



**Prácticas comunicativas e identidad campesina:
Aspectos permeados por la tercerización agrícola en el municipio de Une, Cundinamarca.**

Presentado por:

Paula Camila Gutiérrez Romero
María Paula Otálora Chavarrio

Tutora:

Sandra Ximena Gallego Galvis

Trabajo de grado para optar el título de:

Comunicador Social

Universidad Santo Tomás
Facultad de Comunicación Social para la Paz
Bogotá D.C., Colombia
2022

**Prácticas comunicativas e identidad campesina:
Aspectos permeados por la tercerización agrícola en el municipio de Une, Cundinamarca.**

Presentado por:

Paula Camila Gutiérrez Romero

https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0001712251

María Paula Otálora Chavarrio

https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0001815301#proyectos

Universidad Santo Tomás
Facultad de Comunicación Social para la Paz
Bogotá D.C., Colombia
2022

Agradecimientos

Extendemos un agradecimiento a los habitantes del municipio de Une, Cundinamarca por su amor, aceptación, consejos, enseñanzas y apoyo en la realización del proyecto. Este municipio es un lugar mágico, en donde las personas derrochan alegría y amor por su terruño. De igual manera, hacemos un reconocimiento a la Asociación de Juntas de Acción Comunal, a la Administración Municipal y al Institución Educativa Departamental por su cordialidad, tiempo e interés manifestado.

Por la paciencia, dedicación y transmisión de conocimientos, agradecemos a los docentes tomasinos quienes nos acompañaron en nuestra formación y fueron luz cuando el camino se tornaba oscuro. A nuestra alma mater, gracias por todos los valores que nos ha inculcado, preocupándose por manifestarnos la importancia de servir a la sociedad integralmente.

Dedicatoria

Dedico esta tesis en primer lugar a Dios, por brindarme sabiduría, paciencia y fortaleza en este sendero académico. En segundo lugar, hago un reconocimiento al ángel que me cuida desde el cielo y quien desde allí me motiva a cumplir mis sueños, gracias papi Leo por ser mi guía y motor incondicional, te extraño. A mi bella madre, por ser mi escudera incondicional y por luchar día a día, contra viento y marea para verme convertida en una profesional. También, extendiendo esta dedicatoria a mi padre, hermano, abuelita, tita, pareja y demás familiares, gracias por confiar en mis capacidades; a mi perrito Max, gracias por su fiel compañía en las noches de incertidumbre y desvelo. Los amo.

Paula Camila Gutiérrez Romero

Este trabajo está dedicado a mis padres y abuelos ya que con su amor y esfuerzo me permitieron cumplir un logro más, quiero agradecerles por acompañarme y darme cada consejo a lo largo del camino, por no dejarme desfallecer y tomarme de la mano para seguir.

También, está dedicado a la memoria de mi tío Alejandro y abuela María que, aunque no lograron llegar al final del proceso, en lo que estuvieron fueron mi principal apoyo y ejemplo de amor y lucha. En general a mi familia quienes me alentaron y ayudaron en todo mi proceso con bajos y altos.

María Paula Otálora Chavarrio

Contenido

Resumen	10
Palabras clave.....	10
Abstract	10
Key words	11
Introducción	12
Contextualización	14
Une, Tierra de Paz y Progreso	14
Escudo.....	15
Bandera	16
Comunidad – Organización seleccionada	17
Caracterización de Asojuntas.....	18
¿Qué es Asojuntas?	18
Misión	19
Visión.....	19
Integrantes.....	20
Públicos de interés	21
Planteamiento del problema	26
La tercerización de la ruana y el sombrero	26
Pregunta problema	30
Objetivo general.....	30
Preguntas subsidiarias	30
Objetivos específicos	31
Justificación y pertinencia del trabajo	31
Comunicación aplicada	32

Línea de investigación.....	32
Antecedentes del problema	33
Campesinos desde la cuna	33
Marco conceptual.....	37
Neoliberalismo.....	37
Historia cultural	39
Identidad campesina.....	40
Prácticas comunicativas	41
Representaciones sociales.....	42
Recursos mediáticos.....	43
Comunicación popular	44
Comunicación participativa	44
Marco metodológico.....	45
Metodología cualitativa	45
La observación	46
La entrevista.....	47
Metodología etnográfica	47
Diagnóstico.....	49
Charlando con sumercé.....	49
Análisis	54
Estrategia comunicativa	61
Voces Campesinas	61
Meta de la estrategia	62
Públicos de interés	62
Tácticas y acciones	63

Página Web	63
<i>Inicio</i>	63
<i>Tercerización de la ruana y el sombrero</i>	64
<i>Siembra tecnológica</i>	64
<i>Coplas de mi terruño</i>	64
<i>El reflejo de la mirada</i>	64
<i>Cosechando amor</i>	65
<i>En busca del progreso</i>	65
<i>Pa' que se entere</i>	66
Diseño de la página web	66
Mensajes comunicativos	67
Socialización de la estrategia	67
Cronograma.....	68
Resultados de la estrategia	69
Conclusiones	73
Recomendaciones	74
Anexos	74
Referencias Bibliográficas	76

Índice de tablas

Tabla 1. Presidentes veredales de las JAC	20
Tabla 2. Presidentes barriales de las JAC	21
Tabla 3. Públicos de interés de Asojuntas.....	21
Tabla 4. Matriz, charlando con sumercé	50

Índice de gráficos

Figura 1. Escudo del municipio de Une, Cundinamarca	15
Figura 2. Bandera del municipio de Une, Cundinamarca.....	16
Figura 3. Escudo nacional de Asojuntas.....	18
Figura 4. Mural campesino en Une, Cundinamarca	26
Figura 5. Campesinos desde la cuna.....	36
Figura 6. El radio en el cinturón	59
Figura 7. Logo estrategia comunicativa Voces Campesinas	61
Figura 8. De ver a hacer.....	66
Figura 9. Comentarios en la Página Web	68
Figura 10. Coplas de mi terruño	69
Figura 11. Homenaje al campesino.....	71

Prácticas comunicativas e identidad campesina:

Aspectos permeados por la tercerización agrícola en el municipio de Une, Cundinamarca.

Resumen

El presente trabajo de grado amparado bajo la modalidad de Comunicación Aplicada se realizó con la población campesina perteneciente a la Asociación de Juntas de Acción Comunal de las veredas del municipio de Une, Cundinamarca. Esta, pretende fortalecer la identidad campesina de la comunidad en mención por medio de sus prácticas comunicativas, encaminadas a disminuir el impacto negativo que ha causado la tercerización agrícola mediante el diseño e implementación de una estrategia comunicativa.

Para dar cumplimiento al propósito, en primer lugar, se hace una descripción de la representación que tiene la economía de subsistencia en el sector rural y su impacto; posteriormente, se identifican las representaciones sociales que elaboran los campesinos en sus prácticas comunicativas frente a la tercerización agrícola; por último, se ahonda en el uso y apropiación que la población tiene en torno a los recursos mediáticos. Lo expuesto, se refleja en el presente informe y en página web titulada Voces Campesinas.

Palabras clave

Identidad campesina, prácticas comunicativas, economía de subsistencia, recursos mediáticos, narrativa oral.

Abstract

The present degree work covered under the Applied Communication modality is carried out with the peasant population belonging to the Association of Community Action Boards of the

villages of the municipality of Une, Cundinamarca. This aims to strengthen the peasant identity of the community in question, through its communication practices, aimed at reducing the negative impact caused by agricultural outsourcing through the design and implementation of a communication strategy.

To fulfill the purpose, first, a description is made of the representation that the subsistence economy has in the rural sector and its impact; subsequently, the social representations elaborated by the peasants in their communicative practices in the face of agricultural outsourcing are identified; Finally, it delves into the use and appropriation that the population has around media resources. The foregoing is reflected in this report and on the web page entitled Voces Campesinas.

Key words

Peasant identity, communicative practices, subsistence economy, media resources, oral narrative.

Introducción

Colombia es uno de los países con mayor desigualdad en el mundo. Pese a la amplia riqueza natural y cultural de este territorio existen brechas que irrumpen el desarrollo de la sociedad, en especial de los sectores que han sido marginados no solamente por su condición socioeconómica, sino por los estereotipos creados culturalmente. Un estudio del Índice de Desarrollo Regional para Latinoamérica, en el cual participa la Universidad de los Andes, concluye que “Colombia contó con resultados que la ubican como el país con más desigualdades territoriales en América Latina” (Universidad de los Andes, 2021). Este resultado fue producto de la evaluación de sectores como: educación, salud, bienestar, actividad económica, etc.

En este orden de ideas, se da por entendido que el país tiene una amplia gama de problemáticas que supeditan a los colombianos a vivir en condiciones que para la mayoría no son las ideales y/o soñadas. Pese a que en textos de carácter oficial y legal como lo es la Constitución Política de Colombia, reposan artículos que garantizan el cumplimiento tanto de deberes y derechos de los ciudadanos, como se denota en el siguiente artículo: “El Estado promoverá las condiciones para que la igualdad sea real y efectiva y adoptará medidas en favor de grupos discriminados o marginados.” (Constitución Política de Colombia CPC. Art. 13. Julio de 1991), esto no siempre es cumplido a cabalidad por los entes competentes.

De acuerdo a lo anterior, y a raíz del incumplimiento de disposiciones como la mencionada, el presente trabajo pretende investigar un sector que ha sido marginado tanto por el Estado como por parte de la misma sociedad, este es la Colombia rural. Cabe señalar que para lograr la ejecución y cumplimiento del estudio se seleccionó un territorio en específico y se canalizó una de sus tantas problemáticas (sociales, culturales, económicas, políticas, ambientales)

En este sentido, el territorio seleccionado fue el municipio de Une ubicado en el departamento de Cundinamarca en donde la mayoría de su población habita en la zona rural, dedicándose a las labores del campo, la agricultura y ganadería. En cuanto a la problemática identificada esta es la variación y pérdida de identidad que ha tenido el campesinado a raíz de la implementación de la tercerización agrícola en la región. Para focalizar mejor a la población se acudió a la Asociación de Juntas de Acción Comunal (ASOJUNTAS) la cual, agrupa a los campesinos del municipio.

La agricultura es una de las actividades productivas más antiguas. En un primer momento, se reconocía como una economía de subsistencia puesto que, las familias campesinas consumían aquello que cosechaban. No obstante, con el pasar del tiempo surgieron una serie de alternativas que trasladaron dicha economía a un segundo plano priorizando nuevas dinámicas de comercio y por ende de vida, lo que produjo una serie de transformaciones sociales e identitarias principalmente en el día a día del campo y sus habitantes.

Este trabajo de grado universitario, evidencia el planteamiento, ejecución y resultados de un proceso de investigación, desarrollado en diversas fases. En primera instancia se realizó un acercamiento a la comunidad en donde se indagó acerca de la problemática que los aqueja; en segundo lugar, se identificaron las raíces culturales, formas de comunicación y expresión de la comunidad; posteriormente y teniendo como insumo la recolección de datos de los pasos anteriores, se diseñó una estrategia de comunicación, en donde los principales protagonistas fueron los campesinos. Esta, está encaminada al fortalecimiento identitario de los campesinos por medio de tácticas y actividades. El resultado de su aplicación reposa en una página web, construida cooperativamente entre las estudiantes y los campesinos.

La suma de estas etapas estuvo cimentada bajo una metodología etnográfica y cualitativa, en donde se emplearon técnicas como la observación, inmersión y entrevista, enfocadas a la recolección de datos, deseando visibilizar una alteración social, evidenciar la riqueza cultural campesina y fortalecer la identidad por medio de prácticas comunicativas.

Contextualización

Une, Tierra de Paz y Progreso

Para empezar, es de vital importancia señalar que en el proceso de recolección teórica sobre el municipio y la problemática se identificó la ausencia de escritos académicos que soporten la existencia del municipio y, por ende, todo lo que a este territorio concierne. No obstante, parafraseando lo estipulado en el sitio web de la Alcaldía municipal de Une (2019), este es el municipio más antiguo del oriente Cundinamarqués, su fundación data el 22 de febrero de 1538.

Posee una temperatura promedio de 16 °C, pero, varía de la zona de donde se está ubicado. Es decir, Une cuenta con tres pisos térmicos: templado, frío y páramo en los cuales se distribuyen sus 17 veredas: Timasita, Mategá Puente de Tierra, El Pedregal, Hoya de Carrillos, Queca, San Isidro, San Luis, Combura, Hoya de Pastores El Salitre, La Mesa, Raspados, Bolsitas, Mundo Nuevo, Llanitos y Ramal. Gracias a la variedad climática, el municipio es productor de diversidad de productos, sin embargo, priman unos sobre otros.

