	\$ 400.000	\$ 400.000
	20	Alquiler carpas	\$ 100.000	\$ 2.000.000
	1	Producción material promocional	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
Presentación trimestral resultados	1	Producción infografía	\$ 100.000	\$ 100.000
	1	Reunión actores involucrados	\$ -	\$ -
			<b>SUBTOTAL</b>	\$ 72.680.000
			Imprevistos (2%)	\$ 1.453.600
			<b>TOTAL ANTES DE IVA</b>	\$ 74.133.600
			<b>IVA 16%</b>	\$ 11.861.376
			<b>TOTAL</b>	\$ 85.994.976

## 22. KPI's (Indicadores de desempeño)

Para medir la efectividad de la estrategia planteada se elaboran los siguientes indicadores de desempeño:

- Involucramiento de más del 15% de la comunidad agrícola campesina en la estrategia después de 3 meses de su implementación.

- Involucramiento de más del 20% de la comunidad en los sectores urbanísticos con la estrategia después de 3 meses de su implementación.
- Número de visitas a la página vs número de compras efectivas. El porcentaje debe ser superior al 15%
- Engagement mayor al 10% en redes sociales (Interacciones\ n° de seguidores) x 100.
- NPS (Índice de recomendación) superior al 30%.
- Porcentaje de participación de la administración pública superior al 50% en los eventos planteados en el cronograma.
- Número de publicaciones en medios de comunicación locales hablando positivamente de la estrategia en el primer trimestre. Aumento del 30% en dichas publicaciones para el segundo semestre.

### **23. Recomendaciones**

- Es necesario y fundamental contar con el apoyo de la Alcaldía Local, para que puedan percibir no solo un beneficio tangible para la comunidad campesino sino un beneficio intangible para el municipio y su administración.
- De igual manera es fundamental contar con el auspicio de la empresa privada, ya que se requieren los recursos necesarios para la implementación de la estrategia y su mantenimiento.
- Se requiere consolidar las relaciones entre los campesinos y habitantes de los conjuntos no solo para la aumentar la actividad agrícola sino para beneficiar la comunidad en general
- De manera urgente se debe involucrar a las nuevas generaciones en el tema agrícola sin dejar de lado el tema tecnológico y de innovación, esto con el fin de mantener las tradiciones y actividades campesinas propias de la Sabana de Bogotá.

- Es indispensable elaborar instrumentos de seguimiento y medición que permitan analizar la evolución de la estrategia y su sostenibilidad en el tiempo propuesto. Encuestas trimestrales con audiencias clave. Análisis de contenidos en medios de comunicación. Seguimiento a redes sociales. Aumento de la comercialización de productos agrícolas en el mercado local.

## 24. Bibliografía

- Barbero, J. M. (2002, febrero). Jóvenes: Comunicación e Identidad. *Pensar Iberoamérica*. Recuperado de <http://www.oei.es/pensariberoamerica/ric00a03.htm>
- Basnuevo, A. y Matrapa, E. (2002, octubre). Comunicación rural y manejo de la información para la sostenibilidad de la agricultura familiar. *LEISA Revista de Agroecología*. Recuperado de <http://www.agriculturesnetwork.org/magazines/latin-america/2-informacion-y-comunicacion-rural/comunicacion-rural-y-manejo-de-informacion>.
- Bruni, M., Calabrese, D. y Santucci, F. (2008). *Comunicación estratégica para el desarrollo agrícola*. Recuperado de <http://www-wds.worldbank.org/external/default/WDSContentServer>.
- Canclini, N. G. (1997). Imaginarios Urbanos. En M. A. Vite, *Observatorios Urbanos*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Universitaria.
- Fals Borda, O. (2009). *Una sociología sentipensante para América Latina*. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/coedicion/fborda/fborda.pdf>
- Feder, E. (1981) Campesinistas y Descampesinistas, en Desarrollo Agrario y la América Latina. Selección de Antonio García. Fondo de Cultura Económica, México, D. F.
- Giménez, P. (2006). Una nueva visión del proceso comunicativo: La Teoría del Enfoque (Framing) *Revista Comunicación y Hombre*. No. 2, Año 2006.

- Gómez, S. (2001) ¿Nueva Ruralidad? Un aporte al debate, Panel "*Construyendo una Nueva Ruralidad*" en las Semanas Sociales de la Diócesis de Talca "*Soñando una Nueva Ruralidad*."
- Grammont, H. (1992). *El concepto de nueva ruralidad*. Recuperado de [http://www.corpoceam.org/diplomado/Modulo\\_1/Concepto\\_Nueva\\_Ruralidad.pdf](http://www.corpoceam.org/diplomado/Modulo_1/Concepto_Nueva_Ruralidad.pdf).
- Habegger, S y Mancila, I. (2006). *El poder de la cartografía social en las prácticas contrahegemónicas o La Cartografía Social como estrategia para diagnosticar nuestro territorio*. Recuperado de <http://www2.fct.unesp.br/docentes/geo/girardi/Cartografia%20PPGG%202015/TEXTO%2027.pdf>.
- Hernández, L. (2010). *El concepto del territorio y la investigación en las ciencias sociales*. Recuperado de <http://www.colpos.mx/asyd/volumen7/numero3/asd-10-001.pdf>.
- Hernandez Sampieri R. (2010). *Metodología de la investigación*. (5ta Edición). Mexico D.F. Mexico: Editorial Mc Graw Hill
- Islas, O. (2009, febrero). La convergencia cultural a través de la ecología de medios. *Revista Científica de Educomunicación*. Recuperado de <file:///C:/Users/USER4540/Downloads/Comunicar-33-Islas-25-33.pdf>
- Keilbach, N. (2008) Apuntes para una ruralidad reflexiva. *El cotidiano*, 23 (147), 35-42. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/325/32514705.pdf>.
- Massoni, S. (2007). *Modelo de Comunicación Estratégica*. Recuperado de [http://www.academia.edu/4281353/Modelo\\_comunicacion\\_estrategica\\_Sandra\\_Massoni](http://www.academia.edu/4281353/Modelo_comunicacion_estrategica_Sandra_Massoni).
- Massoni, S. (2011). *Los desafíos de la comunicación en un mundo fluido*. Recuperado de [http://www.tendencias21.net/fluido/Los-desafios-de-la-comunicacion-en-un-mundo-fluido\\_a12.html](http://www.tendencias21.net/fluido/Los-desafios-de-la-comunicacion-en-un-mundo-fluido_a12.html).
- Mejía, P. y Rodrigo, G. (2000). Los años del cambio: *Historia urbana de Bogotá*. Bogotá, Colombia. Pontificia Universidad Javeriana, Instituto Colombiano de Cultura Hispánica.

- Morín, E. (s.n). *Teoría del imaginario colectivo*. Recuperado de [http://pendientedemigracion.ucm.es/info/per3/nueva\\_web\\_eva/material\\_para\\_descargar/morin.pdf](http://pendientedemigracion.ucm.es/info/per3/nueva_web_eva/material_para_descargar/morin.pdf)
  - Ortiz, R. (1998). *Otro territorio: Ensayo sobre el mundo contemporáneo*. Bogotá, Colombia: Convenio Andrés Bello.
  - Peñuela, A. (2002, mayo). Imaginarios, colectivos: implicaciones sociales: Una aproximación psicológica a las agendas de información. *Revista Razón y Palabra*. Recuperado de <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n26/lpenuela.html>.
  - Perfetti, J., Balcázar, A., Hernández, A. y Leibovich, J. (2013). *Políticas para el desarrollo de la agricultura en Colombia*. Recuperado de [http://www.fedesarrollo.org.co/wp-content/uploads/2012/08/Pol%C3%ADticas-para-el-desarrollo-de-la-agricultura-en-Colombia-Libro-SAC\\_Web.pdf](http://www.fedesarrollo.org.co/wp-content/uploads/2012/08/Pol%C3%ADticas-para-el-desarrollo-de-la-agricultura-en-Colombia-Libro-SAC_Web.pdf).
  - Radl, R. (1998). *La teoría del actuar comunicativo de Jürgen Habermas: un marco para el análisis de las condiciones socializadoras en las sociedades modernas*. Recuperado de [http://www.infoamerica.org/documentos\\_pdf/habermas02.pdf](http://www.infoamerica.org/documentos_pdf/habermas02.pdf).
  - Restrepo, G. (2012, Julio 26). Aproximación cultural al concepto de territorio. *Revista Perspectiva Geográfica* Recuperado de [http://datateca.unad.edu.co/contenidos/401412/Unidad\\_I/Aproximacion\\_cultural\\_al\\_conceptode\\_territorio.pdf](http://datateca.unad.edu.co/contenidos/401412/Unidad_I/Aproximacion_cultural_al_conceptode_territorio.pdf).
  - Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones, Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Barcelona, España: Editorial Gedisa.
  - Silva, A. (2006). *Imaginarios Urbanos*. Bogotá, Colombia: Armando Editores.
  - Uribe, C., Fonseca, S., Bernal, G., Contreras, C. y Castellanos, O. (2011). *Sembrando innovación para la competitividad del sector agropecuario colombiano*. Recuperado de [http://www.bdigital.unal.edu.co/3567/1/Diagramacion\\_Libro\\_MADR\\_V2.pdf](http://www.bdigital.unal.edu.co/3567/1/Diagramacion_Libro_MADR_V2.pdf).
- Vejarano. M. (1983). *La investigación participativa en América Latina. Antología*. Mexico D.F. Mexico: Editorial CREFAL

## 25. Anexos

### 25.1. Anexo 1: Instrumento “Cartografía”

<b>RESIGNIFICACIÓN DE LA ACTIVIDAD AGRÍCOLA EN CHÍA Y CAJICÁ A PARTIR DEL USO DE LAS TIC Y LA CONVERGENCIA DE MEDIOS</b>				
<b>DIAGNÓSTICO PARTICIPATIVO DEL TERRITORIO - CARTOGRAFÍA SOCIAL RURAL</b>				
<b>OBJETIVO GENERAL</b>				
Caracterizar de manera participativa la situación socio-cultural y geográfica de los territorios rurales y la producción agrícola de las familias campesinas en Chía y Cajicá				
<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificar los terrenos rurales en donde se desarrolla la actividad agrícola campesina.</li> <li>• Identificar la presencia y uso del territorio rural por parte de urbanizaciones y nuevos proyectos urbanísticos.</li> <li>• Identificar la presencia de la administración local</li> <li>• Aproximarse a la construcción de sentido y pertenencia con el territorio por parte de los diferentes actores.</li> </ul>				
<b>ACTIVIDADES A DESARROLLAR</b>				<b>MATERIALES</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Presentación</li> <li>2. Introducción a la cartografía social</li> <li>3. Recordando su territorio</li> <li>4. Realización de cartografía social               <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Identificación de la presencia de la administración local.</li> <li>b. Identificación de urbanizaciones en entornos rurales</li> <li>c. Identificación de tierras propias de familia campesinas en donde se realiza la actividad agrícola</li> <li>d. Identificación de entornos rurales, desarrollo comunitario, juntas de acción comunal.</li> </ol> </li> <li>5. Reflexión sobre los problemas más significativos de la actividad agrícola local.</li> </ol>				<ul style="list-style-type: none"> <li>• Computador</li> <li>• Video Beam</li> <li>• 4 pliegos de papel periódico</li> <li>• 16 marcadores de diferente color</li> <li>• Cinta</li> <li>• Fichas bibliográficas</li> <li>• 16 Esferos</li> </ul>
<b>ACTORES INVOLUCRADOS</b>				
Representantes Juntas de Acción Comunal, representantes de Alcaldía Local, administradores de principales conjuntos residenciales en entornos rurales, Representantes de familias campesinas en entorno rural.				
<b>ACTIVIDAD</b>	<b>TIEMPO</b>	<b>TEMAS A TRATAR</b>	<b>METODOLOGÍA</b>	<b>LOGRO O PRODUCTO</b>
1. Presentación	5 minutos	Presentación del equipo de especialistas.  Interacción con asistentes,	Los facilitadores iniciarán la actividad con una dinámica de presentación para conocer los nombres de los asistentes y su rol en el entorno local. Se realizará una dinámica rompe hielos a partir de andragogía para integrar a las personas. Posteriormente se presentará el cronograma de actividades.	Los asistentes se conocen y tienen conocimiento de los objetivos y la metodología a utilizar durante la jornada de trabajo
2. Introducción a la cartografía social como método de diagnóstico participativo.	10 minutos	La cartografía social como método de diagnóstico.	A través de una diapositiva o un mapa dibujado en el tablero, el o la facilitadora explica los conceptos básicos de la cartografía tales como: territorio, lugar, espacio, límites y convenciones, etc. Mencionar que el objetivo de este trabajo es que en grupo se elabore una cartografía del territorio “que conoce” y se identifiquen las situaciones problema en el marco de la agricultura local campesina.	Los asistentes se familiarizarán con la actividad a desarrollar y su importancia para el mapeo de la problemática en el entorno rural.