El casco urbano está distribuido en cinco urbanizaciones que son: Villa Natalia, El Danubio, Las Orquídeas, Lina María, Villa Adriana y El Porvenir. Según cifras reveladas por Departamento Administrativo Nacional de Estadística – DANE (2018) ¹ la población del

¹ Las cifras del DANE están sintetizadas en un documento descargable formato Excel. Este se encuentra en la página oficial del Departamento de Estadística.

municipio para el 2018 de acuerdo con el Censo Nacional era de 6.902 habitantes de los cuales, 3.316 se situaban en la cabecera municipal, 110 en centros poblados y 3.476 en rural disperso, este último valor es un indicador que refleja que más del 50% de los unenses viven en las veredas. La demografía del municipio ha variado del año 2018 al año 2022, de acuerdo con Francy Esmeralda Páez² administradora del Sisbén municipal, “Del 2018 al 2022 la población ha aumentado en un aproximado de 8.000 habitantes y el 50% corresponde a población que vive en el área del campo”. A eso hay que añadir que existen personas que no se sisbenizan y, por ende, no figuran en las bases

Une se encuentra ubicado a una distancia de 43 kilómetros de Bogotá, aunque relativamente es cerca de la capital de Colombia y es uno de los mayores productores del papa del departamento, al ser la agricultura su principal actividad económica junto con la ganadería, es poco conocido y nombrado. Al norte limita con el municipio de Chipaque; al oriente con Cáqueza y Fosca; al oriente con Bogotá y al sur con Gutiérrez y Fosca.

Escudo

Figura 1

Escudo del municipio de Une, Cundinamarca

² La recopilación de testimonios como este corresponde a un trabajo y tratamiento de fuentes autónomo. Para escuchar las entrevistas referenciadas a lo largo del informe, de clic en el siguiente enlace. [Ver anexo 2](#)



Nota. Estructuración del escudo del municipio de Une, Cundinamarca. Tomada de la página web de la Alcaldía Municipal (2019). Fuente: <http://www.une-cundinamarca.gov.co/>

El escudo municipal tiene una forma ovalada, está distribuido en cuatro secciones. En el espacio superior está representado un sol y un tractor reflejando el inicio de las labores del campo desde tempranas horas del día. En el lado derecho se sitúa una familia agarrada de la mano, en su vestuario resaltan prendas como el sombrero y herramientas del trabajo campesino como el azadón y la pica. En la sección inferior se encuentra un paisaje natural, compuesto por animales y verdes montañas. En el apartado del área izquierda hay una balanza y una estrella como símbolo de la sabiduría y justicia de los gobernantes.

El escudo está acompañado de una sentida frase “Tierra de paz y progreso”. Finalmente, se logra analizar que la mayoría de elementos que conforman este símbolo, enaltecen a la comunidad campesina del municipio.

Bandera

Figura 2

Bandera del municipio de Une, Cundinamarca



Nota. Estructuración de la bandera del municipio de Une, Cundinamarca. Tomada de la página web de la Alcaldía Municipal (2019). Fuente: <http://www.une-cundinamarca.gov.co/>

La bandera del municipio está compuesta por tres franjas. La profesora municipal Magda Romero, relata el significado de este símbolo patrio:

El color rojo significa el amor de los oriundos de Une por su municipio. El blanco, la paz que se respira al vivir en un lugar tan sano y tan lleno de amor, paz como ya lo he dicho y tranquilidad en sus familias y sus hogares y el verde que hace referencia a toda la parte agrícola, toda la riqueza que tiene el municipio para trabajar con las manos y sacar a sus hijos adelante con ese trabajo (2021).

De igual manera, Magda comenta que ha ejercido su labor tanto en el área rural como urbana y eso le ha permitido darse cuenta de los diferentes modelos de vida. La docente manifiesta que: “es importante reconocer que la mayoría de comunidad que vive aquí es una comunidad campesina, que trabaja y vive del campo” y que esa labor se ve reflejada en la constitución de los símbolos patrios locales.

Comunidad – Organización seleccionada

La comunidad seleccionada para el desarrollo de la investigación es el campesinado del municipio de Une. En este punto, cabe señalar que existe un grupo de población que habita en el casco urbano y labora en el sector rural, dirigiéndose al campo netamente a realizar labores productivas, conservando un nivel y calidad de vida diferente.

Teniendo en cuenta esta salvedad y en aras de focalizar objetivamente el sector a investigar, se acudió a la Asociación de Juntas de Acción Comunal (ASOJUNTAS), esta organización es la encargada de reunir a los habitantes de las veredas del municipio, a las personas que residen en la ruralidad y que pueden contar de primera mano sus afectaciones.

Caracterización de Asojuntas

La Asociación de Juntas de Acción Comunal de Une, Cundinamarca carece de documentos formales que brinden información sobre su funcionalidad y constitución. Por tal razón, los datos que se proporcionan a continuación fueron descritos de manera verbal por la presidenta general de la Asociación durante el año 2021, Leidy Cubillos Poveda.

¿Qué es Asojuntas?

Es una organización conformada por los presidentes de las Juntas de Acción Comunal (JAC) de las veredas y barrios de los diferentes municipios del país. “La seccional Une tiene como función generar espacios de diálogo en donde los líderes sean los voceros de sus comunidades, donde expongan las problemáticas emergentes y busquen soluciones a las mismas”, manifiesta Leidy. Por otro lado, se encarga de gestionar actividades de inclusión y desarrollo social.

Figura 3

Escudo nacional de Asojuntas



Nota. Escudo nacional de Asojuntas. Tomado de la página web del Instituto Departamental de

Acción Comunal (s.f). Fuente:

https://www.idaco.gov.co/index.php?option=com_quix&view=page&id=140&Itemid=2062

Misión

En palabras de Cubillos, la misión de la asociación es “Promover, auspiciar y facilitar la democracia y participación de los habitantes de las veredas y barrios en el municipio de Une, inculcando el sentido de pertenencia por el territorio” (2021). Para lograr esto, la generación de espacios dialógicos entre sus miembros es vital para compartir experiencias y exponer las preocupaciones que yacen en torno a las alteraciones sociales.

Visión

La presidenta de Asojuntas declara que la misión es “Convertirse en una organización multiprocesadora del bienestar social, ágil y eficaz sirviendo de enlace entre entidades municipales, departamentales y nacionales con el propósito de generar desarrollo territorial”. De esta manera se aporta a procesos de paz e inclusión, teniendo como foco la participación de pequeñas comunidades como veredas y barrios.

Integrantes

Para la vigencia 2021, la asociación en mención cuenta con 22 miembros entre hombres y mujeres los cuales, están clasificados en dos grupos: los presidentes de las Juntas de Acción Comunal (JAC) de las veredas y los presidentes de las JAC de los barrios del municipio.

Tabla 1.

Presidentes veredales de las JAC

Presidentes JAC veredas municipales	
Vereda	Representante
Bolsitas	José Demetrio Romero
Combura	María Aurora Villalba
Hoya de Carrillos	Germán Gutiérrez Vigoya
Hoya de Pastores	Leidy Alexandra Cubillos
La Mesa	José Agudelo
Llanitos	Jenny Baquero
Matega	Héctor Alfonso Poveda
Mundo Nuevo	Flor Alba Romero
Pedregal	Pedro Solórzano Bautista
Puente Tierra	Aristóbulo Romero
Queca	William Velásquez Baquero
Ramal	Miriam Mora
Raspados	Ramiro Peralta
Salitre	Yenny Díaz
San Isidro	Edilberto Guevara Torres
San Luis	Marina Jara

Timasita	Alejandro Hernández
----------	---------------------

Nota. Datos proporcionados por Leidy Cubillos, presidenta de Asojuntas. (2021)

Tabla 2

Presidentes barriales de las JAC

Presidentes JAC barrios municipales	
Barrio	Representante
El Danubio	Cesar Mauricio Leal
El Porvenir	Fanny Gutiérrez
Lina María	Edilma Díaz Gutiérrez
Orquídeas	Ismael Pardo Simbaqueva
Villa Natalia	Jhon Alexander Poveda

Nota. Datos proporcionados por Leidy Cubillos, presidenta de Asojuntas. (2021)

Públicos de interés

Los públicos de interés o también conocidos como stakeholders hacen referencia a “cuerpos (organizados o no) de personas con un interés mutuo en relación con una organización de negocios” (Rivera Rodríguez & Malaver Rojas, 2011, pág. 22). El reconocimiento de estas figuras permite identificar sectores responsables de la prestación de servicios para la asociación y deberes y derechos de la misma.

Tabla 3

Públicos de interés de Asojuntas

Públicos de interés		
Categorización	Clasificación	Descripción
Por cercanía	Alta dirección	• Alcalde municipal. • Concejales del municipio. • Presidentes de las juntas de acción comunal. • Campesinos. • Policía municipal.
	Clientes	• En un primer momento se pueden considerar como clientes principales de los servicios ofertados en el municipio a sus mismos habitantes. • Otros clientes potenciales de Asojuntas son las centrales de abastecimiento alimenticio como Corabastos en Bogotá, Llanoabastos en Villavicencio y Plaza la Mayoritaria en Medellín. • Unos clientes potenciales son los turistas de Une Cundinamarca y habitantes de pueblos vecinos.
	Proveedores	• Los proveedores principales de ASOJUNTAS y los campesinos que conforman esta asociación son las empresas distribuidoras de semillas y agroinsumos. • Otros proveedores son las personas que arriendan las tierras para realizar los siembros. • A nivel de oficina se considera como proveedores a las papelerías y empresas prestadoras de servicios públicos.

		Habitantes del municipio quienes aportan sus conocimientos para permitir el desarrollo de la asociación.
	Colaboradores	- Presidentes de las juntas de acción comunal - Campesinos. - Habitantes de Une Cundinamarca. - Miembros de la alcaldía municipal. - Concejales municipales. - Personal de la fuerza armada.
	Entorno social	- En esta categorización por cercanía se hace referencia a las relaciones e impactos tanto positivos como negativos que ejercen los diversos agentes ya expuestos. - Otros miembros del entorno social son todos aquellos habitantes y comerciantes de zonas aledañas a este municipio.
	Entorno ambiental	Se hace alusión al cuidado del campo Unense en donde se ejecutan los cultivos y su preservación es el pilar principal de Asojuntas.
Por influencia	Alta dirección	Los diversos sujetos mencionados en la categorización anterior y que forman parte de cada uno de los grupos de interés, son influenciadores de Asojuntas ya que, mediante sus experiencias en torno a la asociación tienen la potestad de emitir un juicio sobre el servicio que esta organización presta.
	Clientes	
	Proveedores	
	Colaboradores	
	Entorno social	

	Entorno ambiental	
Por responsabilidad	Alta dirección	• Ministerio de agricultura como un ente gubernamental. • Gobernación de Cundinamarca. • Instituto Departamental de Acción Comunal (IDACO). • Alcaldía Municipal. • Concejo Municipal.
	Clientes Colaboradores	• Esta clasificación está estrechamente relacionada con la planteada en la anterior categorización debido a que, el servicio ofertado y prestado está orientado por una responsabilidad social.
	Inversionistas	• Gobernación de Cundinamarca. • IDACO. • Alcaldía Municipal. • Habitantes de Une.
	Entorno social	• La Alcaldía municipal tiene como función velar por la integridad y desarrollo de la población de Une. Es por esto que se considera como un ente responsable a apoyar el servicio que presta la asociación ya mencionada.
		• El Ministerio de ambiente como representante de un ente gubernamental el cual diseña y comunica estrategias para el cuidado y desarrollo del medio ambiente que pueden ser implementadas por

	Entorno ambiental	Asojuntas. Dicha comunicación se puede ver estimulada mediante leyes, decretos, etc.
Por dependencia	Alta dirección	• Ministerio de agricultura. • Gobernación de Cundinamarca. • IDACO. • Alcaldía Municipal. • Concejo Municipal. • Habitantes de Une Cundinamarca.
	Clientes	• Plazas de mercado nacionales. • Habitantes de Une.
	Proveedores	• Todas aquellas empresas y/o microempresas que dotan a la organización y sus miembros de los bienes, servicios y utensilios necesarios para su funcionamiento.
	Colaboradores	• Todos los funcionarios ubicados en las categorías anteriores ya que de ellos depende la operatividad de la asociación.
	Inversionistas	• La recopilación de las empresas mencionadas anteriormente las cuales invierten en diversas aéreas de AsojuntasS. La inversión no es frecuente, pero apoya al desarrollo y evolución de las Juntas de Acción Comunal.

Nota. Datos contruidos conjuntamente entre la presidenta de Asojuntas y las estudiantes investigadoras. (2021)

“Asojuntas es un espacio de participación, vecindad, aprendizaje y cooperativismo”

Leidy Cubillos (2021).

Planteamiento del problema

La tercerización de la ruana y el sombrero

Figura 4

Mural campesino en Une, Cundinamarca



Nota. Mural campesino en Une, realizado por el colectivo artístico Kien Will (2020).

Fotografía tomada por: Paula Otálora (2021).

La agricultura es una de las primeras actividades productivas existentes a nivel mundial. Consiste en la siembra de alimentos propios para el consumo y bienestar de los seres vivos. En primera instancia, era concebida como un proceso de satisfacción personal y/o familiar puesto que, “las personas que cosechaban los alimentos eran quienes los consumían” (Organización Mundial del Comercio, 2003). Desde un aspecto teórico, se puede categorizar lo denotado con antelación como una economía de subsistencia la cual, con el paso del tiempo trascendió los usos netamente personales y empezó a abrirse camino en el sector comercial y, por ende, económico.

En palabras de Escobar: “En la preservación de la economía de subsistencia, igual que en la orientación del valor de uso”(…), puede verse una forma de resistencia” (2007, pág. 286), debido a que la aparición del desarrollo rural abarcaba las necesidades de los grandes terratenientes, dejando desamparados a los pequeños productores quienes a través del minifundio revelaban su lucha constante por evidenciar el verdadero valor del trabajo del campo.

Dicha incurrencia económica se vio reflejada también en el sistema de intercambio de productos conocido como trueque el cual, remonta su existencia desde la aparición de los grupos primitivos, “el trueque es considerado como el pilar fundamental en la creación de mercados sociales, donde intervienen diferentes sectores de la población que tienen capacidad de trabajo.” (Artieda , Mera, Muñoz , & Ortiz, 2017. pág. 2). Aunque este mecanismo aún permanece activo en la sociedad, especialmente en aquellos grupos sociales con bajos ingresos económicos, las dinámicas de mercado han ido evolucionando junto con el hombre y hoy en día la forma de comercio se basa en la venta del artículo, en donde el factor moneda cobra un valor significativo.

Lo anteriormente descrito enmarca un panorama global, ya que, ha contribuido a la reconstrucción del sector agrícola desde su aparición hasta la actualidad a nivel mundial. Ahora bien, resulta pertinente dar un vistazo al desarrollo de la agricultura en Colombia. De acuerdo con los estudios realizados por la organización Forjadores y forjadoras de paz (2016) 42,3% hectáreas de tierra colombiana son aptas primordialmente para dos actividades lucrativas, la ganadería y la agricultura en donde, el 80% de esta área es empleada para la ganadería y solo el 20% para la agricultura, de esta última cifra 7,1% hectáreas son asignadas para la siembra de alimentos de exportación como el café, que están bajo el poder de importantes empresarios y solo el 1,4% son utilizadas por los campesinos colombianos para el cultivo de productos de consumo local.

En este orden de ideas, los más desfavorecidos con dicha repartición son los pequeños productores quienes no cuentan con mayor apoyo económico, educativo y administrativo para realizar su trabajo, “los campesinos, deben hacer grandes inversiones para abastecer una parte del mercado metropolitano porque la mayoría viene de afuera con el Tratado de Libre Comercio (TLC)” (Forjadores y forjadoras de paz, 2016).

Cabe mencionar que el TLC, “es un acuerdo mediante el cual dos o más países reglamentan de manera comprehensiva sus relaciones comerciales, con el fin de incrementar los flujos de comercio e inversión” (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2004, pág. 5). Hace aproximadamente 20 años Colombia les dio entrada a estas políticas y lo que en un primer momento fue concebido como una oportunidad de mercado, con el paso del tiempo se ha ido materializando en una desventaja de la producción nacional dando paso a la pérdida de seguridad alimentaria.

En adición a lo anterior y continuando con las dificultades del agro colombiano, hay un aspecto a resaltar de gran importancia y es la tercerización agrícola. Este factor se puede entender como la intervención de terceros en las cosechas campesinas, se refleja desde el alquiler de maquinaria propia para esta labor, hasta la mediación de personal externo a la vida del campo al momento de comercializar los productos que allí se cosechan.

“El impacto que ello ha tenido en términos del empleo agrícola, de la reorganización territorial y de la movilidad de los trabajadores ha sido significativo” (Lara, 2008. pág. 4). De acuerdo con la socióloga Milena Sastoque (2018) dicho fenómeno social ha presentado la *descampesinización del campesinado*, lo que se comprende como una variación en la identidad de esta comunidad debido a los cambios que ha presentado el modelo de vida rural y su economía, en

donde los campesinos reflejan esa transformación identitaria mediante las representaciones sociales basadas en sus prácticas comunicativas.

A partir de esta contextualización, resulta pertinente indagar sobre las prácticas comunicativas que ha consolidado el campesinado en torno a la tercerización agrícola puesto que, contribuye a la construcción de una noción sobre las dinámicas, y comportamientos cotidianos de este colectivo. Sustentando esto, se remite a Jesús Martín Barbero quien, reconoce las prácticas comunicativas como: “La trama de relaciones cotidianas que tejen las gentes al juntarse y en la que anclan los procesos primarios de socialización de los modelos y los modos de vida” (1990, p.14), lo que vislumbra el componente social del concepto.

Otro factor netamente relacionado con estas prácticas tiene que ver con los recursos mediáticos y el impacto que estos generan en la construcción de identidad, conocimiento e información en un territorio, dando a entender que su estudio contribuye a la caracterización del grupo social indicado.

Para llevar a cabo esta investigación, se realizó el acercamiento al municipio de Uney, ubicado en el departamento de Cundinamarca en donde más del 50% de la población se dedica a las labores agrícolas. Los trabajadores manifiestan que su labor no cuenta con el apoyo necesario y a raíz de esto se han visto obligados a ejercer una serie de comportamientos y prácticas para mantener en pie la agricultura y su economía, como por ejemplo remitirse al *conformismo*.

También, cabe mencionar que el campesinado no ha tenido la oportunidad de capacitarse sobre cómo comercializar sus productos o sobre cómo utilizar los recursos mediáticos para su beneficio lo cual, hace que las personas que trabajan en la ruralidad pierdan la oportunidad de aprovechar al máximo los herramientas que tienen tanto en el entorno como en su propia cultura

para beneficiarse de distintas maneras y así, no solo generar más ingresos sino visibilizar su trabajo, crear espacios de reconocimiento y exponer por voz propia sus inconformidades.

Finalmente, la presente se sustenta bajo la escasez de estudios de esta índole y la reivindicación social que suscita el realizar un trabajo comunitario y abrir espacios de participación en sectores poco reconocidos. Durante este proceso se contó con el apoyo de la Asociación de Juntas de Acción Comunal (Asojuntas), la Alcaldía Municipal, los campesinos del sector y los habitantes del mismo.

Pregunta problema

¿Cómo fortalecer la identidad de los campesinos de Asojuntas por medio de prácticas comunicativas que contribuyan a la disminución del impacto negativo de la economía global y la tercerización agrícola en la población campesina de Une, Cundinamarca?

Objetivo general

Fortalecer la identidad de los campesinos de Asojuntas por medio de prácticas comunicativas que contribuyan a la disminución del impacto negativo de la economía global y la tercerización agrícola en la población campesina de Une, Cundinamarca.

Preguntas subsidiarias

¿Cómo se organiza la economía de subsistencia en el sector rural de Une Cundinamarca en relación con la identidad campesina de los participantes de Asojuntas?

¿Cuáles son las representaciones sociales que elaboran los campesinos en sus prácticas comunicativas frente a los cambios económicos globales y la tercerización agrícola en Une Cundinamarca?

¿De qué manera se da el uso y apropiación de los recursos mediáticos por parte del campesinado unense en torno a sus prácticas comunicativas?

Objetivos específicos

Describir la organización de la economía de subsistencia en el sector rural de Une, Cundinamarca en relación con la identidad campesina de los participantes de Asojuntas.

Identificar las representaciones sociales que elaboran los campesinos en sus prácticas comunicativas frente a los cambios económicos globales y la tercerización agrícola en Une, Cundinamarca.

Conocer el uso y apropiación de los recursos mediáticos por parte del campesinado unense en torno a sus prácticas comunicativas.

Justificación y pertinencia del trabajo

Esta investigación es pertinente y oportuna puesto que, busca visibilizar a un sector marginado por las desigualdades colombianas, el sector campesino. La ruralidad de Colombia y la del municipio de Une se ha visto afectada por diversas problemáticas que intervienen en su buen vivir. Uno de estos contratiempos ha sido la incursión de modelos económicos que ha generado la tercerización de su actividad agrícola y en ese orden, un agrupo de cambios en su vida e identidad.

Pese a que hay una carencia de estudios que relacionen dicha tercerización con la comunicación, esta es una apuesta que busca vincular estos sectores, con el propósito de exponer

desde el campo social las dolencias y metástasis que han impactado a los campesinos del municipio de Une. De este modo, se quiere representar la importancia que tiene la comunicación, actuando como una medicina para la sociedad, aportando a una transformación de la situación por medio de los datos y contenidos de la misma.

Comunicación aplicada

La modalidad de trabajo de grado que ampara este documento es la comunicación aplicada. Esta, consiste en realizar una investigación sobre una organización y/o comunidad, construir un diagnóstico comunicativo y diseñar una estrategia que permita reaccionar ante los hallazgos de la etapa anterior (Duque, Ruiz, & Santiesteban, 2020, pág. 21).

Se seleccionó la opción en mención ya que, el propósito del trabajo no solo se remite a sintetizar el problema desde una óptica teórica sino a planear una solución para disminuir su impacto, proponiendo espacios de dialogo, conocimiento e interacción con los campesinos. Como resultado del proceso se propició una estrategia de comunicación tendente a que el/los campesino/s de Une fortalezcan su identidad mediante la exposición de sus saberes.

Línea de investigación

La Facultad de Comunicación Social para la Paz de la Universidad Santo Tomás ofrece alrededor de 6 líneas de investigación. Este proyecto contribuye a la línea denominada Comunicación, Desarrollo y Cambio social ya que, son pilares importantes en su planteamiento y ejecución. En primer lugar, la comunicación hace referencia a todo el proceso en sí, por medio de la comunicación las investigadoras lograron acercarse a la comunidad y esta por su parte narrar su modo de vida, el quehacer campesino y las inconformidades de su trabajo. En cuanto al desarrollo

se alude a la evolución que desea promover la aplicación del trabajo de campo en la comunidad campesina.

Por su parte, el cambio social se entiende como la transformación de situaciones y condiciones de vida de una comunidad ubicada en un territorio determinado, propósito que tiene el trabajo con la creación y aplicación de una serie de estrategias comunicativas que pretenden disminuir el impacto negativo de situaciones problema que afectan a los campesinos y que se identificaron gracias a la divulgación de saberes de los pobladores de Une.

Antecedentes del problema

Campesinos desde la cuna

De acuerdo con el relato del profesor de ciencias sociales e historiador unense Alipio Cruz (2021)³, este municipio, ubicado en el oriente de Cundinamarca, fue fundado el 22 de febrero de 1538 por el oidor Diego Romero de Aguilar. Sus primeros pobladores se identificaron a mediados de 1600 en la vereda de Queca, eran unos indios que vivían de la caza y la agricultura y con el paso del tiempo fueron poblando toda la zona.

Hacia el año 1779 tenía alrededor de 400 habitantes entre indios y mestizos, quienes empezaron a enriquecer la arquitectura del municipio construyendo escenarios representativos como la iglesia y el parque principal. En un momento el municipio solo contaba con 12 veredas, pero los mismos habitantes fueron constituyendo otros asentamientos, formando así 5 veredas más

³ Cabe recordar que el material de esta índole está ubicado en el siguiente anexo. [Ver anexo 2](#)

A pesar del crecimiento que iba teniendo Une tanto en recursos humanos como materiales, la principal actividad productiva se remontaba a la agricultura gracias a las amplias zonas rurales con las que cuenta ese municipio y a la fertilidad de sus campos.

El desarrollo de esa actividad en el pueblo se puede clasificar en dos grandes momentos. El primero de ellos hace alusión a una agricultura y economía de subsistencia “basada en la pequeña propiedad campesina, sostenida con mano de obra familiar, y la profunda integración entre reproducción, producción y consumo” (Rial García, 2009, pág. 1). Se entiende como el proceso en donde los campesinos cosechan sus alimentos haciendo uso de herramientas propias como fungicidas caseros, indumentaria elaborada por ellos, como el sistema de riego, el azadón y el uso de animales (caballos y bueyes en su mayoría) para arar la tierra. Si bien ese sistema aún está presente en el municipio perdió fuerza y valor a finales de la década de los 90 con el auge de la globalización.

“La globalización se define como un proceso económico, político y social, que integra a nivel mundial el conocimiento, tiene su referente histórico en los cambios, en las formas de abordar procesos”. (Flores, 2016, pág. 15). La instauración de ese proceso en el campo de Une dio paso al segundo y actual momento en que se desenvuelve la agricultura en esa zona. Pues, es con la globalización con la que se impone un nuevo modelo tanto comercial como económico en donde la tierra empieza a poseer un carácter productivo y monetario perdiendo su identidad de subsistencia. De esa manera el campesino se ve obligado a cambiar sus prácticas para poder seguir ejerciendo las labores del campo, perdiendo su autonomía y creando lazos de dependencia, dando paso a la tercerización agrícola.

De acuerdo con el artículo “Pautas de la terciarización del sector agrario Gallego: Una aproximación empírica” (2017) escrito por los economistas Ángeles Pereira y Xavier Vence, la tercerización se entiende como la delegación de actividades para cumplir a cabalidad con un proceso, ellos la identifican como una innovación positiva para adaptarse a las necesidades que demanda un mundo globalizado.