3. Recordando su territorio:	15 minutos	Retrospección del territorio a partir de la memoria en el entorno rural.	Se propiciará una pequeña charla en la que los participantes cuenten cómo estaba organizado el territorio 10 años atrás, cada uno de ellos contará cómo recordaba su entorno a partir de su rol.	Los asistentes se aproximan sensiblemente a su territorio a partir de un ejercicio retrospectivo.
4. Realización de cartografía social	40 minutos	Identificación de prácticas organizativas, desarrollo rural, extensión de territorio, derechos en el territorio e identificación de referentes socioculturales e institucionales	<p>Taller para grupos de 16 personas, se divide el grupo en subgrupos de actores por rol y se les entrega el material para que cada grupo haga su cartografía donde deben ubicar con símbolos, convenciones los lugares de acuerdo con los siguientes pasos:</p> <p>Paso 1. Los asistentes representarán su territorio a través de un mapa, previamente identificadas las convenciones se ubicará su espacio de acción, sus terrenos y ubicación.</p> <p>Paso2. Ubicarán los espacios rurales en los que se realiza la actividad agrícola y los espacios rurales en los que existen o existirán proyectos urbanísticos.</p> <p>Paso 3. Ubicarán escenarios institucionales y administrativos con incidencia en el sector en donde se brinde ayuda a la comunidad campesina para el desarrollo de su actividad, así mismo deberán mapear organizaciones que trabajen con comunidades campesinas.</p> <p>Paso 4. Ubicarán extensiones de tierra que anteriormente eran propiedad de familias campesinas y ahora hacen parte de proyectos urbanísticos.</p>	Los actores han caracterizado su situación en el territorio, los avances urbanísticos acelerados y la contextualización de la problemática para generar una posterior sensibilización respecto al entorno.
5. Reflexionamos sobre los problemas más significativos de la actividad agrícola local.	20 minutos	Los asistentes reflexionarán sobre la realidad de la actividad agrícola y la incidencia de la urbanización acelerada en el entorno.	Finalmente se realiza un análisis comparativo de los mapas que cada grupo ha realizado de acuerdo a su perfil para evidenciar la problemática desde diversos puntos de vista. El objetivo es reflexionar sobre la incidencia que ha tenido la urbanización rural y otros factores externos en la actividad agrícola campesina. El facilitador orientará la reflexión apuntando a visibilizar la importancia de esta actividad para las familias locales y lograr así la resignificación de la misma	Los asistentes han reflexionado y reconocido su situación en materia de territorio.
<b>OBSERVACIONES</b>				

## 25.2. Anexo 2: Instrumento “Encuesta comunidad campesina”

### *Resignificación de la actividad agrícola en los municipios de Chía y Cajicá a partir del uso de las TIC y la Convergencia de Medios*

Por favor llene esta pequeña encuesta. La información que nos proporcione será utilizada para analizar la situación actual y la relación de las comunidades campesinas con los nuevos habitantes del municipio y las constructoras de la zona. La encuesta dura cinco minutos aproximadamente. Gracias.

Cuestionario N°: \_\_\_\_\_ Mayo – Junio de 2016 “Carácter confidencial”.  
Encuesta No. 1 para campesinos de los municipios de Chía y Cajicá.

#### **Capítulo 1: Datos Sociodemográficos**

1. Edad:
  - a) Menos de 30 años ( )1
  - b) De 30 a 40 años ( )2
  - c) Más de 40 años ( )3
  
2. Género:
  - a) Masculino ( )1
  - b) Femenino ( )2

#### **Capítulo 2:**

1. En una escala de 1 a 5, donde 5 es “Mala” y 1 es “Muy buena”. Califique su relación actual con los residentes de los conjuntos residenciales y las constructoras de la zona. (seleccione con una X)
 

1 2 3 4 5
  
2. ¿Qué percepción tiene de las personas que vienen de otras ciudades a vivir en el municipio?
  - a) Muy buena. (.)4
  - b) Buena. (.)3
  - c) Regular. (.)2
  - d) Mala. (.)1
  
3. ¿Qué percepción tiene de las constructoras con presencia en la zona?
  - a) Muy buena. (.)4

- b) Buena. (.)3
- c) Regular. (.)2
- d) Mala. (.)1

4. ¿Le gustaría tener algún tipo de relación con los habitantes de los conjuntos residenciales y con las constructoras?

- a) Sí. (.)1
- a) No (.)0

Si su respuesta fue Sí, indique de qué manera se beneficia:

---

5. ¿Se benefician de alguna manera de los conjuntos aledaños y de las constructoras de la zona?

- a) Sí. (.)1
- b) No (.)0

Si su respuesta fue Sí, indique de qué manera se beneficia:

---

6. En una escala de 1 a 5, donde 5 es "Alto" y 1 es "Bajo". Califique el nivel de impacto de los conjuntos y constructoras en el desarrollo agrícola del sector. (seleccione con una X)

1 2 3 4 5

7. En una escala de 1 a 5, donde 5 es "Alto" y 1 es "Bajo". Califique el nivel de contribución de los conjuntos y constructoras en el desarrollo agrícola del sector. (seleccione con una X)

1 2 3 4 5

### **25.3. Anexo 3: Instrumento "Encuesta conjuntos residenciales"**

#### ***Resignificación de la actividad agrícola en los municipios de Chía y Cajicá a partir del uso de las TIC y la Convergencia de Medios***

Por favor llene esta pequeña encuesta. La información que nos proporcione será utilizada para analizar la situación actual y la relación de las comunidades campesinas con los nuevos habitantes del municipio y las constructoras de la zona. La encuesta dura cinco minutos aproximadamente. Gracias.

Cuestionario N°: \_\_\_\_\_ Mayo – Junio de 2016 “Carácter confidencial”.  
Encuesta No. 2 para habitantes y constructoras de Chía y Cajicá.

### Capítulo 1: Datos Sociodemográficos

3. Edad:
- d) Menos de 30 años ( )1
  - e) De 30 a 40 años ( )2
  - f) Más de 40 años ( )3
4. Género:
- c) Masculino ( )1
  - d) Femenino ( )2
5. Gremio:
- e) Residente conjunto ( )1
  - f) Funcionario constructora ( )2

### Capítulo 2:

8. En una escala de 1 a 5, donde 5 es “Mala” y 1 es “Muy buena”. Califique su relación actual con los campesinos de la zona. (seleccione con una X)
- 1 2 3 4 5
9. ¿Qué percepción tiene de los campesinos que viven cerca a su casa o apartamento?
- e) Muy buena (.)4
  - f) Buena. (.)3
  - g) Regular. (.)2
  - h) Mala. (.)1
10. ¿Qué percepción tiene de la Junta de Acción Comunal del sector?
- e) Muy buena. (.)5
  - f) Buena (.)4
  - g) Regular. (.)3
  - h) Mala. (.)2
  - i) Desconoce el trabajo de la Junta de Acción Comunal del sector. (.)1
11. ¿Le gustaría tener algún tipo de relación con los campesinos de la zona?
- b) Sí. (.)1

b) No (.)0

Si su respuesta fue Sí, indique de qué manera se beneficia:

---

12. ¿Se benefician de alguna manera de los campesinos de la zona?

c) Sí (.)1

d) No (.)0

Si su respuesta fue Sí, indique de qué manera se beneficia:

---

13. En una escala de 1 a 5, donde 5 es "Alto" y 1 es "Bajo". Califique el nivel de impacto de los campesinos en el desarrollo urbanístico del sector. (seleccione con una X)

1 2 3 4 5

14. En una escala de 1 a 5, donde 5 es "Alto" y 1 es "Bajo". Califique el nivel de contribución de los campesinos en el desarrollo urbanístico del sector. (seleccione con una X)

1 2 3 4 5

#### 25.4. Anexo 4: Instrumento "Matriz de contenidos"

Nombre del medio	Tipo y perfil de medio	Corpus	Categoría a analizar	Postura Argumentativa	Análisis Discursivo
Nombre del medio de comunicación a analizar. Si es impreso incluir (Fecha de publicación, sección y página.) Si es radial (Programa de emisión, fecha y duración). Si es Internet (Fecha de publicación, tipo de contenido y duración si aplica)	Descripción breve sobre el medio, si es impreso o audiovisual y de carácter, privado, público o comunitario.	Texto a analizar.	Categorías de la investigación que caben dentro del análisis.	Argumento y uso del lenguaje que se identifica en el texto analizado.	Enfoque o intención del mensaje que se está analizando.

## 25.5. Anexo 5: Aplicación Matriz de Medios

Nombre del medio	Tipo y perfil de medio	Corpus	Categoría a analizar	Postura Argumentativa	Análisis Discursivo
El periódico de Chía, Colombia-agosto 22 de 2015. Edición Virtual e Impresa. Distribución gratuita.	El Periódico de Chía es un medio impreso y digital que circula en la Sabana Centro de Cundinamarca, de manera gratuita. Su cobertura principal se enmarca en el municipio de Chía pero se extiende hasta los principales municipios de la sabana. Cuenta con perfil en Facebook, twitter y canal en Youtube. Actualmente es el medio impreso más leído en el municipio.	<p><b>NOTICIAS - Chía</b></p> <p><b>¡EXTRA!... Mañana en Chía gran marcha y Minga Indígena en protesta por la TRONCAL DEL CERRO</b></p> <p>“Para la ciudadanía y para la comunidad indígena en particular este proyecto fracturaría el territorio y por lo tanto afectaría la cultura ancestral, así como el modus vivendi de las gentes del sector; alterando los ecosistemas y el medio ambiente de una manera irreversible”...</p> <p>“El pasado 30 de julio se produjo la primera movilización de protesta por parte de los vecinos de Fonquetá y Cerca de Piedra que se verán afectados con el proyecto vial. La propuesta de esta autovía, se gesto en Asocentro, Asociación de Alcaldes de Sabana Centro y fue, sin consulta previa a la comunidad, decidida como un proyecto Regional”...</p> <p>“Adicionalmente la vía la harían los privados en una alianza publico privada APP, que costaría cerca de 70.500 millones de pesos hacerla, para ello tendrán que comprar numerosos predios y expropiar tantos otros, así como pagar un peaje para usar la vía, de un valor que no solamente no se ha especificado, sino que le tocara pagar a todos los chías”...</p>	Comunicación Territorio Imaginario	El artículo hace énfasis en las consecuencias de la medida adoptada por la administración local para la construcción de la troncal del cerro Hay una clara postura de oposición dada por la utilización de hipérboles como “irreversible”, o “Fracturaría”, así como aseveraciones que manifiestan la intención del medio con frases como “los privados” “tocará pagar”, etc.	El artículo más allá de ser noticioso manifiesta una clara inconformidad por parte del periodista hacia la puesta en marcha del proyecto mencionado. La estrategia es dar a conocer todas las falencias de esta medida y ser reiterativo en las consecuencias para la comunidad que surgirán con la troncal del cerro.