En contraste, sus colegas Edgar Moncayo y Néstor Garza en el documento “Cambio estructural y transformaciones espaciales en Colombia 1975 – 2000” (2019), manifiestan que es un proceso jalonado donde usualmente el productor base resulta impactado por un sistema desconocido que termina dominando actividades de transporte, comunicación, finanzas, cultura, etc.

Dando lectura a un documento no publicado de su autoría, Cruz concreta lo siguiente:

Esa tercerización cobró vida en Uneya a mediados del año 1960 cuando se empezó a necesitar del servicio de un tractor el cual, debía ser transportado desde ciudades principales, el agricultor pagaba los gastos que esto implicaba. La nueva máquina reemplazó el trabajo de bueyes y caballos puesto que tenía mayor resistencia para arar gran cantidad de hectáreas (2021).

Al gasto que implicaba alquilar el tractor había que sumarle el salario del operario quien por lo general era oriundo de la misma zona a la que pertenecía la máquina. A raíz de eso y de las demandas sociales, la productividad de la tierra fue creciendo notoriamente y la misma globalización se encargó de estandarizar productos para tratar los cultivos, otro gran reto económico y cultural al que se tuvo que enfrentar el campesino.

Finalmente, se encuentra el proceso de comercialización y como ya se trata de gran cantidad de productos, se perdió la costumbre de hacerlo localmente y surgió la necesidad de recurrir a grandes plazas de mercado, como Corabastos en Bogotá, donde un intermediario desde ese entonces se encarga de dicho proceso quedando con gran parte de las ganancias. Tal como lo narra Octavio Rojas, campesino de la vereda Timasita “Solo más es el campesino el que está perdiendo en el momento, con la ganancia ellos comen gallina y aquí comemos papas sancochadas, eso no es más” (2021).

Se considera que Une es un municipio altamente agrícola debido a la amplitud de sus zonas rurales, su producto estrella es la papa. Actualmente, cuenta con 17 veredas y alrededor de 8.000 habitantes de los cuales más del 50% trabajan en ellas. El campesinado tiene como símbolos propios de su historia y cultura la ruana, botas y el azadón, elementos claves para labrar las tierras, dejar parte de su vida en ella y formarse como personas, tal como lo manifiestan.

Sin embargo, la tercerización agrícola se ha convertido en un fenómeno económico, social y cultural que ha aquejado la vida campesina en general alterando su identidad y economía desde la década de los 90. Ahora bien, después de esbozar a groso modo los antecedentes de la problemática, se determinan una serie de conceptos que aportan contenidos y suministros a la investigación.

Figura 5

Campesinos desde la cuna



Nota. Familia campesina en Une. Fotografía tomada por: Camila Gutiérrez (2021).

Marco conceptual

El marco conceptual es el conjunto de categorías que expone un investigador cuando hace el sustento teórico de su problema y tema de investigación. El análisis conceptual parte de la comprensión de las categorías y su relación lógica.

Neoliberalismo

Para entender mejor la tercerización y con ello los TLC es necesario tener en cuenta un concepto que es el neoliberalismo. Su inicio dominante se dio en Estados Unidos, en los años 80 entendiéndose como, “La ideología que los sectores más ricos de la sociedad utilizaron a fines del siglo XX contra los pobres y los trabajadores y contra el Estado democrático social” (Bresser, 2009, pág. 8). En los 90 en el mandato de Cesar Gaviria todas las puertas que estaban cerradas al comercio exterior en Colombia se empezaron a abrir, es allí donde el gobierno colombiano

implementó una serie de reformas económicas que tenían como objetivo liberar los mercados y así aumentar su eficiencia, los políticos se refieren a estas como reformas neoliberales. El modelo económico neoliberal promovía el libre comercio, y con ello que el Estado no podría intervenir en la economía, es decir, un Estado mínimo.

Por ende, algunas de sus funciones tenían que ser promover los mercados competitivos y proteger la seguridad individual y la propiedad privada. La implementación del pensamiento neoliberal no se empezó a dar por mecanismos democráticos sino a partir de la exclusión del otro, lo cual reforzó la cultura de política autoritaria en Colombia lo que produjo una crisis social al establecer las relaciones de poder.

Con la apertura económica neoliberal se esperaba que los empresarios se capitalizaran y aumentaran las importaciones, pero gracias a las malas condiciones financieras lo que sucedería sería que fueran reemplazados por la competencia internacional. Este modelo económico ha dejado en Colombia una tasa de desempleo bastante grande y muchas empresas que no pudieron competir cerraron y otras tuvieron que despedir personal para reemplazarlo por maquinaria importada. Se vieron muy afectadas las clases más vulnerables: obreros, campesinos, trabajadores informales, desempleados, transportadores, sindicatos, gremios, asociaciones comunales, entre otros.

Se puede entender que quienes tienen mayor influencia tienen más facilidad y beneficio al ser escuchados. El problema del neoliberalismo en Colombia radica en que ese modelo fue creado para los países industrializados, los que tienen dinero y no tienen problemas políticos, sociales y económicos. Por ello no se puede esperar que un modelo de ese tamaño y que no tiene en cuenta los problemas que aquejan a Colombia, funcione a la perfección. La economía colombiana es

vulnerable y además dependiente a la política de economías dominantes por eso es tan influenciable en la toma de decisiones.

Pero, luego llega una reestructuración del Estado con el gobierno de Álvaro Uribe en el 2002 donde un punto clave y que despertó el interés y muchas expectativas fue la búsqueda del TLC el cual, buscaba posicionar los productos colombianos en el extranjero bajo tasas muy favorables, para así tratar de levantar la economía del país, después de todo lo sucedido con la llegada del neoliberalismo. Este no se pudo concretar en su gobierno, pero si en el mandato de Juan Manuel Santos en el 2011.

Lo que se vio como una gran ventaja para ayudar a la economía del país resultó siendo en gran parte un daño en la producción nacional. Con ello también estaba la tercerización que también hizo que las personas sobre todo del campo se vieran afectadas ya que se involucraron terceros en sus labores agrícolas, haciendo que perdieran sus empleos. Es de esta manera como el concepto de neoliberalismo logra encaminar la investigación desde años anteriores y permite darle un seguimiento para comprender cómo llega la tercerización y qué antecedentes hay en Colombia respecto a esto de manera económica, social y culturalmente.

Historia cultural

En primera instancia, se plantea la historia cultural desde la perspectiva del autor Roger Chartier quien en su artículo “El mundo como representación” manifiesta que “La historia es vista entonces como una disciplina todavía sana y vigorosa, y, sin embargo, con incertidumbres debidas al agotamiento de sus alianzas tradicionales” (Chartier, s.f). Basándose en el agotamiento expuesto anteriormente, el autor manifiesta la importancia de entrelazar la cultura y la historia de una comunidad dando como resultado una historia cultural de lo social donde se resalta la identidad

individual de las personas y así mismo las representaciones colectivas que surgen a partir de la individualidad. De esa manera se construyen tradiciones representativas y autóctonas de determinada población.

De acuerdo con esto, la importancia de este enfoque recae en la interpretación que brinda sobre la influencia que tiene la historia y la cultura en la formación de prácticas sociales las cuales permean la cotidianidad de las personas configurando una serie de representaciones que tienen carácter hereditario lo cual, da a entender la razón por la que la agricultura sigue siendo la actividad pionera en Une a pesar del paso del tiempo.

Identidad campesina

Además, Chartier hace alusión a la identidad como un resultado de la conjunción de la historia con la cultura. En este contexto, es enriquecedor traer a colación a Martí Boada y David Saurí quienes en su artículo “Sostenibilidad y cultura campesina: Hacia modelos alternativos de desarrollo rural. Una propuesta desde Cataluña” (2006), hablan sobre la identidad campesina, señalando que esta se vincula principalmente con la actividad agraria de la sociedad y con la vida en el sector rural de una población, en donde sus dinámicas en el algún momento fueron regidas por la economía de subsistencia y han ido mutando.

Es evidente que se hace distinción de un campo que ha ido disipando su concepción inicial de subsistencia y se ha ido cosificando como un terreno de producción y monetización desplegando variaciones en su significado. Pero, la pérdida de valor no sólo ha impactado al campo sino también a las personas que lo habitan y lo trabajan.

En este orden de ideas, es la comunidad campesina la que ha tenido que adaptarse a la nueva vida rural presentando modificaciones en su identidad debido a que el entorno así lo exige puesto que, naturaliza procesos como la tercerización agrícola donde el trabajo obrero queda devaluado y las ganancias se concentran en un personaje ajeno al campo. En síntesis, Boada y Saurí vislumbran que la identidad de una persona se amolda a la resignificación que se le da al contexto donde se sitúa y se exterioriza en sus comportamientos. Así lo expresa Cecilia Sabogal, campesina de la vereda Salitre del municipio de Une, en el momento en el que comenta que: “La vida del campo es muy bonita, pero al mismo tiempo es muy fea, toca muy duro” (2021).

Prácticas comunicativas

En el proceso de relacionar dichos comportamientos con la investigación, se manifiesta el licenciado César Augusto Rocha (2009) afirmando que ahondar en las prácticas comunicativas es una vía razonable para llegar al objetivo. Este concepto se interpreta como “la expresión de la capacidad del individuo de hacerse comprender por los demás” (pág,2). Dándonos a entender que este proceso no es estandarizado debido a que todos los seres humanos son diferentes.

Si bien, los comunicadores Juan Carlos Valencia y Clara Magallanes en su publicación titulada “Prácticas comunicativas y cambio social: potencia, acción y reacción” (2015) rechazan la homogeneización de las prácticas comunicativas señalan que si hay un factor en común que es la base de su gestación y es la cultura manifestando que las prácticas son expresiones cotidianas de extraordinaria riqueza y diversidad, asociadas a redes culturales de una comunidad. En este punto, es crucial rescatar el argumento de Roger Chartier para comprender que usualmente el mensaje emitido por los sujetos está configurado por su historia, vivencias, cultura e identidad.

No obstante, es posible afirmar que las prácticas comunicativas del campesinado pueden presentar variaciones de acuerdo a las situaciones que los aquejan, suscitando en ocasiones la alienación social, el conformismo y la resignación dejando desamparada y en proceso de transformación su identidad ya que, no hay medios que les permitan democratizar sus concepciones frente a los fenómenos subyacentes de la modernidad y se termina presentando la descampesinización del campesinado como lo expone la socióloga Milena Sastoque.

Representaciones sociales

Es mediante las prácticas comunicativas que surge la estructuración de las representaciones sociales, entendiéndose como un corpus organizado de conocimientos y una de las actividades psíquicas en donde los hombres hacen inteligible su realidad física y social, se integran en un grupo o en una relación cotidiana de intercambios, liberando los poderes de su imaginación y vivencias. (Moscovici, 1979, pág. 18).

Su función es representar los comportamientos y prácticas de una sociedad los cuales, son contruidos y transformados de acuerdo a la realidad que los atañe. En el análisis de la construcción de las RS es donde se pueden identificar los acontecimientos y significados que han ido pasado a un segundo plano y aquellos que han surgido debido a las nuevas dinámicas económicas a las que se enfrentan los campesinos de Une, a la relación entre la imaginación y el actuar.

Por su parte, Gladys Villarroel hace el siguiente aporte a la definición anterior, “se trata de fenómenos producidos en forma colectiva y que ocurren en la intersección entre lo psicológico y lo social” (2007, pág. 2). Esta apreciación refleja la posibilidad de que existan unas representaciones sociales del campesinado en torno específicamente a las repercusiones en que la tercerización agrícola ha traído tanto a su vida personal como laboral y a su vez, dan a entender la

base de la cultura que los identifica y representa en la actualidad pasando por situaciones de reconocimiento y acción.

En conclusión, se determina que las RS son un pensamiento constituyente y constituido puesto que pueden modificar o determinar cierta postura ante una persona o hecho, ya que estas están ligadas a las relaciones sociales, pudiendo cambiar las acciones y producir nuevos comportamientos, haciendo una interacción entre un universo externo y uno interno.

Recursos mediáticos

En la ejecución de las representaciones sociales intervienen factores propios de la época como lo son los recursos mediáticos: “Los recursos mediáticos para los efectos de nuestra comunicación son los recursos que poseen tanto características verbales como de medios de comunicación, o sea se trata del estudio didáctico del uso del texto mediático” (Vereshchinskaya, 2013, pág. 30). Se entienden como aquellas herramientas que tienen como finalidad apoyar y simplificar las tareas del hombre en diversas áreas como la educación, el trabajo, el conocimiento, las relaciones, etc., y además sirven como canal para que las personas expresen sus opiniones. Para garantizar que todos los grupos sociales cuenten con acceso a estos recursos se tienen dispuestos diferentes formatos para su distribución como la prensa escrita, radio, televisión e internet.

No obstante, y a pesar de las múltiples maneras de distribución mencionadas en el párrafo anterior, esto no garantiza que la comunidad rural de Une cuente con conocimientos para su uso y apropiación, por lo que se produce un desconocimiento latente de situaciones que repercuten en su labor agraria. Por esta razón, los campesinos en su diario vivir emplean en la actualidad aquellos modelos de comunicación que tuvieron origen en los años 50 tales como el campo de la comunicación popular, para el desarrollo o cambio social el cual deja de lado la teoría de la aguja

hipodérmica (efectos y respuestas) y da cuenta de procesos donde prevalece la interacción, participación, liderazgo y diálogo como muestra de reivindicación social.

Comunicación popular

Según el libro “El comunicador popular” escrito por Mario Kaplún (1985), el impacto de la comunicación popular cobra vida cuando las personas se empoderan de sus historias y son ellas mismas las que las cuentan y replican, es ahí donde el modelo vertical de la comunicación se rompe, promoviendo que los receptores salgan de su zona de confort y se conviertan en emisores de la realidad. Esta categoría se relaciona con la presente investigación debido a que, su implementación puede conducir al conocimiento de primera mano de las interpretaciones de los campesinos en cuanto a las dinámicas sociales que los envuelven, permitiendo así un mayor acercamiento con la comunidad, pudiendo conocer y comprender sus pensamientos, sentimientos y percepciones sobre las cosas que les preocupan en cuanto a sus tierras y economía.

Sin duda, la comunicación popular es clave en este proceso ya que siempre se piensa en los campesinos por encima de todo, en escuchar lo que quieren comunicar y así poder brindarles herramientas para la solución de los diferentes problemas.

Comunicación participativa

El postulado inmediatamente anterior, se refuerza con lo planteado por Jean Servaes quien definen la comunicación participativa de la siguiente manera: “Es aquella que acentúa la importancia de la identidad cultural de comunidades locales y de la democratización y participación a todos los niveles - internacional, nacional, local e individual” (2012). Por su parte, esta clasificación de la comunicación hace alusión a la recuperación de la identidad que se ha

desligado de su cultura implementando un modelo de vocería participativo donde se escucha, analiza e interviene sobre las necesidades expuestas por cada miembro de un grupo social.

Finalmente, es notorio que los fenómenos de la globalización han permeado en las narrativas de la sociedad manipulando el libre actuar de los individuos especialmente de aquellos del tercer mundo, menospreciando su cultura. Por ende, es en estos procesos de compartir información, conocimientos y experiencias en los cuales se crean espacios de interpretación cultural, fortalecimiento del tejido social, generación de estrategias que permitan mantener la cultura e identidad de una comunidad y sus habitantes latentes, aportando a la construcción de una serie de apropiaciones que serán heredadas de generación en generación por su significado.

Marco metodológico

“La Metodología de la Investigación (...), es aquella ciencia que provee al investigador una serie de conceptos, principios y leyes que le permiten encauzar de un modo eficiente y tendiente a la excelencia el proceso de la investigación científica” (Cortés & Iglesias, 2004, pág. 7). Esta ciencia se aplica en la investigación durante el proceso de recolección de datos para dar respuesta a los interrogantes plasmados al inicio de la misma, la principal comunidad con la que se planea aplicar los modelos metodológicos es Asojuntas.

Metodología cualitativa

La metodología de investigación cualitativa puede ser entendida como “la investigación que produce datos descriptivos: las propias palabras de las personas, habladas o escritas, y la conducta observable” (Castaño & Quecedo, 2003, pág. 4). En este orden de ideas, se puede entender que, en esta metodología, la recolección de datos que incluye mediciones numéricas

ciertamente queda al margen prevaleciendo las vivencias de la comunidad y personas con las que se está trabajando.

El investigador Juan Herrera en su artículo titulado *la investigación cualitativa* publicado en el 2008 identifica las siguientes técnicas pertenecientes a este proceso:

La observación

Se entiende como “un procedimiento que ayuda a la recolección de datos e información y que consiste en utilizar los sentidos y la lógica para tener un análisis más detallado en cuanto a los hechos y las realidades” (Campos & Lule, 2012, pág. 8). Este proceso crea un vínculo entre el investigador, el hecho y/o comunidad con la que se está trabajando, al momento de que la observación sea empleada para recopilación de datos, se deben tener en cuenta algunos pasos para que esta se convierta realmente en una técnica.

El investigador debe tener habilidades para que esta tenga sentido sistemático en el registro de datos y sea de mucha calidad, todo debe ser correcto con el fin de garantizar confiabilidad y que debe estar dispuesta a controles de validez. Los observadores deben ser conscientes de que existen diferentes posturas, por ello es necesario definir una ruta al observar ya que de ahí depende el cómo acercarse a esa realidad y así se irá construyendo el objeto de estudio atribuyéndole elementos que permitan la interpretación de este.

Este método de observación es muy útil para el presente trabajo ya que, se adapta a la cotidianidad de la comunidad que se desea investigar y al problema central, su correcto uso permitirá obtener la mayor cantidad de datos. Es de vital importancia que las investigadoras fijen toda su atención en los aspectos que le competen a la investigación mediante todos los sentidos,

para así obtener resultados que ayuden a llegar al objetivo que se quiere, es por esto que se hace uso de la modalidad de la observación participante, definida más adelante.

La entrevista

Ileana Vargas (2012) indica que la entrevista cualitativa tiene como fuente oficial la narración oral por lo que permite una información detallada del informante y a su vez, se complementa con el método de la observación.

Para que la entrevista cualitativa se cumpla debe tener una serie de características. Los entrevistadores tienen que estar inmersos en el conocimiento, la percepción y en la comprensión del entrevistado, tanto el contenido de la entrevista como el flujo y la selección de los temas, cambia de acuerdo con lo que el entrevistado sabe, la entrevista es la extensión de una conversación normal solo que uno escucha para entender lo que el entrevistador dice. La entrevista es más flexible e íntima, esta debe ser abierta sin alguna categoría en especial para que el participante pueda expresar sus experiencias.

La aplicación de esta herramienta, permite recibir información detallada de personas que se encuentran inmersas en una realidad social, su complemento principal a la observación se sustenta en los testimonios orales que reproducen los implicados. Sin embargo, para su correcto empleo es importante que el entrevistador conozca a lo que se enfrenta y logre crear un vínculo con el entrevistado. En la presente, se emplearon dos tipos de entrevista: semiestructurada y no estructurada.

Metodología etnográfica

En el artículo *La investigación cualitativa* (Herrera, 2008) se clasifica el método etnográfico como un derivado de dicha investigación. Ahora bien, la etnografía se sustenta como el método de investigación por el que se aprende el modo de vida de una unidad social (Barbolla, y otros, 2010), entendiéndose unidad social como un grupo de personas.

Para lograr la identificación, análisis y comprensión de la cultura y cotidianidad de una sociedad resulta indispensable aplicar técnicas como la observación e inmersión dentro de la misma. Estos procesos fueron fuente para la obtención de información dentro de la investigación planteada puesto que, como ya se había mencionado la comunidad y su comportamiento permiten el desarrollo de la exploración.

Cabe hacer énfasis en el concepto de inmersión el cual, significa un adentramiento a la comunidad en donde los investigadores deben desprenderse de sus estereotipos y estar abiertos al diálogo y experiencias que allí surjan. Por otra parte, es pertinente indagar previamente sobre la población a relacionar (cultura, prácticas, rituales, lenguaje, etc.) con el fin de garantizar un eficaz acercamiento.

Gracias a lo anteriormente dicho, se puede entender que esas técnicas son viables para aplicarlas al trabajo de campo que se desea realizar con Asojuntas debido al carácter cultural de dicha organización y al enfoque elegido para el desarrollo del trabajo de grado donde, se prioriza la intervención de la comunidad en el transcurso de la investigación. Aunque, es de gran aporte y reivindicación social generar espacios comunicativos en los cuales las personas expresen sus inconformidades sobre un tema determinado, existen variantes que emergen en el proceso las cuales no están previstas desde una etapa inicial. Dado a que se presenta una dependencia

significativa de la comunidad y, además, cada narrativa recolectada trae consigo una repercusión fue indispensable crear soluciones emergentes para darle cumplimiento a los objetivos.

Diagnóstico

Charlando con sumercé

De acuerdo con la descripción perpetrada con antelación, en donde se especifica sobre la metodología seleccionada para desarrollar el trabajo de campo, se pueden esbozar los pasos a seguir en la recolección de datos de la siguiente matriz. En primer lugar, se realizó un proceso de inmersión en el diario vivir de los campesinos como muestra del reconocimiento del entorno que se deseó investigar y la creación de lazos de confianza entre las investigadoras y la población seleccionada.

Después de tres visitas de esta índole, en donde la observación participativa fue la protagonista, dándose esta cuando: “para obtener los datos el investigador se incluye en el grupo, hecho o fenómeno observado para conseguir la información <desde adentro>” (Díaz Sanjuán, 2011, pág. 8), entendiéndose como una de las técnicas privilegiadas en la investigación cualitativa y recolección de datos, se procedió a entablar conversaciones con los campesinos, en donde ellos proponían el tema y el ejercicio consistía en escuchar atentamente.

Posteriormente, el trabajo de campo se vio interrumpido por una nueva ola de contagios de COVID-19 en el municipio durante los últimos meses del periodo 2021-1, siendo ello un obstáculo para continuar de forma presencial la investigación. Para darle cumplimiento a las fechas programadas en el cronograma, se tomó la decisión de llamar a cada uno de los 17 presidentes de las JAC de las veredas para así, continuar con el diagnóstico comunicacional.

Durante estos diálogos se plantearon las preguntas subsidiarias diseñadas y ellos de forma amable, con lenguaje propio de su identidad, dieron sus apreciaciones a las mismas, cuando fue necesario se brindó una explicación a las incógnitas y desconocimientos que surgían. A lo largo de estas entrevistas semiestructuras las cuales tienen: “la ventaja de adaptarse a los sujetos con enormes posibilidades para motivar al interlocutor, aclarar términos, identificar ambigüedades y reducir formalismos” (Díaz-Bravo et al., 2013). En este proceso, elementos como: el tono de voz, los silencios emergentes, la expresión de sentimientos y la interpretación de los mismos, fueron importantes para dar sentido a su narrativa.

Si bien, las llamadas fueron grabadas, la calidad del contenido producto de la interferencia en la comunicación, no es la mejor. Ante ello, se transcribieron⁴entrevistas y se sintetizaron contenidos para brindar más claridad tanto a las investigadoras como a los lectores.

Tabla 4

Matriz, charlando con sumercé

⁴ Las transcripciones se encuentran aquí. [Ver anexo 3](#)

Pregunta	Objetivo	Respuesta
¿Cómo se organiza la economía de subsistencia en el sector rural de Une Cundinamarca en relación con la identidad campesina de los participantes de Asojuntas?	Describir la organización de la economía de subsistencia en el sector rural de Une Cundinamarca en relación con la identidad campesina de los participantes de Asojuntas.	La economía de subsistencia aún permanece latente en el campo unense. Aunque, el latifundio y monocultivo prima en la región se estima que 5 de cada 10 familias hacen pequeños cultivos para consumo propio e intercambiar sus productos con los vecinos. A lo largo de este proceso los campesinos ejercen su labor con amor y agradecimiento hacia la tierra por los frutos que les brinda. Por otra parte, ven lo valioso del campo y de esa manera se sienten útiles e independientes ante las dinámicas del comercio cotidiano. En cuanto a su identidad, reflejan una imagen positiva y valiosa de sí mismos al ser poseedores de saberes empíricos y trabajar el campo de manera sostenible pues, para esta clase de cosecha emplean fertilizantes ecológicos creados con elementos naturales, conocidos de generación en generación. Cabe mencionar que el termino economía de subsistencia se tuvo que contextualizar en el trabajo de campo.

¿Cómo se estructuran las representaciones sociales que elaboran los campesinos en sus prácticas comunicativas frente a los cambios económicos globales y la tercerización agrícola en Une, Cundinamarca?	Identificar las representaciones sociales que elaboran los campesinos en sus prácticas comunicativas frente a los cambios económicos globales y la tercerización agrícola en Une, Cundinamarca.	Las prácticas comunicativas de los campesinos unenses se ven abanderadas en gran medida por la oralidad, es a través de esta narrativa que dicha comunidad ha ido construyendo una representación de su imagen desligada de su concepción inicial. Es decir, para ellos su quehacer ha pasado de ser una actividad productiva a una actividad conformista y dependiente debido a las transformaciones económicas que la han alterado en el transcurso del tiempo. Esto, a su vez ha repercutido en la formación de su identidad personal pues, en las conversaciones con los campesinos ellos se definen como unas personas conformistas ante las medidas que la sociedad y en especial el gobierno le imponen a su labor debido a la falta de oportunidades, apoyo y conocimiento que tienen para generar soluciones viables. En síntesis, para el campesinado unense las transformaciones económicas y tercerización agrícola han afectado significativamente las labores del campo colombiano, pero también han conllevado a la alteración y pérdida de su identidad reflejando una
---	--	--

		imagen errónea (pobreza, analfabetismo, etc,) no obstante, se han conformado ante los impactos de estas situaciones tratando de acomodar su vida a las mismas pese a las inconformidades.
¿De qué manera se da el uso y apropiación de los recursos mediáticos por parte del campesinado unense en torno a sus prácticas comunicativas?	Conocer el uso y apropiación de los recursos mediáticos por parte del campesinado unense en torno a sus prácticas comunicativas.	Los campesinos tienen un acceso precario a los medios de comunicación. Su principal fuente de comunicación es por medio del radio, los parlantes locales y la oralidad. Ante estos recursos la población presenta gran grado de apropiación ya que, tienen conocimiento del horario de difusión de los contenidos. Sin embargo, consideran que estos no son suficientes para adquirir conocimiento sobre diversos temas latentes en la cotidianidad. En cuanto al uso de la TV se manifiesta en menor medida y hay mayor desconocimiento de su funcionamiento, esto mismo sucede con smartphones, computadores y, en consecuencia, el internet. Es importante recalcar que esta situación no solo aqueja a los adultos sino a menores y jóvenes también, pero con un menor impacto.