Nombre del medio	Tipo y perfil de medio	Corpus	Categoría a analizar	Postura Argumentativa	Análisis Discursivo
El periódico	El Periódico de	NOTICIAS – Chía	Territorio	El artículo	La categoría de

<p>de Chía, Colombia. Abril 6 de 2016. Edición Virtual e Impresa. Distribución gratuita.</p>	<p>Chía es un medio impreso y digital que circula en la Sabana Centro de Cundinamarca, de manera gratuita. Su cobertura principal se enmarca en el municipio de Chía pero se extiende hasta los principales municipios de la sabana. Cuenta con perfil en Facebook, twitter y canal en Youtube. Actualmente es el medio impreso más leído en el municipio.</p>	<p><b>Alcalde de Chía entrega predios para obras sociales</b>  “En la vereda la Balsa entregó a la Secretaría de Desarrollo Social y al Instituto Municipal de Recreación y Deportes, un predio de unos 12 mil metros para la construcción del Centro de Discapacidad y Enfermedades Huérfanas del municipio, edificación que se propone ejecutar con el aporte solidario de toda la comunidad, las empresas, instituciones y organizaciones no gubernamentales de Chía. Una parte de este mismo terreno se destinará para un escenario deportivo de fútbol. Aunque la alcaldía no aclara a cargo de quien estará la construcción del escenario, si especifica que el mantenimiento y operación será asumido por el IMRD”. Finalmente en Mercedes de Calahorra, IDUVI entregó a la Secretaría de Desarrollo Social un lote de 1.400 metros de área adjunto al jardín social Nuevo Milenio. Allí el objetivo es poder desarrollar también la ampliación de este jardín e impactar con atención integral a la infancia en este sector de la ciudad.</p>	<p>Comunicación.</p>	<p>aborda una posición informativa respecto a los desarrollos urbanísticos de la administración local en el territorio resaltando la intención de los mismos para el mejoramiento de la calidad de vida de la comunidad de Chía.</p> <p>No se puede asegurar que este desarrollo promoció directamente la gestión administrativa pero sí se aleja de cualquier cuestionamiento sobre los terrenos adquiridos.</p>	<p>comunicación se analiza de manera diferente en el desarrollo de este artículo. Diferente a noticias anteriores por parte de este medio, en esta ocasión no hay una postura crítica frente a la gestión administrativa y a la utilización del territorio. Se manifiesta el beneficio de la comunidad con la ejecución de estos proyectos territoriales, pero no se indaga sobre el impacto para los sectores rurales del municipio que rodean los puntos mencionados.</p>
--	--	---	----------------------	---	---

Nombre del medio	Tipo y perfil de medio	Corpus	Categoría a analizar	Postura Argumentativa	Análisis Discursivo
<p>El periódico de Chía, Colombia. Abril 22 de 2016. Edición Virtual e Impresa. Distribución gratuita.</p>	<p>El Periódico de Chía es un medio impreso y digital que circula en la Sabana Centro de Cundinamarca, de manera gratuita. Su cobertura principal se enmarca en el municipio de Chía pero se extiende hasta los principales municipios de la sabana. Cuenta con perfil en</p>	<p><b>NOTICIAS – Chía</b>  <b>Procuraduría emite circular que ordena recuperación en el ordenamiento ambiental del río Bogotá</b>  “La solicitud la hizo el Ministerio Público en la circular 003 de este mes, en la que también insta a las autoridades para que de acuerdo a sus competencias incluyan todas las ordenes de dichas sentencias en sus planes de Desarrollo 2017-2020, así como en la formulación, modificación o ajustes de los planes de Ordenamiento Territorial y esquemas o planes básicos de Ordenamiento Territorial.</p>	<p>Territorio Comunicación</p>	<p>El fragmento de esta noticia cumple una función informativa que alerta a la ciudadanía sobre los procedimientos de las alcaldías locales para la aprobación de acuerdos y planes de desarrollo. El medio informa sobre la obligación que tiene la administración pública para</p>	<p>Aunque la noticia no trata directamente de la situación urbanística en el territorio si permite evidenciar la intención del medio por dar a conocer a la comunidad las normas que deben seguir las administraciones locales en la aprobación de planes de desarrollo que afecten el territorio. Dicha</p>

	Facebook, twitter y canal en Youtube. Actualmente es el medio impreso más leído en el municipio.	Lo anterior con el propósito de defender los intereses colectivos, en especial el ambiente, proteger la diversidad e integridad del mismo y conservar las áreas de relevancia ecológica. De igual forma, se sugiere a los concejos municipales y distritales que antes de aprobar acuerdos relacionados con los planes de Desarrollo o de Ordenamiento Territorial, verifiquen que todas las obligaciones sentenciadas hayan sido articuladas entre los diferentes instrumentos de planeación, e incluidas en los mismos”.		proteger el territorio y a sus habitantes.	categoría entiende el territorio como objeto de protección e interés común para la comunidad contemplando su importancia ambiental y ecológica. La comunicación por su parte va dirigida a la comunidad con el objetivo de socializar estas normas para hacer control a las alcaldías locales.
--	--	--	--	--	--

Nombre del medio	Tipo y perfil de medio	Corpus	Categoría a analizar	Postura Argumentativa	Análisis Discursivo
El periódico de Chía, Colombia. Mayo 31 de 2016. Edición Virtual e Impresa. Distribución gratuita.	El Periódico de Chía es un medio impreso y digital que circula en la Sabana Centro de Cundinamarca, de manera gratuita. Su cobertura principal se enmarca en el municipio de Chía pero se extiende hasta los principales municipios de la sabana. Cuenta con perfil en Facebook, twitter y canal en Youtube. Actualmente es el medio impreso más leído en el municipio.	<p><b>NOTICIAS – Chía</b></p> <p><b>Rechazo ciudadano al POT de Chía</b></p> <p>Organizaciones de comunidades como las de Fonquetá, Ciprés, Escuela de Territorio Sostenible, Lonja de Propiedad Raíz de Chía y Sabana Centro, Concejo Territorial de Planeación, VeeduPot y un numeroso grupo de ciudadanos independientes, rechazan el POT.</p> <p>Estas organizaciones están haciendo circular un comunicado, en el que rechazan la manera como se está estudiando el POT por parte del Concejo Municipal, sin que se le haya realizado una verdadera socialización que incluya el conocimiento y concepto de las comunidades.</p> <p>Esta revisión del POT, plantea ampliar en doscientos ochenta y seis hectáreas la zona de expansión urbana, ubicadas en buena parte en zonas de importancia agrologica y ambiental. Es decir, que Chía incrementa en más de dos millones ochocientos sesenta mil metros cuadrados su actual casco urbano. Con esta decisión, CHÍA</p>	Territorio Comunicación Imaginario.	<p>Este artículo contempla varios elementos a analizar. Primero se evidencia una postura crítica definida sobre la aplicación del POT en el municipio aunque es un texto informativo. En el texto se puede evidenciar una aseveración clara en cuanto al futuro del municipio con la ejecución de proyectos que afectan la agricultura y las riquezas ambientales del territorio.</p> <p>Por último se manifiesta una clara inconformidad del medio que se toma la vocería</p>	<p>Esta noticia sin duda es una de las más importantes para evidenciar la problemática de expansión urbanística que impacta al municipio en la última década. Es clara la posición del medio en cuanto a la expansión sin contemplar consecuencias ambientales, entre las que sobresale el desarrollo agrícola que caracterizaba al territorio.</p> <p>Claramente esta categoría toma mucha importancia en el análisis de</p>

		<p>TRIPPLICARÍA SU NÚMERO DE HABITANTES EN MENOS DE DIEZ AÑOS, convirtiéndose en un municipio de cemento y concreto.</p> <p>Quienes se ven favorecidos, son grandes urbanizadores, propietarios de mucha de esas tierras de expansión urbana.</p>		<p>de la comunidad sobre la ausencia de comunicación y espacios participativos para la toma de estas decisiones de impacto general.</p>	<p>este texto. Lo mismo sucede con el imaginario colectivo de la comunidad frente al modo de actuar de la administración local y el consejo municipal.</p> <p>La comunicación también se convierte en fundamental por la necesidad de la población en ser partícipe de las decisiones que afectarán su territorio.</p>
--	--	---	--	---	--

Nombre del medio	Tipo y perfil de medio	Corpus	Categoría a analizar	Postura Argumentativa	Análisis Discursivo
<p>Periódico El Observador, Cajicá Zipaquirá, Colombia. Edición 36, Mayo de 2016. Edición Impresa. Distribución gratuita. Editorial, página: 10.</p>	<p>El Periódico El Observador, es un medio impreso que circula en la Sabana Centro de Cundinamarca, de manera mensual, aunque su base está en Cajicá y Zipaquirá, también circula en municipios como Chía, Cota, Tabio y Sopo. Este medio es privado, aunque su circulación es gratuita. Su financiación se hace a través de pauta publicitaria y en ocasiones de aportes de la empresa privada. Este medio tiene</p>	<p><b>EDITORIAL</b> <b>La conurbación urbana afecta a Cajicá</b></p> <p>El municipio de Cajicá sufre del mal llamado 'progreso'. La conurbación urbana afecta al municipio desde el aspecto social, de servicios públicos y de espacio urbanístico. Un punto de vista del fenómeno lo explica la investigadora de la Universidad Nacional de Medellín, Cecilia Inés Moreno, en su documento titulado La conurbación: rizoma urbano y hecho ambiental complejo. En este, plantea que "las urbes contemporáneas son expresión de las dinámicas, velocidades e intensidades en la que transcurre la vida cotidiana de miles de ciudadanos cada vez más concentrados en ciudades. Uno de los fenómenos en los que dicho dinamismo se expresa son las conurbaciones donde la integración y la escisión se suceden de forma simultánea, lo que configura una problemática ambiental... Se parte del</p>	<p>Territorio - La categoría en la editorial se presenta como el centro del discurso, hablando del territorio como algo patrimonial y que se ha conservado durante varias generaciones. El territorio se muestra como algo digno de respetar y que representa el progreso y desarrollo del pueblo.</p>	<p>En esta editorial se evidencia una postura clara de denuncia frente al crecimiento urbanístico en el municipio y cómo este afecta, no solo el sector rural, sino también la actividad agrícola campesina.</p>	<p>La editorial tiene como propósito evidenciar metafóricamente las repercusiones del crecimiento urbanístico y el fenómeno de la conurbación como una situación problemática y de gran impacto a nivel ambiental y de desarrollo. El objetivo del mensaje pretende alertar a la comunidad de las consecuencias generadas por este fenómeno y generar conciencia de dicha situación.</p>