Nota. Matriz construida por las investigadoras, sintetiza los datos producto del contacto vía telefónica con los presidentes de las JAC

veredales (2021).

Análisis

Los datos que se consignan en la matriz resultan claros y dan respuesta a las preguntas y objetivos planteados. No obstante, para mayor comprensión es oportuno realizar una descripción más detallada.

En el apartado uno de la matriz se ahonda sobre la organización de la economía de subsistencia en relación con la identidad campesina de los participantes de Asojuntas localizados en el sector rural de Une. De acuerdo con la narrativa de los entrevistados este tipo de economía aún existe en la zona, aunque en menor medida que los monocultivos.

Cuidar y atender una semilla es como cuidar a un hijo. Hay que verla diariamente, tenerle todos los cuidados necesarios como fertilizantes que también son creados a base de productos naturales y eso es una cosa maravillosa porque cultivar los propios alimentos que se come uno y su familia lo hacen sentir productivo. Hay una diferencia muy grande lo que yo siento cuando me como mi propia comida a cuando se la tengo que dar a otros para que la vendan y no me den ni la cuarta parte de mi inversión, sin embargo, esta es una acción que debemos hacer porque de eso vivimos, señala María Aurora Villalba con la voz entre cortada, producto de la mezcla de felicidad y nostalgia (2021).

Por su parte, Germán Gutiérrez manifiesta:

En Une existen cosechas de subsistencia, aunque para las nuevas generaciones estas no son de importancia para los más viejitos como yo sí. Tratar la tierra es un regalo de Dios, la cultura del trueque nunca se debió disminuir, pero así es la vida, todo cambia. Ahora, es

más común ver un siembro arto, grande y extenso que ahogan la tierra, que ver las huertas caseras, pero de que las hay las hay.

De igual manera, Marina Jara comenta, “no hay nada más rico que sembrar y cocinar con las mismas manos y no hay nada más bello que enseñar la huerta y a ser independientes a los demás” (2021).

En las intervenciones anteriores María Aurora y Germán, hacen una relación entre la economía de subsistencia y la identidad que el campesino refleja cuando ejerce esta acción. Al hacer cultivos pequeños e intercambiar productos con sus vecinos los campesinos sienten agradecimiento por su territorio y las riquezas que este les brinda, manifestando satisfacción del deber cumplido y enalteciendo su labor. Lo contrario pasa cuando las cosechas son de mayor volumen y entra un tercero a intervenir en la comercialización del producto devaluando las capacidades de los cultivadores y en ese mismo sentido sus ingresos.

En síntesis, de los testimonios se construye el postulado de que la identidad del campesino unense se construye en torno a la clase de cultivo que este ejerciendo y el valor más que económico sentimental que aflora en la labor, esto se evidencia en fragmentos como: “Hay una diferencia muy grande lo que yo siento cuando me como mi propia comida a cuando se la tengo que dar a otros para que la vendan y no me den ni la cuarta parte de mi inversión.” Alejandro Castillejo (2000), analiza que estas representaciones se dan dependiendo de situaciones que configuran al sujeto:

La búsqueda de la identidad es la búsqueda de la autonomía, y la estabilidad representa el anclaje, irreductible y no cambiante, entre la persona, o el grupo, y el territorio. Por supuesto que dicha relación existe, pero es el tipo de relación la que puede ser móvil (...), la identidad se resemantiza en torno a diferentes puntos – dependiendo de la situación

– cambiando el arraigo al territorio por narrativas que giran sobre el pivote de la invisibilidad o la asimilación (Castillejo, 2000. pág. 65).

En este orden de ideas, se resalta que hay mayor conexión con el trabajo en huertas caseras, en la economía de subsistencia que en los monocultivos. Puesto que, en las primeras hay evidencia sentimientos de amor, gusto, colectividad y en la segunda, sensaciones de tristeza, obligación y pérdida⁵. Sin embargo, al primar la existencia de estos monocultivos la identidad campesina ha fluctuado, perdiendo su significado, norte y visibilidad.

En la segunda sección de la matriz se habla acerca de las representaciones sociales que elabora el campesinado unense en sus prácticas comunicativas frente a los cambios económicos globales y la tercerización agrícola. Es fundamental recalcar que la base comunicativa en el municipio de Une es la oralidad, a través de sus narraciones los campesinos manifiestan que la representación social que han construido en torno a la tercerización y demás dinámicas es de conformismo porque no han tenido ni el apoyo, ni la iniciativa de crear soluciones para mitigar las afectaciones causadas en su vida laboral y personal. William Velásquez, presidente de la JAC, vereda Queca indica:

Los campesinos nos hemos vuelto conformistas quedándonos con los brazos cruzados y esa es la idea que le transmitimos al mundo entero, por eso las personas nos señalan como analfabetas, pobres, sucios, sin aspiraciones y muchas cosas más y eso en parte no lo hemos ganado porque no hemos tenido el apoyo de nadie para hacer escuchar nuestras voces y seguimos dependiendo de los demás para poder generar ingresos (2021).

⁵ Estos sentimientos son extraídos de acuerdo a una Red de significados construida en conjunto con la comunidad para aterrizar la interpretación que los campesinos les dan a ciertos conceptos. [Ver anexo 5](#)

Complementando la información, José Romero contrasta que,

La quietud, el conformismo, la aceptación obligada que hemos tenido en cuento a la tercerización de nuestra profesión, porque no crean, cultivar es una profesión y se hace en la universidad llamada campo, nos ha llevado en decadencia y no solo estoy hablando de la plata, eso es importante, pero más valemós nosotros, sentirnos identificados desde el sombrero hasta las botas con lo que hacemos. Esto no es solo cuestión de plata, también es de dignidad y como no somos ilustres creen que nuestra comunicación es un juego y que vale trisas por eso necesitamos de espacios en donde podamos contar lo que pasa, en nuestro modo, con nuestras costumbres, pero contar y tal vez así hablando dejemos esa resignación de tener que llamar al intermediario porque eso nos va suicidando lentamente. Así la solución no se de hoy pa' hoy, pero al menos nos sacamos del alma las cuitas que nos atormentan (2021).

En esta misma línea, Pedro Solórzano reafirma el papel negativo de la tercerización en torno a su identidad como trabajador rural:

Chinitica, por medio de nuestras coplas, cantos y expresiones contamos las tristezas que nos embargan al ver que cada vez, una plaga que no es de acá dicen representarnos y ocupan nuestro lugar. ¿Quién saca pecho en las ciudades con la comida de nosotros? pues los intermediarios, esos mismos que tienen más derechos en nuestros productos que nosotros mismos y nosotros nos quedamos como unas pelotas, quietos y conformes a los que está pasando, definitivamente nos encontramos cagados y con el agua lejos. Así a nadie le parezca importante a través de nuestra jerga construimos mensajes para que el gobierno en

algún momento, cuando logramos difundirlas -es que se dice- sepa que estamos en contra de las cosas que joden el campo. (2021).

Con la expresión cagados y con el agua lejos, dicha con un tono de voz fuerte se refleja que hay una problemática latente que afecta a la comunidad campesina, pero, su solución no se vislumbra entre las verdes montañas del municipio. En este momento, cabe hacer hincapié en la manera en que la comunicación alternativa entra a reflejar las prácticas comunicativas y representaciones sociales de los campesinos del municipio de Une, siendo esta “agente crucial que permite lograr una conciencia rebelde que pueda convertirse en el motor de una fuerza popular capaz de contraponerse al bloque dominante” (Urzola, 2016), eso es lo que José y Pedro desean lograr con sus manifestaciones pero no han encontrado el espacio por donde hacerlas públicas.

Reiterando lo señalado anteriormente por Velásquez, Romero y Solórzano, el conformismo, la dependencia y la aceptación obligada son situaciones cotidianas en la labor del campo por eso es normal escuchar frases como: “esperar que San Isidro labrador haga su milagro”, “dejar y que en la próxima sea lo que Dios quiera”, “eso perdidos ya estamos”⁶, las cuales dan sentido a la pérdida identitaria del gremio, a la resignación de que otros usurpen su territorio y a la errónea representación e interpretación de la importancia de la figura campesina en la sociedad.

En el tercer bloque se enfatiza en el uso y apropiación de los recursos mediáticos por parte de los campesinos. Miriam Mora presidenta de la JAC de la vereda Ramal sustenta:

Mijita, por acá no cogen ni los ratones, el internet es escaso y si llega no lo sabemos usar, la televisión coge lluviosa como yo le digo (risas), pero lo más efectivo para estar

⁶ Fragmentos extraídos de las entrevistas de Marina Jara, Flor Alba Romero y Yenny Díaz.

informados es por medio del radio, los parlantes del pueblo y la cotorriadera con los demás, eso si no puede faltar.

Figura 6

El radio en el cinturón



Nota. Campesino con el radio colgado en su cintura. Fotografía tomada por: Camila Gutiérrez (2021).

Aunque hay llegada del radio a la zona rural, este canal no es suficiente para orientar e informar a los campesinos, así lo pone en evidencia Flor Alba Romero:

Si claro llega radio, pero no es que coja a la perfección, la televisión a veces está bien y otras está mal y el internet, con el tema de la pandemia algo se hizo para que cogiera, pero igual nadie nos enseña a utilizarlo y hace falta porque es que uno por más viejo que este no puede quedarse en la ignorancia, debe prepararse como un yogurt como se dice (risas). (...) Yo pienso y me digo, Flor Alba si usted conociera como manejar ese computador algo se inventaría para comentar lo que pasa, pero no, lo toca quedarse a una con las ganas (2021).

Por su parte, Ramiro Peralta comenta, “Pero por supuesto que es bueno aprender de las tecnologías y más que todo para mostrar lo que sabemos hacer, eso lo haría sentir a uno, pero requeté bien, como la paisana de Chipaque Nubia⁷” (2021), solo falta un poco de apoyo, concluye Peralta.

La evidente falta de información y de medios para manifestar sus problemáticas son detonadores del inconformismo arraigado y de la resignación que acapara el quehacer en los fértiles campos de Une, manifestando una ruptura identitaria de los pobladores. Lo más preocupante es que esto no solo afecta a los mayores sino también a niños y jóvenes. Por esta razón, de cara a lo denotado, yace la necesidad de relacionar la cultura con la comunicación, comprendiendo que esta relación “pretende rescatar del olvido o menosprecio las expresiones populares y otorgarles el reconocimiento que antes se les negaba como procesos de producción cultural” (Rivadeneira, 1997, pág. 6). Para lograr con este cometido, el uso de las nuevas tecnologías resulta siendo un aliado que vale la pena considerar.

⁷ Nubia es una campesina del municipio de Chipaque Cundinamarca quien creó un canal de YouTube en compañía de sus hijos, llamado Nubia e hijos en donde comparten contenido de las labores del campo.

Estrategia comunicativa

Figura 7

Logo estrategia comunica Voces Campesinas



Nota. Logo de la estrategia voces campesinas, creado por Juan Gutiérrez y Daniel Flores, participantes de la estrategia. Fuente: Juan Gutiérrez (2021).

Voces Campesinas

La estrategia comunicativa voces campesinas, es una apuesta diseñada con el fin de cumplir el objetivo de fortalecer la identidad campesina de la población rural perteneciente a Asojuntas en el municipio de Une, Cundinamarca, mediante la vinculación de los campesinos en la realización de las tácticas y producción de los contenidos. De igual manera, se pretende ahondar en la

construcción de sus prácticas comunicativas y representaciones sociales en torno a la tercerización de su labor, la agricultura.

Las tácticas y los contenidos en mención, se ven reflejados en una Página Web [ver aquí](#) la cual, fue construida cooperativamente entre campesinos e investigadoras.

Meta de la estrategia

La meta de la propuesta consiste en desarrollar una estrategia de comunicación que potencialice las identidades de los campesinos de Une ya que, se han visto amenazadas por los procesos de tercerización agrícola. En adición, se plantea que la población perteneciente a Asojuntas de las 17 veredas del municipio y los habitantes del casco urbano participen en la misma.

Públicos de interés

Voces campesinas, se plantea a largo plazo tener una amplia gama de públicos de interés categorizados por factores de cercanía, influencia, responsabilidad y dependencia como los de Asojuntas (retomar página 18). No obstante, para la primera fase de su implementación define los siguientes públicos:

- Campesinos y campesinas del municipio de Une, Cundinamarca.
- Habitantes del municipio.
- Gobernantes del municipio.
- Líderes y colaboradores de entidades municipales como: Alcaldía, Parroquia e Institución educativa.
- Población residente en el oriente de Cundinamarca.
- Población residente en el departamento de Cundinamarca.

Tácticas y acciones

Las tácticas diseñadas para cumplir la estrategia, acaparan los gustos e intereses de los campesinos de Une, teniendo en cuenta sus rangos de edad:

1. Videos que expongan las problemáticas de los campesinos, teniendo como protagonistas a profesionales municipales de los campos a intervenir.
2. Talleres de alfabetización digital dirigidos a los campesinos unenses, tratando de abarcar los grupos etarios de la población.
3. Espacios de dialogo y exposición de saberes culturales que reflejen la identidad campesina mediante las practicas comunicativas de la ruralidad y la puesta en marcha de conocimientos aprendidos en la alfabetización digital.
4. Galería de arte que refleje las concepciones que se tiene del campesino, desde una óptica urbana y rural.
5. Por medio de clips informativos de audio y video poner en conocimientos emprendimientos campesinos de Une, que le han apostado a vincular nuevas tecnologías para construir el cambio.

Página Web

La página web de la estrategia *Voces Campesinas*, condensa las tácticas y actividades desarrolladas durante el respectivo trabajo de campo, empleando una narrativa propia de la región. Este sitio, esta estructura de la siguiente manera:

Inicio

La pestaña de inicio, condensa el propósito de la estrategia; expone, mediante una crónica las condiciones de vida del campesino y, pone en evidencia el contacto de las investigadoras.

Tercerización de la ruana y el sombrero

En este apartado se pretende evidenciar la problemática de la tercerización agrícola, teniendo como insumos una serie de productos en formato Mp3 y Mp4. Se cuenta con la participación de Julián Díaz, líder municipal del proyecto UMATA y con las voces de campesinos y comerciantes.

Siembra tecnológica

En un primer momento, se encuentra la entrevista de la bibliotecaria municipal en formato Mp4, ella ahonda en la detención temporal que refleja el campo como secuela del desconocimiento tecnológico que allí se vive. Ante este fenómeno, surge la necesidad de ejecutar talleres de alfabetización digital, su implementación se evidencia por medio de galerías fotográficas que dan cuenta del trabajo desempeñado en las instalaciones de la biblioteca municipal y de un servicio casa a casa, vereda a vereda.

Coplas de mi terruño

Mediante coplas narradas de manera oral y acompañadas de instrumentos musicales, los campesinos, develan sus sentimientos frente a la agricultura e identidad, de manera autóctona, recurriendo a sus aprendizajes culturales. Además, por medio de piezas gráficas de su misma autoría, plasman versos para sanar su alma y ponen en práctica lo aprendido en la siembra digital.

El reflejo de la mirada

Haciendo una vinculación entre el sector urbano y rural del municipio, se pretende exponer la noción que se tiene sobre el gremio campesino del pueblo. Como representación del centro poblado, se encuentran los estudiantes de grado decimo de la Institución Educativa Departamental, Fidel Leal y Bernabé Riveros quienes por medio de pinturas y dibujos representan al campesinado de su territorio.

Desde el sector rural, se toma como referente a los habitantes de las veredas más alejadas de Une: Matega, Bolsitas, Ramal, Mundo Nuevo y La Mesa, dado a que el contacto con esta zona fue complicado por temas de movilidad y disponibilidad de tiempos. Estas personas, reflejan sus sentimientos y personalidad por medio de una silueta de cartulina la cual, vistieron de acuerdo a sus representaciones.

Cosechando amor

Esta pestaña brinda una contextualización del significado de economía de subsistencia y su aplicación en Une, mediante las huertas caseras. También, refleja la importancia y el valor que tienen dichas huertas en la sociedad municipal ya que, son vistas como espacios de utilidad, amor, conocimientos y trabajo en equipo.

En busca del progreso

Es una sección dedicada a exponer dos emprendimientos del municipio, que han tenido como base los conocimientos empíricos de sus ejecutores y han sido complementados con informaciones proporcionadas por medios de comunicación como programas de televisión y contenido de internet. La finalidad de este apartado es visibilizar experiencias de vida con el propósito de motivar al campo.

Pa' que se entere

Es la última pestaña de voces campesinas. Aquí reposa una cartilla campesina, que da cuenta a la explicación de las palabras y dichos que se denotan en la estructuración de la página. También, se encuentra una caja de comentarios que agrupan las opiniones de los usuarios que han dado su recorrido por el sitio web.

Diseño de la página web

Los colores empleados en el sitio web fueron: rojo, blanco y verde debido a que la comunidad campesina los propuso porque son los colores de la bandera del municipio y ellos se identifican con este símbolo patrio. Además, manifiestan que voces campesinas es amor, paz y esperanza.

En cuanto a la producción y edición de los contenidos (galerías fotográficas, videos y clips de voz), la comunidad fue realizadora de este proceso, aprendiendo conocimientos básicos sobre la manipulación de herramientas tecnológicas, totalmente nuevas para los campesinos. Dado al desconocimiento tecnológico y la precariedad de recursos técnicos, las herramientas digitales utilizadas fueron:

- Filmora: Editor de videos y de audios, de fácil acceso y manipulación.
- Canva: Plataforma para realizar ilustraciones y clips de video gratuita y de fácil manipulación.
- Wix: Plataforma diseñada para la creación de páginas web de manera gratuita.

Figura 8

De ver a hacer



Nota. Niños y niñas campesinos editando los contenidos de la página web. Fotografía tomada por: Camila Gutiérrez (2021).

Mensajes comunicativos

Los mensajes que se promovieron en la aplicación de la estrategia fueron:

- Done su voz y a través de ella comience a escribir el cambio de su amado campo.
- No le tema a la tecnología, ni a la evolución, eso no lo hace menos campesino.
- Siga cultivando lo propio y enséñele a los demás a cómo hacerlo.
- Cánteles a su alma, a su vida, a su ruana y a su sombrero.

Socialización de la estrategia

Inicialmente, esta socialización se realizó de manera presencial en entidades como la alcaldía, colegio, parroquia y algunos salones comunales. No obstante, no se cuenta con un sistema cuantitativo que vislumbre la cantidad de personas que han accedido al link. Sin embargo, desde la

primera semana del mes de mayo, el acceso ha sido difundido mediante redes sociales personales y en la última sección de la página se encuentra una caja de comentarios la cual, no solo canaliza las opiniones sino también, guía sobre las interacciones que los usuarios han tenido.

Figura 9

Comentarios en la Página Web



Nota. Comentarios en página web al 15 de mayo del 2022. Fuente:

<https://paulagutierrezr.wixsite.com/vocescampesinas/about-5-1>

Cronograma

El trabajo de grado inició la primera semana del mes de febrero de año 2021 y concluyó la segunda semana de mayo del año 2022. Para conocer más en detalle el cronograma del mismo haga [clic aquí](#).

Resultados de la estrategia

Este ítem tiene relación con el análisis del diagnóstico comunicacional. Los resultados, dan cuenta que en el municipio de Une prevalece la oralidad pues, es a través de la verbalidad que los campesinos se sienten más seguros y logran emitir sus mensajes, con autenticidad, empleando su jerga y dialecto. En la mayoría de casos, las manifestaciones orales actúan como protagonistas. Sin embargo, en la aplicación de las tácticas, se focalizaron dos categorías importantes que complementan la narrativa.

En un primer escenario, es importante alardear de la música como mecanismo de expresión social y fortalecimiento identitario, “La música es una manifestación artística, es un medio de expresión de ideas, de emociones, de vivencias de una sociedad. El arte musical combina sus elementos propios de tal forma que acerca al oyente a la cultura del pueblo” (Bernabé, 2012, pág. 2), justamente eso es lo que deseaban los campesinos cuando estaban escribiendo sus coplas y ese deseo se reiteraba en el momento de su interpretación.

El proceso de composición e interpretación de las coplas fue bastante significativo. Cada frase removía los sentimientos de sus intérpretes y, ¿cómo no hacerlo?, si ellos aman el campo y cuidan sus cultivos como sus propios hijos. La manifestación de sus perspectivas por medio de la música es para ellos una resignificación de su papel como agricultores, aquel que ha sido vulnerado por nuevas dinámicas sociales.

Figura 10

Coplas de mi terruño



Nota. Ana Velásquez preparando la interpretación musical de su copla. Fotografía tomada por: Camila Gutiérrez (2021).

Posteriormente, se trae a colación el arte, fenómeno que también actúa como un apoyo en la narrativa oral como ya se ejemplificó. En palabras de Salvador Aburto el arte es, "un proceso comunicacional trascendente, porque le da identidad a todo aquel individuo sensible, que incorpora sus naturales capacidades para la interacción con otros seres humanos" (2009, pág. 8). El arte conjuga en su ser diversas líneas de acción como la música, factor evidenciado anteriormente. En esta oportunidad se hace referencia a la pintura y el dibujo, mecanismos empleados para exponer la representación que tiene el campesinado desde una óptica urbana y rural.

A lo largo del proceso, se encontraron hallazgos importantes, por ejemplo, los estudiantes del grado décimo que participaron en la estrategia, admiran el trabajo del campesino y reconocen que es poco valorado por los demás por ello, a través de la pintura proponen visibilizarlo. Por su parte, los campesinos por medio de sus dibujos, son más críticos con su labor y esto resulta ser una

postura coherente, pues son ellos los directamente afectados y como dicen, viven en carne propia las injusticias. En esta sintonía, el ejercicio contribuyó como difusor de puntos de vista, sentimientos, emociones, dando paso a las reflexiones en torno a lo comunicado.

Figura 11

Homenaje al campesino



Nota. Pintura con técnica de aguadas, realizada por la estudiante de grado décimo Karol Parra.

Fotografía tomada por: Camila Gutiérrez (2022).

Dándole continuidad a la descripción de los resultados hallados, se remite a la importancia que tiene la economía de subsistencia, reflejada en las huertas caseras que existen en las veredas, siendo estos cultivos muestras de utilidad, conocimiento, amor y unión. Dado al desconocimiento que tienen los pueblerinos sobre la existencia de cultivos de esta clase que identifican a la ruralidad, se propuso la creación de unos videos, en donde los campesinos son los protagonistas y tiene la posibilidad de manifestar con su propia voz la organización de las huertas caseras y el papel que estas tienen en su formación como sujetos.

El hacer público estos saberes contribuye a fortalecer su identidad dado que, los sabios del campo comparten conocimientos y contenidos que son útiles para los demás y que solo ellos tienen las bases para transmitirlos. En esta etapa sale a la luz el significado que tienen las prácticas y sapiencias transmitidas de generación en generación en la construcción identitaria del campesinado unense.

En cuanto a la siembra digital, los campesinos suscitan lo indispensable que resulta aprender a manipular los recursos mediáticos que se encuentran en el entorno. Pese a la carencia de implementos se realizaron talleres de alfabetización digital en donde la población pudo enlazar sus saberes con nuevos conocimientos creando contenidos para la visibilización de su profesión. Como material de apoyo en este apartado se expuso la experiencia de vida de dos campesinos del municipio que por medio de la tecnología han logrado innovar en su labor aportando al fortalecimiento de su identidad, porque sin dejar de lado sus raíces buscan el progreso, lo anterior con el fin de demostrar que en la región si se pueden buscar soluciones a sus alteraciones.

Ahondando en el trabajo de campo, se obtuvo receptividad por parte del campesinado en el proceso de inmersión, recolección de datos e implementación de la estrategia ya que, la población ve en este trabajo universitario una esperanza para fortalecer su identidad y así construir soluciones a los problemas que los agobian. En este orden de ideas, Voces Campesinas actuó como un detonante social en el municipio, dado a los hallazgos encontrados se hicieron las siguientes propuestas por parte de los campesinos para lograr una aplicación oportuna en el municipio:

- Tener en cuenta representaciones sociales como las coplas en los procesos educativos.
- Exponer la existencia de las huertas caseras y gestionar espacios para su elaboración desde edades tempranas.

- Propiciar espacios artísticos como canales de manifestación y representación campesina.
- Buscar talleres de aprendizaje digital.