	<p>cuentas en redes sociales y actualmente va por su edición No. 26.</p>	<p>concepto conurbación como fenómeno mediante el cual dos o más ciudades se integran dando lugar a una nueva territorialidad con dinámicas de interrelación social, cultural, económica, política, etc.". Su planteamiento tiene como objetivo "mostrar cómo un proceso urbano, de común ocurrencia, pero poco reconocido y estudiado, requiere una lente desde el pensamiento ambiental para ser comprendido de forma adecuada pues se trata de unas dinámicas territoriales ricas, múltiples y en proceso de integración, pero muchas veces en disputa político-administrativa. Este tipo de fenómenos suele ser interpretado tanto desde la planeación urbano-regional como desde la gestión ambiental desde una visión lineal o fragmentada y poco acorde con su realidad compleja, múltiple e imbricada... Se busca, además, poner en debate una construcción conceptual y un ejercicio interpretativo en el que se considera a la conurbación como una complejidad ambiental y estética del rizoma, en tanto dinámica, proceso y resultado, que actúa en forma similar a la figura del rizoma, como una planta cuyos tallos horizontales se extienden bajo el suelo, en diversas direcciones hasta emerger de nuevo a la superficie bajo la forma de nueva vida".</p> <p>Teniendo en cuenta este concepto, las raíces de Bogotá se extienden por nuestro suelo y subsuelo, y es alimentado por la voracidad de nuestros mandatarios que no pierden tiempo para hacer el negocio del momento sin pensar con responsabilidad en el futuro del municipio y menos en el factor social. El periódico El Observador dedica estas líneas finales para recordar el legado de un gran hombre y la alegría que expresaba en su rostro cuando hablaba de la pedagogía infantil y su cajón mágico de dulces, en su rectoría. Gracias profesor Franco por su comisión. Los niños de Cajicá agradecen su apoyo y su alegría. El señor le</p>			
--	--	---	--	--	--

		guarde en el cielo. Vea página 7 para conocer la noticia.			
--	--	---	--	--	--

Nombre del medio	Tipo y perfil de medio	Corpus	Categoría a analizar	Postura Argumentativa	Análisis Discursivo
<p>Periódico El Oberv@dor. Cajicá Zipaquirá, Colombia. Edición 35, Abril de 2016. Edición Impresa. Distribución gratuita. Editorial, página: 10.</p>	<p>El Periódico El Oberv@dor, es un medio impreso que circula en la Sabana Centro de Cundinamarca, de manera mensual, aunque su base está en Cajicá y Zipaquirá, también circula en municipios como Chía, Cota, Tabio y Sopo. Este medio es privado, aunque su circulación es gratuita. Su financiación se hace a través de pauta publicitaria y en ocasiones de aportes de la empresa privada. Este medio tiene cuentas en redes sociales y actualmente va por su edición No. 26.</p>	<p><b>EDITORIAL</b></p> <p><b>La clave es la autonomía municipal</b></p> <p>La sentencia C 1051 es muy clara con respecto de la autonomía de los municipios en Colombia. Estos deben ser soberanos en sus decisiones territoriales, como es el caso que hoy nos ocupa: la independencia que tiene un alcalde municipal en orientar políticas de planeación territorial, en este caso, el uso del suelo. Como lo planteamos en alguna de nuestras ediciones pasadas, no hay servicios públicos para tanta casa. Teniendo en cuenta que muchos de nuestros lectores no conocen esta sentencia, nos permitimos publicarla a continuación: “República unitaria implica que existe un solo legislador; descentralización consiste en la facultad que se otorga a entidades diferentes del Estado para gobernarse por sí mismas, a través de la radicación de ciertas funciones en sus manos y autonomía significa la capacidad de gestión independiente de los asuntos propios. Etimológicamente, autonomía significa autoformarse, y de ella se derivan las siguientes consecuencias: a. Capacidad de dictar normas; b. Capacidad de la comunidad de designar sus órganos de gobierno; c. Poder de gestión de sus propios intereses y d. Suficiencia financiera para el desempeño de sus competencias. Existe una correlación entre autonomía y descentralización, de manera que todo órgano autónomo es también descentralizado, empero no todo órgano des centralizado es autónomo. La autonomía de las entidades territoriales hace referencia entonces a la libertad que les es otorgada para ejercer</p>	<p>Territorio - Imaginario Urbano. Estas dos categorías se representan de manera directa en la editorial, ya que se pone como mensaje principal la defensa del territorio para la conservación del mismo, y por otro lado el ataque de la idea del desarrollo y futuro dado por el Imaginario Urbano.</p>	<p>La editorial habla de manera directa sobre la autonomía de los municipios en este caso Cajicá, sobre el uso del suelo. Se debate sobre la cesión del suelo para la expansión urbanística o la conservación para la actividad agrícola.</p>	<p>La editorial pretende mostrar la postura de la gobernación local frente a la explotación y uso actual del suelo en el municipio y el debate público que este ha causado a nivel regional y nacional.</p>

		<p>las funciones que les son asignadas en virtud de la descentralización, de modo que tienen un alto grado de independencia en la administración y manejo de sus intereses. La autonomía de las entidades territoriales implica que éstas tienen derechos y competencias que deben ser protegidos de las interferencias de otras entidades y, en especial, de la Nación, teniendo en cuenta que las autoridades locales son quienes mejor conocen las necesidades de la región que tienen a su cargo, por tener contacto directo con la comunidad. En consecuencia, el legislador no puede establecer reglas que vacíen la competencia de las entidades territoriales consagrada en el artículo 287 superior, punto sobre el cual la Corte se ha pronunciado en reiteradas ocasiones, afirmando que la ley no puede, so pretexto de diseñar el régimen de ordenamiento territorial, establecer normas que limiten la autonomía de las entidades territoriales hasta el punto de que la capacidad para gestionar sus intereses llegue a ser simplemente nominal o formal".</p> <p>Señor ministro de Vivienda: el alcalde municipal, en su autonomía territorial, y su oficina de Planeación Municipal, plantean revisar licencias entregadas con una limitante de servicio de agua potable, entregadas con una supuesta proyección de ampliación de red que proviene de Bogotá. Lo responsable es que los entes de control entren a investigar a los anteriores alcaldes que tienen que ver con este urbanismo sin control y, si hay responsables por este despropósito, las autoridades serán las que fallen. Mientras tanto, una medida como la que tomó el alcalde municipal y su equipo de planeación es la más "autónoma" de las decisiones y responsable con el futuro del municipio y de sus habitantes.</p> <p>Periódico El Observador. Cajicá Zipaquirá, Colombia. Edición 34, Marzo de 2016. Edición Impresa.</p>			
--	--	--	--	--	--

		Distribución gratuita. Editorial, página: 10.			
--	--	---	--	--	--

Nombre del medio	Tipo y perfil de medio	Corpus	Categoría a analizar	Postura Argumentativa	Análisis Discursivo
<p>Periódico El Oberv@dor. Cajicá Zipaquirá, Colombia. Edición 34, Marzo de 2016. Edición Impresa. Distribución gratuita. Editorial, página: 10.</p>	<p>El Periódico El Oberv@dor, es un medio impreso que circula en la Sabana Centro de Cundinamarca, de manera mensual, aunque su base está en Cajicá y Zipaquirá, también circula en municipios como Chía, Cota, Tabio y Sopo. Este medio es privado, aunque su circulación es gratuita. Su financiación se hace a través de pauta publicitaria y en ocasiones de aportes de la empresa privada. Este medio tiene cuentas en redes sociales y actualmente va por su edición No. 26.</p>	<p><b>EDITORIAL</b></p> <p><b>CAJICÁ 2035</b></p> <p>El pasado 29 de febrero, el ingeniero Orlando Díaz Canasto presentó al Concejo Municipal de Cajicá un resumen de lo ocurrido en las mesas que se establecieron para tratar el tema del Plan de Desarrollo Municipal. Durante su intervención, propuso tomar en consideración una idea de desarrollo a largo plazo, para que las siguientes administraciones la sigan una misma línea de tiempo, lo cual resulta novedoso y que desde este medio lo estaremos apoyando. Cajicá 2035 se plantea como un camino para alcanzar la modernización del municipio y, para ello, todos sus habitantes debemos participar en la construcción del futuro del nuestro mismo. A continuación se exponen diez ideas planteadas, a raíz de la propuesta, por el Portal Urbana, en su informe publicado el 24 de enero de 2014.</p> <p><b>1. Un marco para el crecimiento</b></p> <p>Las ciudades prósperas se desarrollan a través de un marco de referencia, para alcanzar un desarrollo ordenado. Cabe aclarar que un marco no se refiere a una forma de control centralizado, sino de un recurso para anticipar las necesidades.</p> <p><b>2. Una ciudad planificada es una ciudad bien preparada</b></p> <p>Anticipar el futuro nos permite estar mejor preparados. Para estar a la vanguardia de los desafíos, los líderes de la ciudad deben estar dispuestos a aprovechar las oportunidades y gestionar los riesgos.</p>	<p>Territorio y Campesino. El centro del debate en esta editorial es el territorio y plan de desarrollo para este, durante los siguientes cuatro años, se sigue mostrando el territorio como el centro de todo y el campesino como la persona que percibe los resultados finales de la ejecución de estas acciones.</p>	<p>La editorial pone sobre la mesa los puntos esenciales del POT para que la audiencia de manera crítica pueda analizar el panorama general y llevarse una idea de los puntos positivos y negativos de la propuesta.</p>	<p>Esta editorial tiene como propósito sensibilizar al lector en cuanto a los beneficios que conlleva la aprobación del nuevo Plan de Ordenamiento Territorial evidenciando las oportunidades de progreso que surgirán con esta implementación. Sin embargo, aunque el objetivo de esta lectura es la movilización en apoyo a la iniciativa, no existe un compromiso puntual en torno a los “beneficios” existentes en el nuevo POT.</p>

		<p><b>3. La planificación mejora el impacto</b>  Los líderes locales son elegidos por sus propuestas de mejoramiento. Dada la magnitud de los desafíos a los que se enfrentan las ciudades, es poco probable que todas las optimizaciones deseadas sucedan al mismo tiempo. Las ciudades exitosas construyen hitos mediante la realización de proyectos prioritarios que están alineados con una visión a largo plazo.</p> <p><b>4. Una forma urbana adecuada es muy importante</b>  Vivienda, empleo, accesibilidad y seguridad son algunas de las principales preocupaciones de los ciudadanos. Estos temas están relacionados con un estilo de vida urbano. La ejecución de políticas concernientes a los temas de densidad poblacional, uso del suelo, organización del espacio público, diseño de infraestructura y prestación de servicios pueden ser los puntos clave para lograr mejorar la calidad de vida de los habitantes a un precio justo.</p> <p><b>5. Una buena planificación urbana impacta positivamente en la economía</b>  Asegurarse de que haya una suficiente oferta laboral debe ser una prioridad para los líderes locales. Las ciudades compiten para atraer inversiones, con el objetivo de incrementar la actividad económica.</p> <p><b>6. Un plan de propiedad colectiva permite a las ciudades construir relaciones duraderas</b>  Los líderes de la ciudad, quienes son capaces de entender las ventajas de tener una buena urbanización, deben fomentar la participación una gran cantidad de actores para alcanzar sus objetivos.</p> <p><b>7. Una perspectiva territorial más amplia ayuda a las ciudades a alcanzar economías de escala</b>  Las ciudades no operan en el</p>			
--	--	---	--	--	--

		<p>vacío, ya que su desarrollo está asociado al de la región que la rodea, con la que comparten recursos y oportunidades.</p> <p><b>8. Continuidad genera credibilidad</b> Las ciudades exitosas aseguran la continuidad de sus planes de desarrollo, aunque los ciclos políticos cambien. Una hoja de ruta estable es más creíble.</p> <p><b>9. Anticipar es más efectivo y económico que reaccionar a los problemas</b> Los líderes locales pueden generar un cambio constructivo si se alejan del “dejen hacer”.</p> <p><b>10. Un marco da coherencia a los mensajes</b> La comunicación es un elemento clave en las ciudades. La posibilidad de transmitir efectivamente los resultados de las acciones llevadas a cabo exitosamente puede verse socavada por mensajes vacíos o contradictorios Invitamos a nuestros concejales a utilizar su energía para planear el futuro de nuestro Municipio. “Los trapitos sucios se lavan en casa”.</p>			
--	--	--	--	--	--

Nombre del medio	Tipo y perfil de medio	Corpus	Categoría a analizar	Postura Argumentativa	Análisis Discursivo
Periódico El Observador. Cajicá Zipaquirá, Colombia. Edición 33, Febrero de 2016. Edición Impresa. Distribución gratuita. Editorial, página: 10.	El Periódico El Observador, es un medio impreso que circula en la Sabana Centro de Cundinamarca, de manera mensual, aunque su base está en Cajicá y Zipaquirá, también circula en municipios como Chía, Cota, Tabio y Sopo. Este medio es privado, aunque	<p><b>EDITORIAL</b> <b>Contra los accidentes cardiovasculares</b></p> <p>El Observador, con esta columna, quiere apoyar la campaña del Ministerio de Salud para informar, prevenir y detectar a tiempo los accidentes cerebrovasculares, un temido padecimiento que a veces puede ser fatal o dejar graves secuelas. Es por esto que replicamos un artículo de <a href="http://www.cienciasalud.com">www.cienciasalud.com</a>. Sobre esta enfermedad se dice mucho, pero se sabe poco. Para promover la difusión de información sobre este mal, cada 29 de octubre decenas de organizaciones públicas y privadas participan en el Día Mundial del</p>	Salud - No Aplica	En la editorial se habla en manera de recomendación para evitar accidentes cardiovasculares, también se evidencia el uso de la aseveración para mostrar lo alcances de estos accidentes en el cuerpo humano.	La editorial busca crear conciencia en la población sobre la prevención y cuidado de las enfermedades cardiovasculares, mostrando de manera simple riesgos y síntomas.

	<p>su circulación es gratuita. Su financiación se hace a través de pauta publicitaria y en ocasiones de aportes de la empresa privada. Este medio tiene cuentas en redes sociales y actualmente va por su edición No. 26.</p>	<p>Accidente Cerebrovascular (ACV). Los especialistas aseguran que adquirir conciencia es indispensable para hacer una detección temprana y evitar, incluso, la muerte. Las estadísticas demandan atención: una de cada seis personas sufrirá un ACV en algún momento de su vida; cada seis segundos muere alguien debido a un ataque cerebral y un gran número de afectados vivirá con secuelas neurológicas.</p> <p>“Todo ACV no tratado a tiempo genera secuelas neurológicas. Estas dependerán de la magnitud del infarto del cerebro. Las consecuencias también varían según el área del cerebro que fue afectada. Puede generarse una hemiplejía o una imposibilidad para caminar, al igual que una dificultad para hablar o una incapacidad para expresarse”, explicó Victoria Markevich, jefa de residentes de la Unidad de Cuidados Intensivos del Hospital Universitario Austral, en Argentina.</p> <p>“El ACV es la primera causa de discapacidad”, alertó Markevich. “Un ACV es la pérdida de irrigación cerebral repentina, causada por la obstrucción de una arteria o por la ruptura de la misma, en cuyo caso se denomina hemorragia cerebral o ACV hemorrágico”. Sin embargo, la seriedad de las secuelas contrasta con la posibilidad cierta de tratamiento, aunque la opción de hacer una intervención temprana es baja. Los especialistas alertan que el tiempo durante el cual es posible realizar una intervención exitosa y positiva es de apenas cuatro horas y media. “La consulta médica en estos casos es urgente”, enfatizó Markevich.</p> <p><b>¿Qué síntomas deben ser atendidos inmediatamente?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Falta de sensibilidad, debilidad o parálisis repentina en la cara, brazos o pierna, especialmente cuando se registra de un solo lado del cuerpo.</li> <li>- Confusión súbita o problemas repentinos para hablar o entender.</li> <li>- Pérdida súbita de memoria.</li> <li>- Problemas repentinos para ver con uno o los dos ojos.</li> </ul>			
--	---	---	--	--	--

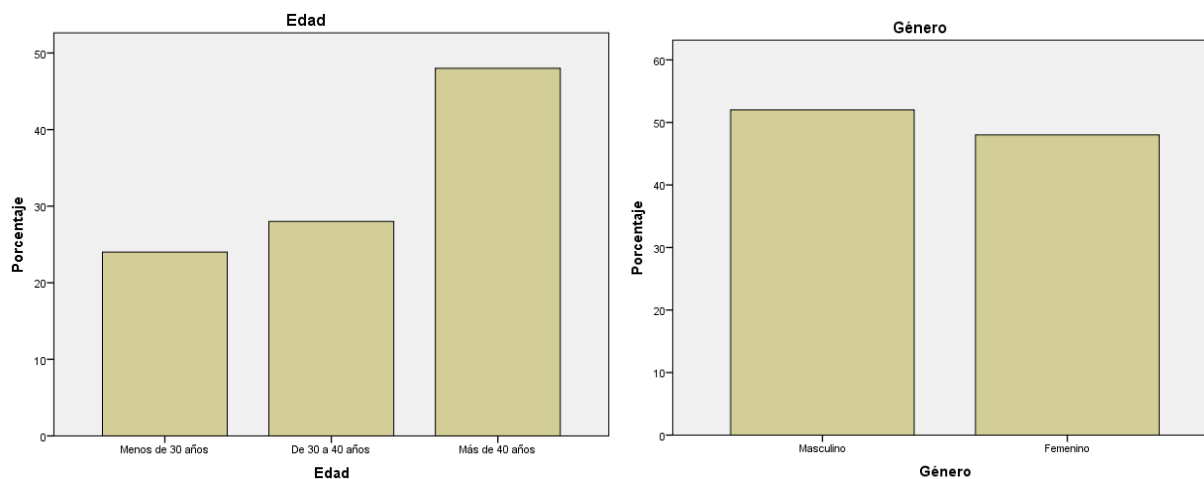
		<p>- Dificultad para caminar, aparición de mareos o vértigo y pérdida del equilibrio o de la capacidad de coordinación.</p> <p>- Dolor de cabeza súbito y de máxima intensidad.</p> <p>Pero, ante tiempos tan limitados cuando un ACV puede estar en progreso, ¿existen más mecanismos de prevención? “Es fundamental controlar los factores de riesgo que conducen a un ACV: hipertensión arterial, diabetes, colesterol elevado, tabaquismo, alcoholismo, uso de drogas ilegales, entre otros. Además, a medida que pasan los años, el riesgo aumenta”, indica el José Bueri, jefe del Servicio de Neurología del Hospital Austral.</p> <p>El experto remarca que el tratamiento y la prevención continúan después de recuperarse de un episodio: “Es fundamental hacer seguimiento al paciente, por medio de un especialista, para tratar las patologías que causaron el ACV, como la estenosis carotídeas, las cardiopatías o los trastornos de coagulación. Cuando ha padecido un ictus, aumenta la probabilidad de que se repita, aunque, con ciertos tratamientos, es posible prevenir un segundo evento.</p>			
--	--	--	--	--	--

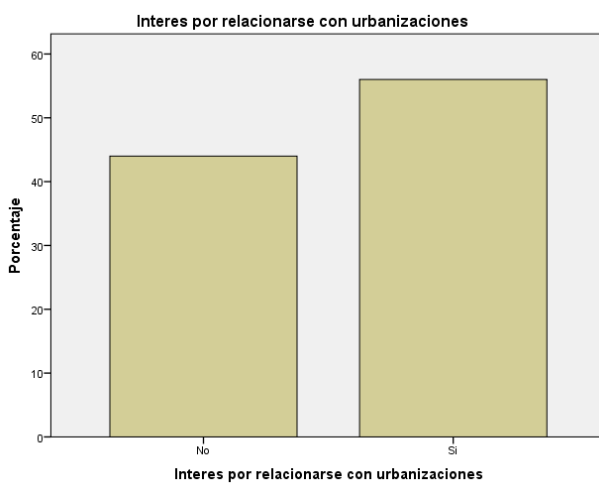
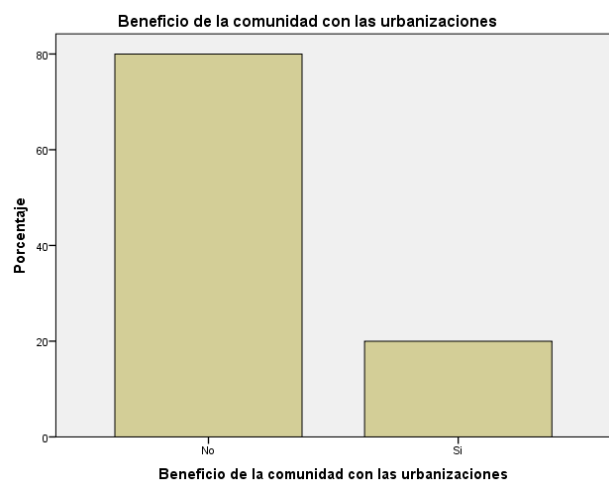
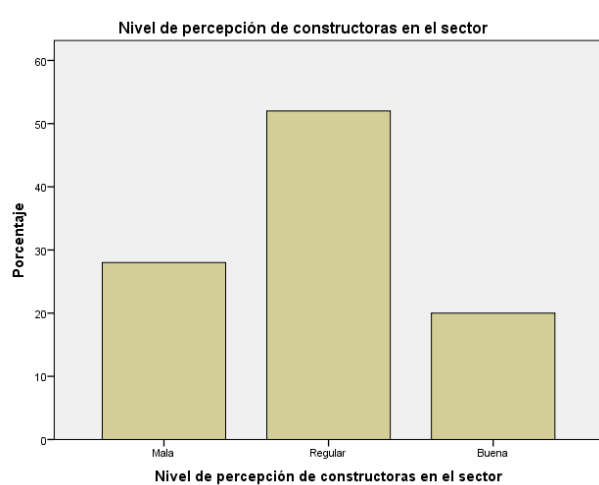
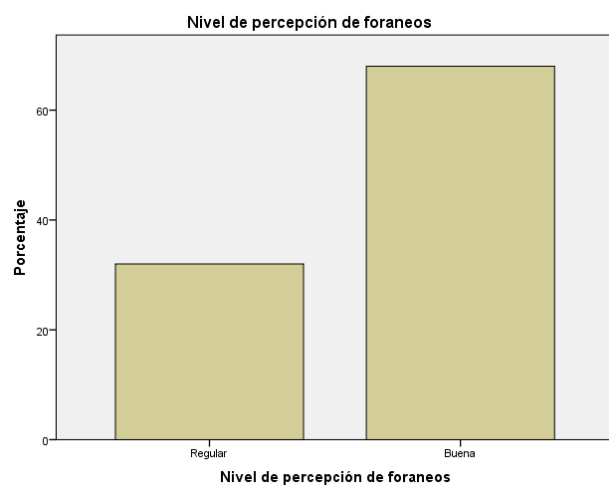
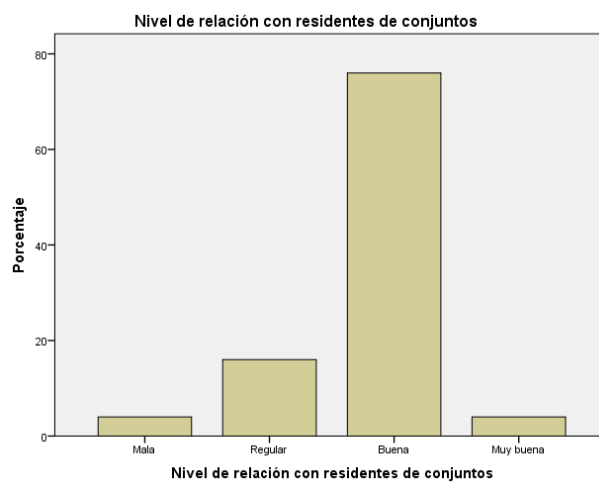
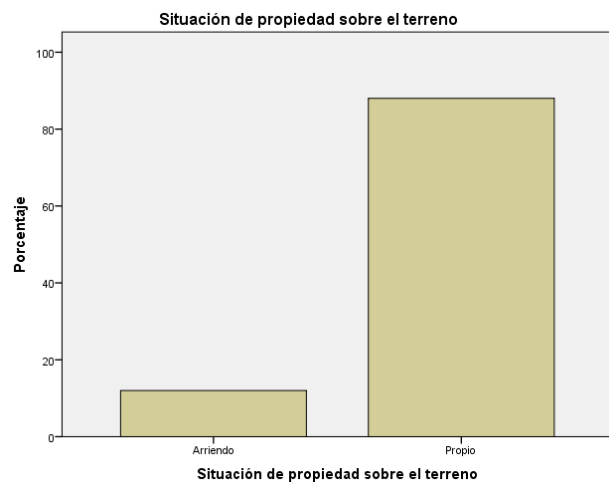
Nombre del medio	Tipo y perfil de medio	Corpus	Categoría a analizar	Postura Argumentativa	Análisis Discursivo
Periódico El Oberv@dor. Cajicá Zipaquirá, Colombia. Edición 32, Enero de 2016. Edición Impresa. Distribución gratuita. Editorial, página: 10.	El Periódico El Oberv@dor, es un medio impreso que circula en la Sabana Centro de Cundinamarca, de manera mensual, aunque su base está en Cajicá y Zipaquirá, también circula en municipios como Chía, Cota, Tabio y Sopo. Este	<p><b>EDITORIAL</b></p> <p><b>De los caprichosos e insistentes también es el triunfo</b></p> <p>Un año que se fue y otro que llega cargado de sueños, metas, ilusiones y propósitos. Con una actitud connatural de la vida espiritual, ponemos estos buenos deseos en manos de Dios, sea cual sea el credo profesado. Este 2016 ha de ser, con el concurso personal y comunitario, un año de fe, esperanza, paz y justicia social. Los nuevos gobernadores, alcaldes y concejales ya ejercen el mandato constitucional que el pueblo les delegó, cifrando en ellos sus ilusiones de un mejor vivir. Si</p>	Política Pública. No aplica	La editorial, presenta una situación compleja de la sociedad, y de la cual se contrapone con una postura positiva, esperanzadora y que muestra una posición más clara sobre la situación expuesta en la editorial.	La editorial, es un empujón de ánimo para arrancar el año. En donde se ponen en la mesa las metas y objetivos para los siguientes 12 meses y en donde se da un papel protagónico al lector dejando un espacio para su accionar.