Conclusiones

El campesinado del municipio de Une, Cundinamarca refleja la realidad de gran parte de la población rural de Colombia, aquella que los nuevos modelos económicos la han impactado notoriamente y no solo en términos monetarios sino en su construcción identitaria al gestarse y cada vez tener mayor auge la tercerización agrícola. De acuerdo con el desarrollo de la presente investigación, la implementación de la respectiva estrategia y los hallazgos encontrados, se infieren las siguientes conclusiones:

1. El Estado colombiano ha trasgredido los derechos que la constitución nacional ha dispuesto en pro de garantizar una vida digna a los ciudadanos.
2. La puesta en marcha de expresiones, prácticas y saberes culturales heredados de generación en generación, como las coplas y las huertas caseras identifican a los campesinos con su labor, dejando en un segundo plano su pérdida de valor.
3. El complemento de los saberes culturales con conocimientos tecnológicos, contribuyen al fortalecimiento de la identidad campesina. Pues, la tecnología actúa como herramienta para visibilizar las riquezas y los problemas de la vida rural.
4. La oralidad prima en el territorio como medio de comunicación, “las narraciones orales son expresiones orgánicas de la identidad, las costumbres y la continuidad generacional de la cultura donde se manifiestan” (Ramírez, 2012, pág. 5).
5. Los campesinos buscan constantemente espacios en donde puedan hacer visibles sus conocimientos, problemas, etc.

6. Pese a que el campesinado unense es bastante tradicional, es una población receptiva y abierta a recibir nuevos conocimientos en pro del desarrollo de su labor y su construcción personal.

Recomendaciones

Durante el proceso investigativo se detectó la participación de los diferentes grupos etarios de la población rural por esta razón, se recomienda implementar proyectos de participación y visibilización ciudadana que acopien los gustos e intereses de niños, niñas, adolescentes, adultos y adultos mayores.

Frente a una posible colonización del conocimiento, la población emplea la comunicación alternativa como un rechazo a esta imposición. Por tal motivo, es pertinente ahondar en aquellas representaciones comunicativas y artísticas que producen la comunidad y dinamizarlas, con el fin de fortalecer la identidad. Lo anterior, puede abordarse desde campos como la educación, por tal motivo, en esa oportunidad, se hace un llamado al gremio académico a que considere la situación, creando una propuesta atractiva entre la comunicación - educación.

Al ver que las huertas caseras son de gran impacto para la comunidad, es pertinente que se realice un acopio de estos conocimientos para así replicarlos y conservar los saberes heredados. Finalmente, y ante lo expuesto, es de vital importancia potencializar las redes comunicativas de la población campesina con las entidades gubernamentales existentes en su contexto.

Anexos

Los anexos de la investigación reposan en la siguiente carpeta de [Drive](#) y en página web [Voces Campesinas](#). Se recomienda observar varios enlaces para conocer el trabajo de campo

realizado. Adicionalmente, en esta sección se podrá visibilizar el resultado de turnitin que da fe de la originalidad del trabajo, [ver anexo 8](#).

Nota: La estructuración del documento se realizó bajo las normas APA, séptima edición
<https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/28976/APAsi%c3%b3nate%20con%20este%20estilo.pdf?sequence=4&isAllowed=y>

Referencias Bibliográficas

- Aburto, S. (2009). *Arte y comunicación. El objeto en el transobjeto*. <https://www.redalyc.org/pdf/1995/199520908009.pdf>
- Alcaldía Municipal de Une. (2019). *Contexto municipal*. <http://www.une-cundinamarca.gov.co/>
- Artieda, J., Mera, R., Muñoz, M., & Ortiz, S. (2017). *El trueque como sistema de comercialización - Desde lo ancestral a lo actual*. <file:///C:/Users/Camila/Downloads/Dialnet-ElTruequeComoSistemaDeComercializacionDesdeLoAnces-6756265.pdf>
- Barbero, M. (1990) *Teoría, investigación y producción en la enseñanza de la comunicación. Diálogos de la comunicación*
- Bernabé, M. (2012). *Importancia de la música como medio de comunicación intercultural en el proceso educativo*. <https://revistas.usal.es/index.php/1130-3743/article/view/10357/10796>
- Bresser, L. (2009). *Neoliberalismo y teoría económica*. <https://nuso.org/articulo/neoliberalismo-y-teoria-economica/>
- Barbolla, C., Benavente, N., López, T., Martín, C., Perlado, L., & Serrano, C. (2010). *Investigación etnográfica*. https://fundacionmerced.org/bibliotecadigital/wp-content/uploads/2017/12/I_Etnografica.pdf
- Boada, M., & Saurí, D. (2006). *Sostenibilidad y cultura campesina: Hacia modelos alternativos de desarrollo rural. Una propuesta desde Cataluña*. <file:///C:/Users/MAGDA/Downloads/Dialnet-SostenibilidadCulturaCampesina-1959325.pdf>
- Campos, G., & Lule, N. (2012). *La observación, un método para el estudio de la realidad*. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3979972>
- Castaño, C., & Quecedo, R. (2003). *Introducción a la metodología de la investigación cualitativa*. <https://www.redalyc.org/pdf/175/17501402.pdf>

Castillejo, A. (2000). *Poética de lo Otro, para una antropología de la guerra, la soledad y el exilio interno en Colombia*. Bogotá: Instituto Colombiano de Antropología e Historia (ICANH).

Chartier, R. (s.f.). El mundo como representación.
[http://rodolfogiunta.com.ar/Historia%20urbana/El%20mundo%20como%20representacion%20\(Chartier\).pdf](http://rodolfogiunta.com.ar/Historia%20urbana/El%20mundo%20como%20representacion%20(Chartier).pdf)

Constitución Política de Colombia. (1991). Constitución Política de Colombia de 1991

Cortés, M, & Iglesias, M. (2004). Generalidades sobre Metodología de la Investigación.
<http://www.unacar.mx/contenido/gaceta/ediciones/contenido2.pdf>

Díaz-Bravo, Laura; Torruco-García, Uri; Martínez-Hernández, Mildred; Varela-Ruiz, M. (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. *Investigación En Educación Médica*, 7, 162–167.
<https://doi.org/10.1109/IAEAC.2017.8054186>

Díaz, J. (2009). *Estado social de derecho y neoliberalismo en Colombia: Estudio del cambio social a finales del siglo XX*. http://virajes.ucaldas.edu.co/downloads/Virajes11_8.pdf

Díaz, J. (2011). *Estado, poder y neoliberalismo en Colombia. Análisis sociológico a finales del siglo XX*.
<https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/57629.pdf>

Díaz Sanjuán, L. (2011). *La observación*.
http://www.psicologia.unam.mx/documentos/pdf/publicaciones/La_observacion_Lidia_Diaz_Sanjuan_Texto_Apoyo_Didactico_Metodo_Clinico_3_Sem.pdf

Duque, F., Ruiz, S., & Santiesteban, X. (2020). *Protocolo Opciones de Trabajo de Grado Programa de Comunicación Social*.
[file:///D:/_Archivos/DESCARGAS/Protocolo%20Opciones%20de%20Trabajo%20de%20Grado%20Programa%20de%20Comunicacio%CC%81n%20Social%20versio%CC%81n%202020%20\(1\).pdf](file:///D:/_Archivos/DESCARGAS/Protocolo%20Opciones%20de%20Trabajo%20de%20Grado%20Programa%20de%20Comunicacio%CC%81n%20Social%20versio%CC%81n%202020%20(1).pdf)

Escobar, A. (2007). *La invención del Tercer Mundo. Construcción y deconstrucción del desarrollo*.
<https://cronicon.net/paginas/Documentos/No.10.pdf>

- Flores, M. (2016). *La globalización como fenómeno político, económico y social*.
<https://www.redalyc.org/pdf/709/70946593002.pdf>
- Forjadores y forjadoras de paz (2016). *El chicharrón (problema) de la tierra en Colombia*.
<https://www.youtube.com/watch?v=PDZRVaqA0TU&t=20s> [video].
- Herrera, J. (2008). *La investigación cualitativa*.
<https://juanherrera.files.wordpress.com/2008/05/investigacion-cualitativa.pdf>
- Kaplún, M. (1985). *El comunicador popular*. <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/42037.pdf>
- Lara, S. (2008). *¿Es posible hablar de un trabajo decente en la agricultura moderno - empresarial en México?* http://www.paginaspersonales.unam.mx/files/4369/Publica_20150914184511.pdf
- MacBride, S. (1980). *Many Voices, One World: Communication and Society. Today and Tomorrow*.
<https://waccglobal.org/wp-content/uploads/2020/07/MacBride-Report-English.pdf>
- Magallanes, C., & Valencia, J. (2015). *Prácticas comunicativas y cambio social: potencia, acción y reacción*. <http://www.scielo.org.co/pdf/unih/n81/n81a02.pdf>
- Malikhao, P., & Servaes, J. (2007). *Comunicación Participativa: ¿El nuevo paradigma? Revista de estudios para el Desarrollo Social de la Comunicación* Redes.com.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3671275>
- Mari, V. (s.f). *El enfoque de la comunicación participativa para el desarrollo y su puesta en práctica en los medios comunitarios*.
http://www.razonypalabra.org.mx/N/N71/VARIA/27%20MARI_REVISADO.pdf
- Moncayo, E., & Garza, N. (2019). *Cambio estructural y transformaciones espaciales en Colombia 1975 - 2000. Economía & Región*, 2(1), 124-163.
<https://revistas.utb.edu.co/index.php/economiayregion/article/view/334>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2004). *Las 100 preguntas del TLC*.
<https://www.tlc.gov.co/TLC/media/media-TLC/Documentos/Las-100-preguntas-del-TLC.pdf>

- Moscovici, S. (1979). *El psicoanálisis, su imagen y su público*. <https://taniars.files.wordpress.com/2008/02/moscovici-el-psicoanalisis-su-imagen-y-su-publico.pdf>
- Organización Mundial del Comercio. (2003). *Agricultura*. https://www.wto.org/spanish/res_s/booksp_s/agrmtseries3_ag_2008_s.pdf
- Pereira, Á., & Vence, X. (2017). *Pautas de la terciarización del sector agrario Gallego: Una aproximación empírica*. <https://www.redalyc.org/pdf/391/39152051002.pdf>
- Ramírez, N. (2012). *La importancia de la tradición oral: El grupo Coyaima - Colombia*. <https://www.redalyc.org/pdf/1053/105325282011.pdf>
- Rial García, M. (2009). *Trabajo femenino y economía de subsistencia: el ejemplo de la Galicia moderna*. <https://www.raco.cat/index.php/Manuscripts/article/view/181207/233858>
- Rivadeneira, R. (1997). *Comunicación y cultura*. Obtenido de <http://www.scielo.org.bo/pdf/rcc/n2/a10.pdf>
- Rivera Rodríguez, H. A., & Malaver Rojas, M. N. (2011). *La organización: los stakeholders y la responsabilidad social*. https://www.urosario.edu.co/urosario_files/a0/a019d4bc-3670-4966-881c-ccaabf47d85c.pdf
- Rocha, C. (2019). *Las prácticas comunicativas como prácticas de producción y reproducción del campo de la comunicación*. <https://www.cedal.org.co/es/revista-interaccion/las-practicas-comunicativas-como-practicas-de-produccion-y-reproduccion-del-campo-de-la-comunicacion#:~:text=Podr%C3%ADamos%20decir%20que%20las%20pr%C3%A1cticas,a%20volverse%20una%20noci%C3%B3n%20generalizad>
- Sastoque, M. (2018). *El control en la tercerización de la producción en cadenas globales de subcontratación en la industria agroalimentaria. La papa en Villapinzón*. http://www.humanas.unal.edu.co/2017/unidades-academicas/departamentos/sociologia/application/files/6715/3615/5579/Ana_Milena_Sastoque_Herrera.pdf

- Servaes, J. (2012). *Comunicación para el desarrollo sostenible y el cambio social. Una visión general*.
<https://revistas.ucm.es/index.php/CIYC/article/view/39256/37839>
- Universidad de los Andes. (2021). *Colombia tiene las regiones más desiguales de América Latina*.
<https://uniandes.edu.co/es/noticias/desarrollo-regional/colombia-tiene-las-regiones-mas-desiguales-de-america-latina>
- Urzola, J. (2016). *Comunicación alternativa para el cambio social*.
<https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/10083/Julioivelisse2018.pdf?sequence=1&is>
 s
- Vargas, I. (2012). *La entrevista en la investigación cualitativa: nuevas tendencias y retos*.
http://biblioteca.icap.ac.cr/BLIVI/COLECCION_UNPAN/BOL_DICIEMBRE_2013_69/UNED/2012/investigacion_cualitativa.pdf
- Villarroel, G. (2007). *Las representaciones sociales: una nueva relación entre el individuo y la sociedad*.
<https://www.redalyc.org/pdf/705/70504911.pdf>
- Vereshchinskaya, Y. (2013). «Ispanskiy gazetny zagolovok: lingvopragmatichesky y nazionalno-culturny aspecty (Titulares de artículos periodísticos: aspectos linguapragmático, nacional y cultural)». Tesis doctoral, Universidad de Moscú: Moscú.
- Vereshchinskaya, Y., & Yakoleva, V. (2017). *Recursos mediáticos en la práctica educativa de E/LE en la Universidad de Relaciones Internacionales de Moscú (MGIMO)*.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4775387>