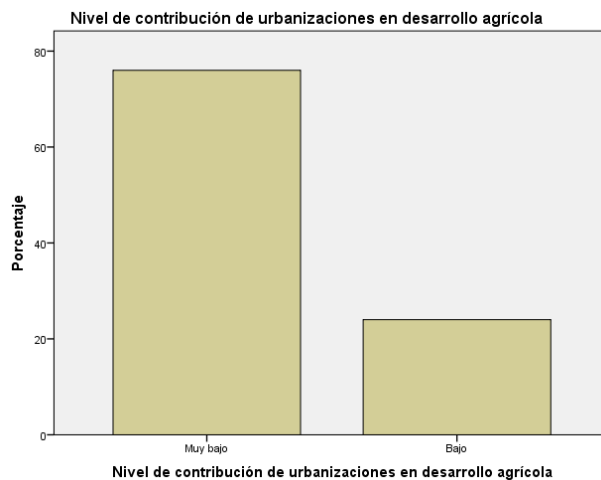
	<p>medio es privado, aunque su circulación es gratuita. Su financiación se hace a través de pauta publicitaria y en ocasiones de aportes de la empresa privada. Este medio tiene cuentas en redes sociales y actualmente va por su edición No. 26.</p>	<p>pudiésemos rebobinar la película del año terminado, no sentiríamos ni siquiera el deseo de levantarnos nuevamente. Más, como hombres y mujeres valerosos, altruistas, perseverantes, caprichosos e insistentes, estamos llamados a ser como el caballo, que trabaja fuertemente y se caracteriza por su energía y acción, sin dejar de lado el optimismo. El caballo se vuelve imperativo, salta por encima de los obstáculos, cabalgando por los campos del progreso, el entusiasmo, y la lucha diaria y constante. Establezcamos objetivos a corto, mediano y largo plazo, con un alto sentido de la ética y responsabilidad, teniendo en cuenta la capacidad de gestión y adaptación. Frente a tan amplio panorama, vale la pena preguntarnos cuál es nuestro papel coyuntural, qué podemos hacer para mejorar nuestras condiciones de vida y las de los demás, qué hechos concretos realizaremos para ayudar al desarrollo del lugar donde habitamos en el presente y el futuro. El triunfo o la derrota están en nuestras manos, como el barro amorfo en el torno giratorio. De nuestra destreza de alfareros depende el genio y la figura que le demos a este momento histórico. Echemos las redes al mar; han salido vacías muchas veces. Mañana saldrán repletas de peces.</p>			
--	--	---	--	--	--

## 25.6. Anexo 6: Aplicación Encuestas

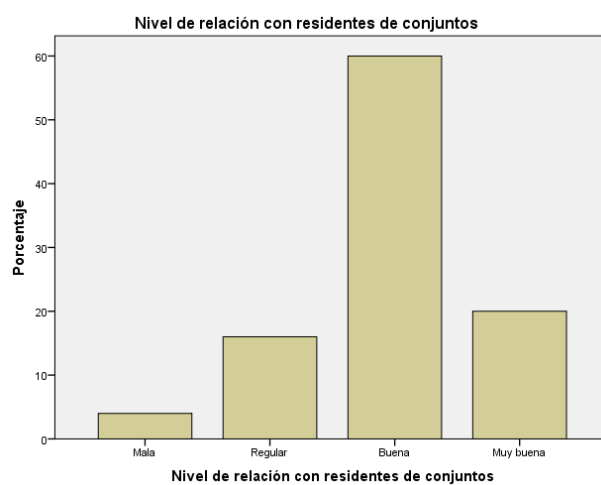
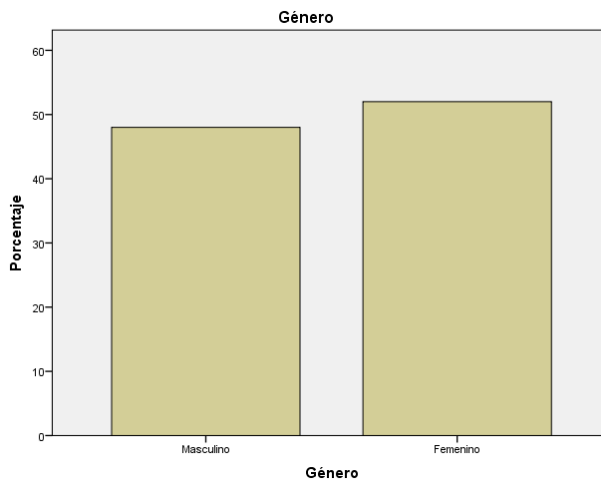
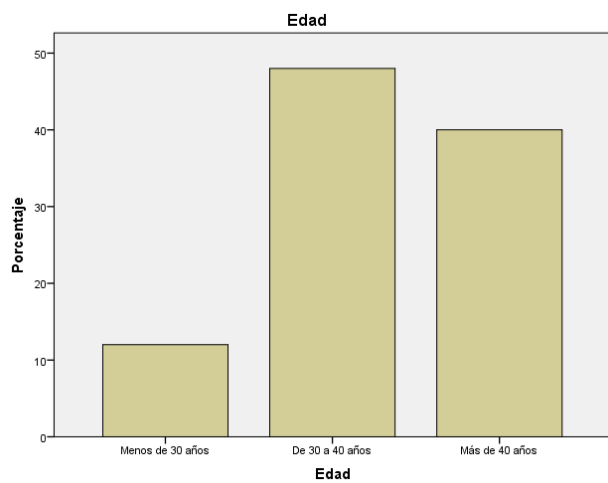
### Comunidad campesina Cajicá

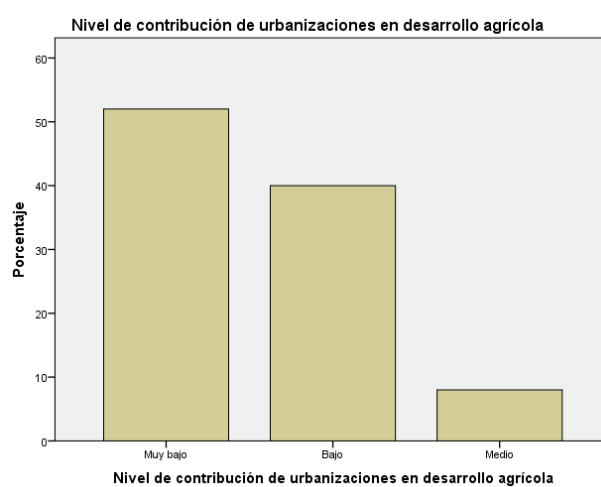
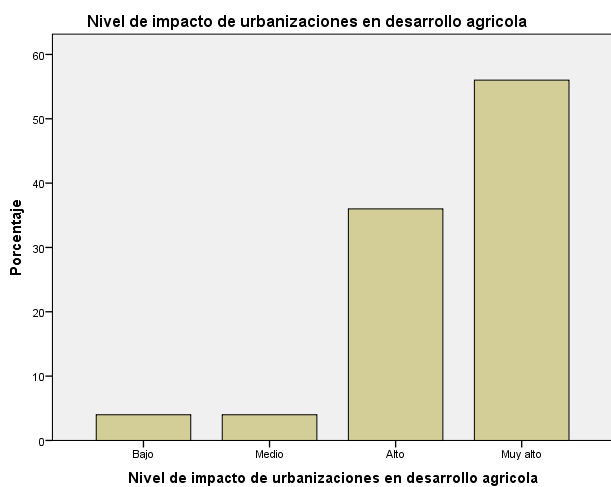
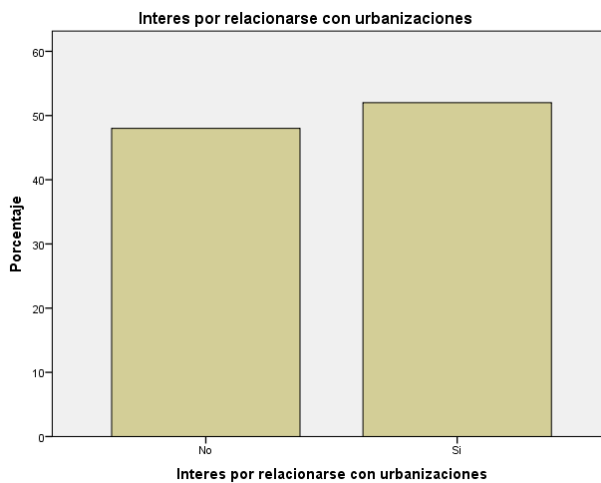
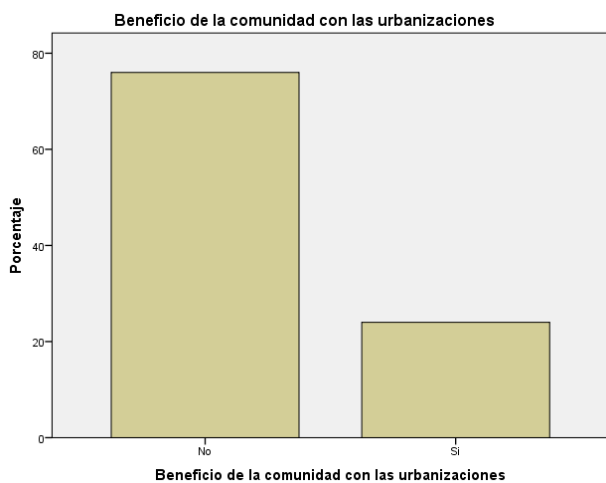
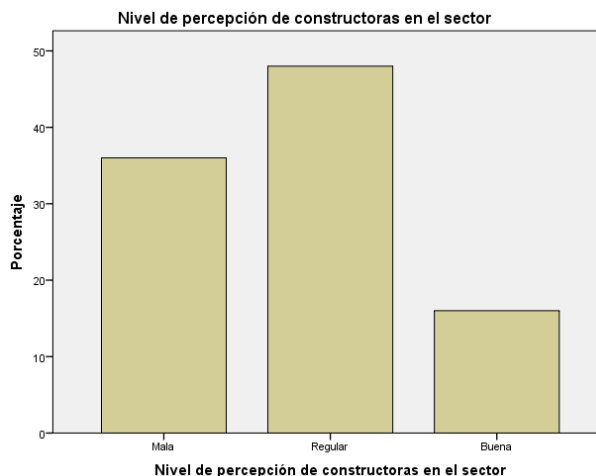
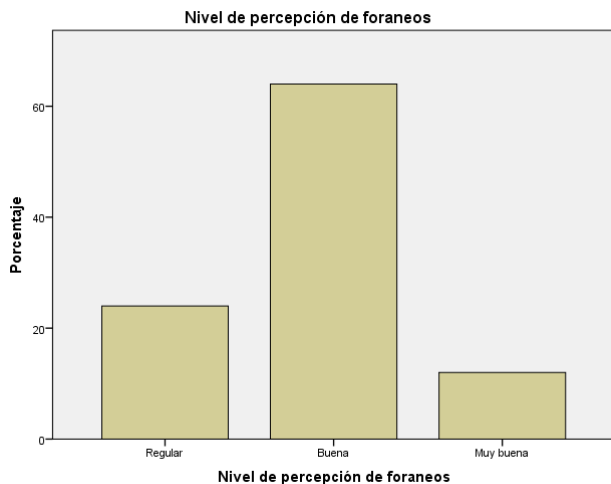




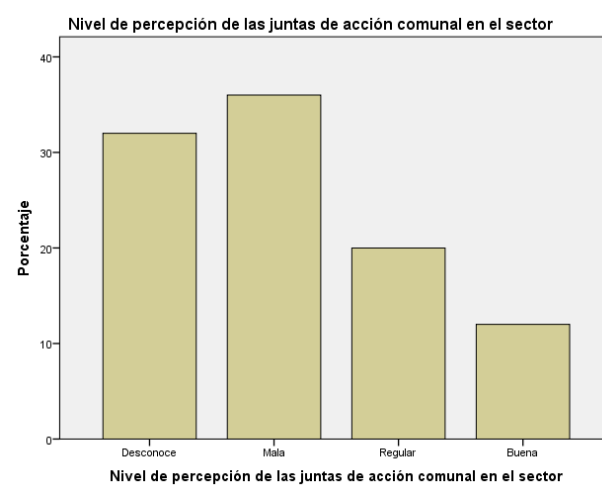
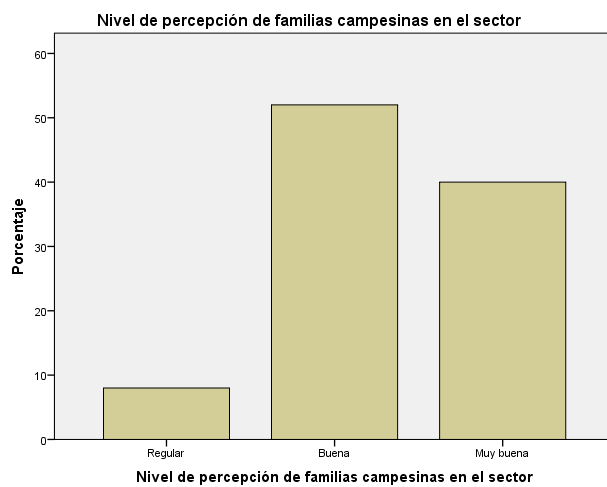
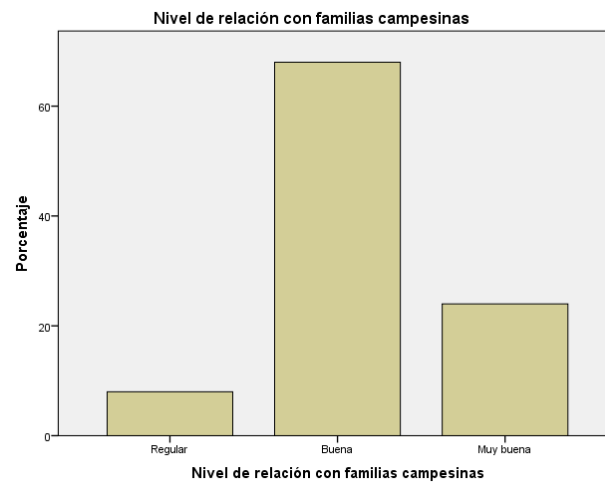
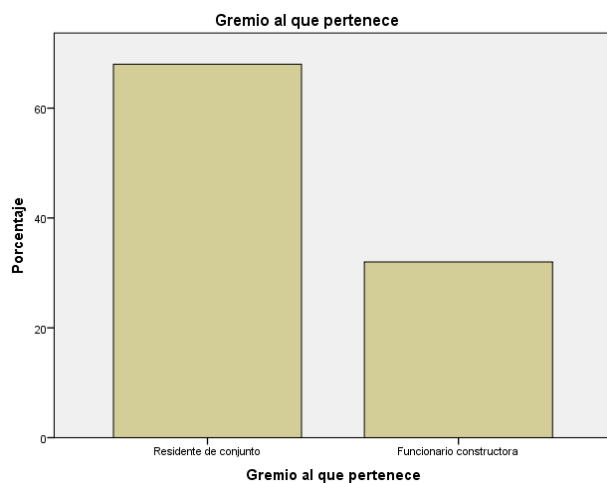
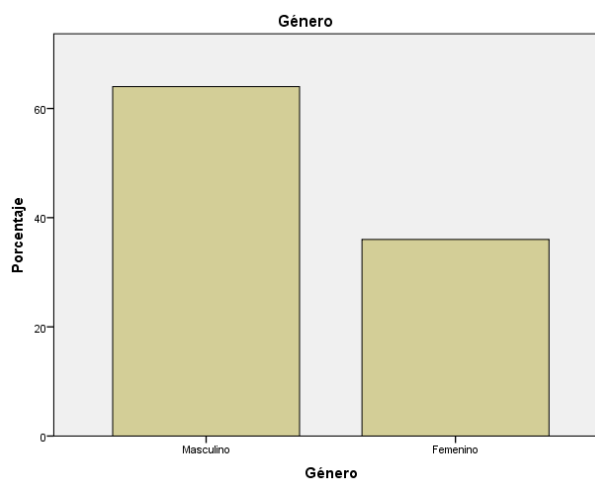
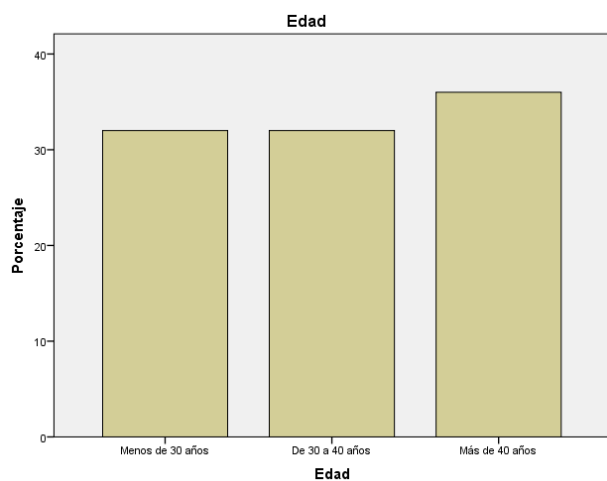


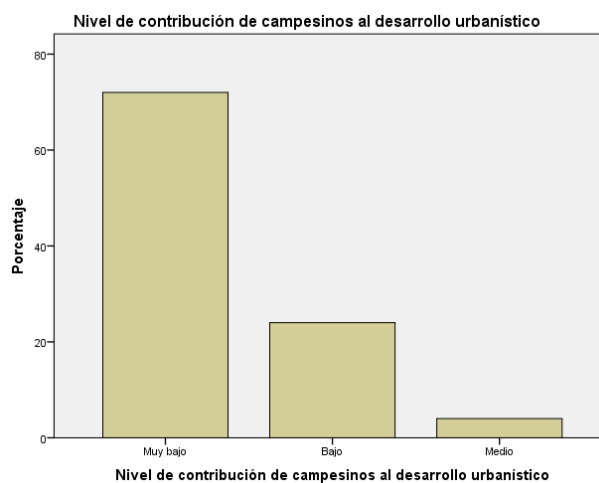
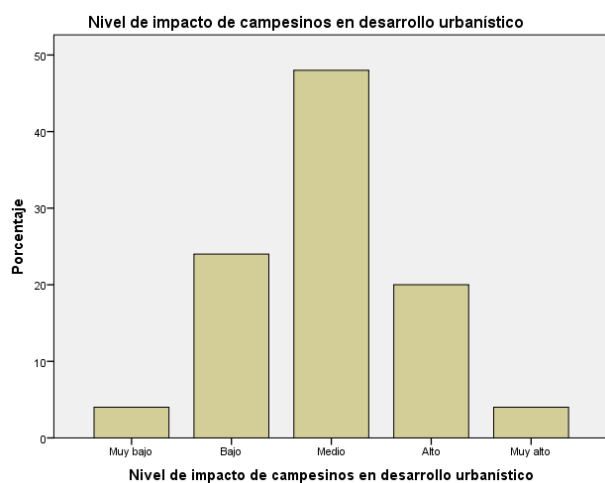
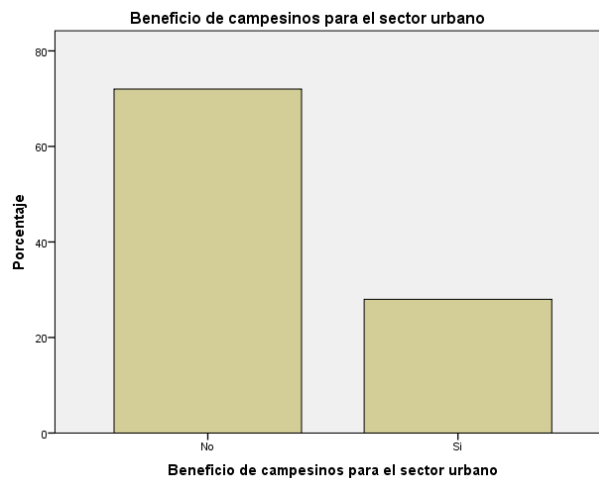
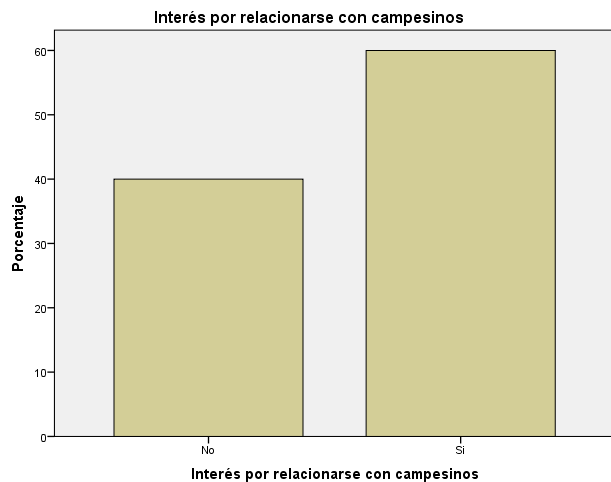
**Comunidad campesina Chía**



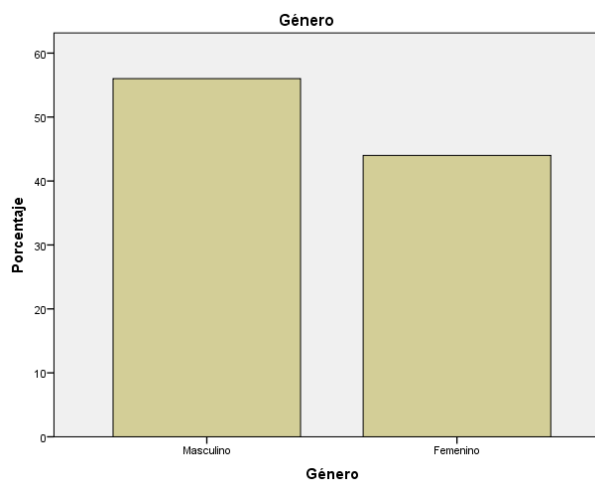
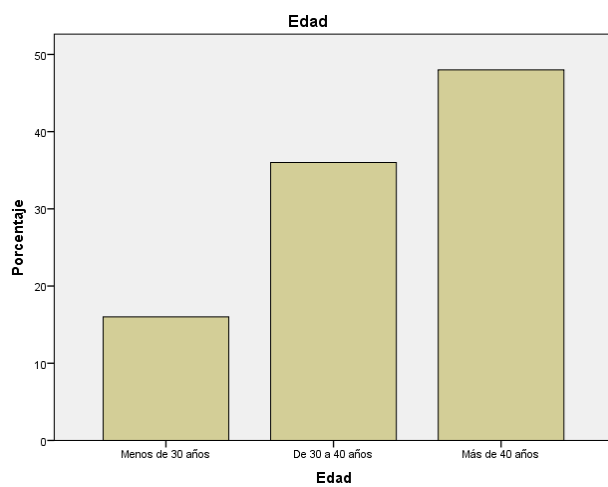


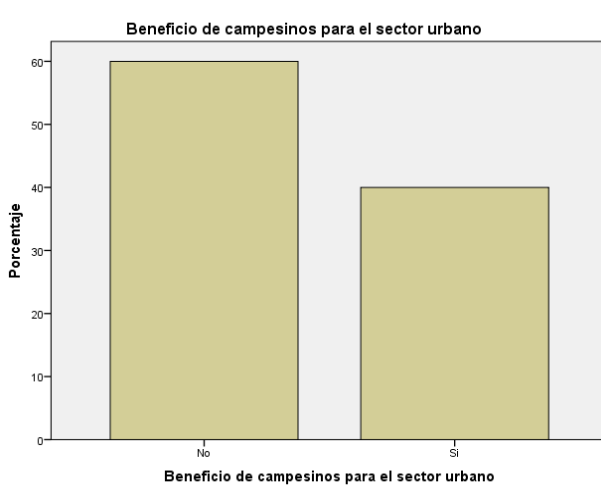
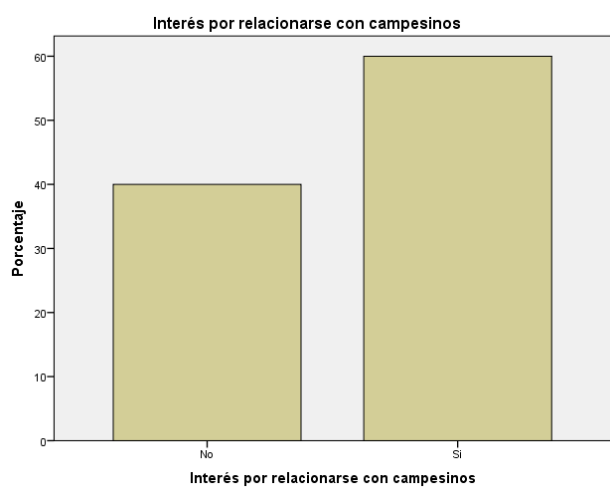
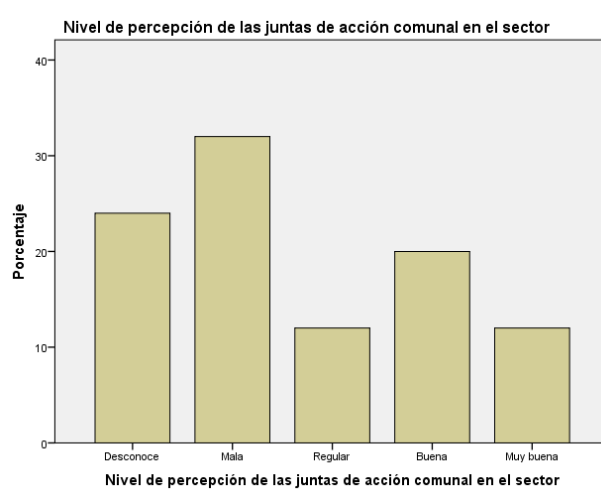
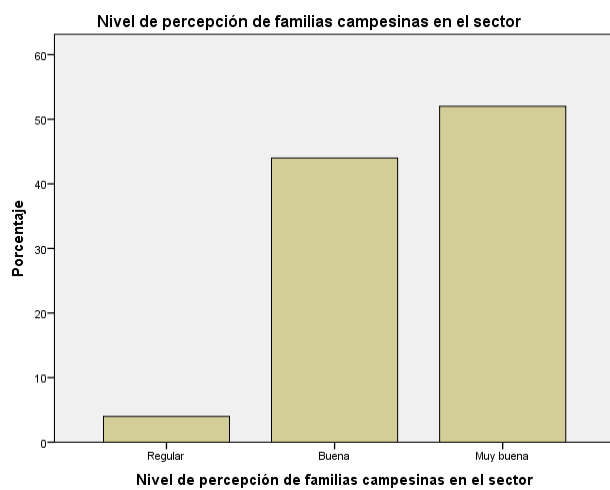
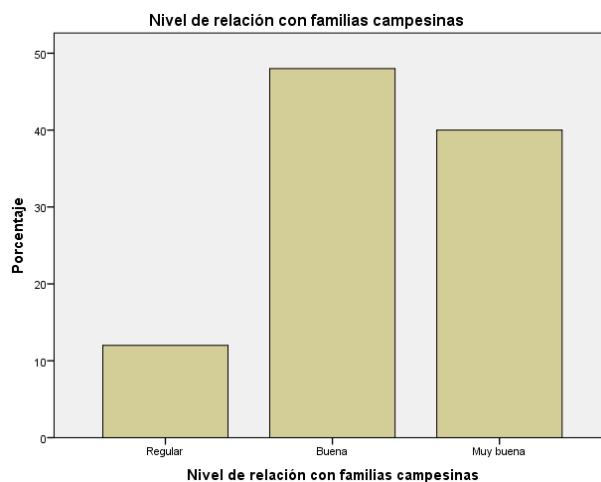
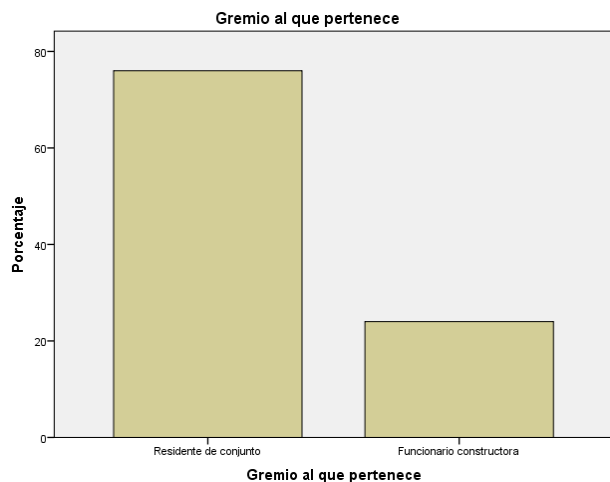
## Conjuntos residenciales Cajicá

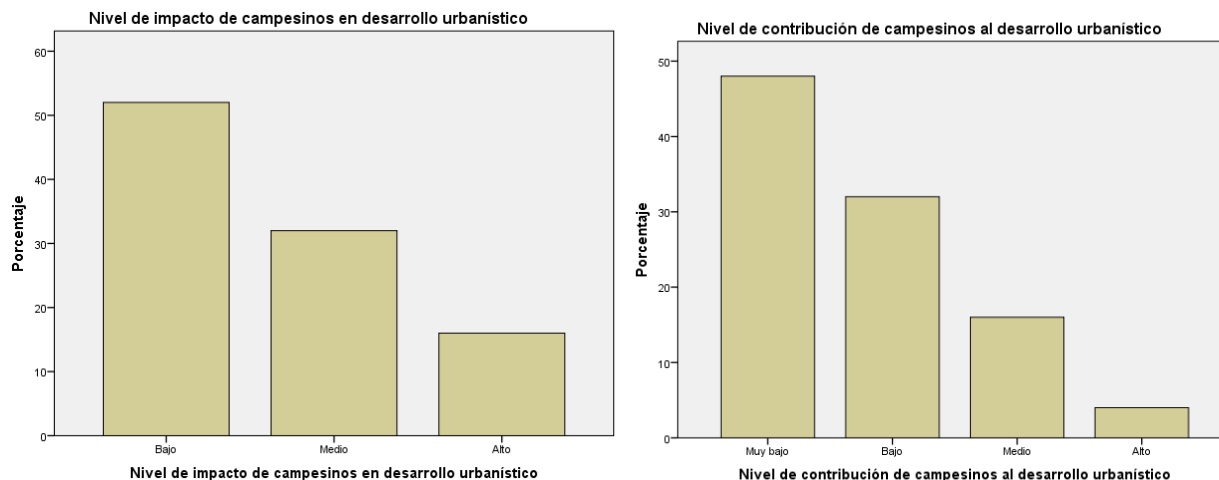




### Conjuntos residenciales Chía







## 25.7. Anexo 7: Aplicación cartografía

### Observaciones:

La cartografía se realizó el 2 de julio de 2016 en la vereda El Misterio, Sector la Virgen del municipio de Cajicá y en la vereda Bojacá del municipio de Chía. El primer ejercicio se llevó a cabo con 5 personas pertenecientes a familias campesinas, en donde se encontraban dos líderes comunitarios. Las personas que participaron fueron: Víctor Yépez, Jairo Cárdenas, Tranisto Torres, Cecilia Parra y Rita López, ellos fueron agricultores y actualmente viven de la pensión de la renta. En la aplicación de esta herramienta se evidenció el liderazgo de género, enmarcado por los hombres.

El segundo ejercicio realizado en Chía se llevó a cabo con 4 personas de la vereda, dueños de parcelas utilizadas para la agricultura en pequeña escala y ganadería. Entre ellos se encontraba Manuel García, Brenda Cortés, Ofelia Peña y Pablo Cortés. Estas dos familias han vivido por generaciones en el municipio y actualmente tienen inconvenientes con la alcaldía local para la parcelación de su territorio.

En el siguiente link se encuentra el audio de la aplicación del instrumento en Cajicá:

<https://soundcloud.com/user-947610814-162509529/cartografia-cajica>

## Cartografía Cajicá



# Cartografía Chía

