

Información Importante

La Universidad de La Sabana informa que el(los) autor(es) ha(n) autorizado a usuarios internos y externos de la institución a consultar el contenido de este documento a través del Catálogo en línea de la Biblioteca y el Repositorio Institucional en la página Web de la Biblioteca, así como en las redes de información del país y del exterior con las cuales tenga convenio la Universidad de La Sabana.

Se permite la consulta a los usuarios interesados en el contenido de este documento para todos los usos que tengan finalidad académica, nunca para usos comerciales, siempre y cuando mediante la correspondiente cita bibliográfica se le de crédito al documento y a su autor.

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, La Universidad de La Sabana informa que los derechos sobre los documentos son propiedad de los autores y tienen sobre su obra, entre otros, los derechos morales a que hacen referencia los mencionados artículos.

BIBLIOTECA OCTAVIO ARIZMENDI POSADA
UNIVERSIDAD DE LA SABANA
Chía - Cundinamarca



Universidad de
La Sabana

FACULTAD DE COMUNICACIÓN
Maestría en Comunicación Estratégica

**PROPUESTA DE COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA PARA FORTALECER EL
PROGRAMA DE FORMALIZACIÓN DE LA PROPIEDAD RURAL DEL
MINISTERIO DE AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL DE COLOMBIA
CASO DE ESTUDIO**

**PRESENTADO POR
CLAUDIA ANDREA VALENCIA SÁNCHEZ**

CHÍA, 2015

**UNIVERSIDAD DE LA SABANA
FACULTAD DE COMUNICACIÓN**

**PROPUESTA DE COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA PARA FORTALECER EL
PROGRAMA DE FORMALIZACIÓN DE LA PROPIEDAD RURAL DEL
MINISTERIO DE AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL DE COLOMBIA
CASO DE ESTUDIO**

**PRESENTADO POR
CLAUDIA ANDREA VALENCIA SANCHEZ**

**TRABAJO PARA OPTAR AL TÍTULO
DE MAGÍSTER EN COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA
MODALIDAD: MAESTRÍA DE PROFUNDIZACIÓN**

**ASESOR
OMAR OROSTEGUI, POLITÓLOGO**

CHÍA, 2015

ÍNDICE

ABSTRAC	8
INTRODUCCIÓN	9
CAPÍTULO 1. MARCO TEÓRICO: LA COMUNICACIÓN AL SERVICIO DEL DESARROLLO RURAL	12
1.1 Desarrollo Rural Integral	12
1.2 Tenencia de la tierra	16
1.3 Comunicación para el Desarrollo	19
CAPÍTULO 2. MARCO METODOLÓGICO	28
2.1 Enfoque y tipo de investigación	28
2.2 Objetivo general	30
2.3 Objetivos específicos	30
CAPÍTULO 3. MARCO NORMATIVO E INSTITUCIONAL DEL PROGRAMA DE FORMALIZACIÓN DE LA PROPIEDAD RURAL	32
3.1 Objetivo general del PFPR	32
3.2 Objetivos específicos del PFPR	32
3.3 Tipos de informalidad atendidos por el Programa	33
3.4 Operatividad del Programa de Formalización de la Propiedad Rural	33
Primera fase. Diseño y puesta en marcha del Programa 2012-2014	33
Segunda fase: Ejecución ampliada del Programa	36
Metodología de Formalización de la Propiedad Rural	37
Metas del Programa	41
Entidades participantes	42
CAPITULO 4. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN	44
4.1 Estrategia de comunicaciones	44
Objetivo General	45
Objetivos específicos	45

4.2	Análisis documental	45
	Públicos	49
4.3	Características técnicas y operativas del proceso de comunicación. Caso de estudio: vereda Arrayán, municipio de Sáchica, Boyacá	62
	Primer segmento Gubernamental	63
	Segundo segmento. Población en general con énfasis en organizaciones sociales.	67
4.4	Resultado de la Encuesta Interna de Percepción sobre la coordinación y la comunicación del Programa de Formalización de la Propiedad Rural	84
	Resultados	85
	<i>CAPITULO 5. PROPUESTA DE COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA</i>	96
5.1	Objetivo general	96
5.2	Objetivos específicos	96
	Objetivo específico 1.	97
	Objetivo específico 2	103
	Objetivo 3	110
	<i>CAPÍTULO 6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</i>	122
	<i>BIBLIOGRAFIA</i>	127
	<i>ANEXO 1</i>	129
	<i>ANEXO 2</i>	133
	<i>ANEXO 3</i>	151

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Planeación e Implementación de un Plan de Comunicaciones	23
Gráfico 2. Uso de telefonía celular	68
Gráfico 3. Uso de correo electrónico	68
Gráfico 4. Uso de medios de comunicación	69
Gráfico 5. Sintonía de canales de T.V Regional.....	69
Gráfico 6. Horarios de sintonía TV	70
Gráfico 7. Programa de TV.....	70
Gráfico 8. Horario de sintonía radio.....	71
Gráfico 9. Emisoras sintonizadas	72
Gráfico 10. Puntos de encuentro.....	73
Gráfico 11. Asistencia a la misa dominical	74
Gráfico 12. Personajes con credibilidad	74
Gráfico 13. Conocimiento sobre la Formalización de la Propiedad Rural	75
Gráfico 14. Conocimiento sobre cómo legalizar la tierra	75
Gráfico 15. Conoce los derechos de la mujer.....	76
Gráfico 16. Medio a través del cual se enteró del Programa.....	77
Gráfico 17. Dudas de participar en el Programa	79
Gráfico 18. Cumplimiento de los compromisos el Programa.....	81
Gráfico 19. Lo más importante al obtener el título.....	82
Gráfico 20. Recomendaría el Programa.....	82
Gráfico 21. Edades de los Integrantes del Programa.....	85
Gráfico 22. Antigüedad en el Programa	85
Gráfico 23. Conocimiento de los objetivos del Programa	86
Gráfico 24. Conocimiento de las metas.....	86
Gráfico 25. Conocimiento de las acciones que se adelantan para alcanzar las metas	87
Gráfico 26. Coordinación interna.....	87
Gráfico 27. Recepción oportuna en la información.....	88
Gráfico 28. Confiabilidad que genera la información Local	88
Gráfico 29. Confiabilidad que genera la información regional	89
Gráfico 30. Confiabilidad que genera la información nacional	89
Gráfico 31. Medios y escenarios de comunicación	90
Gráfico 32. Medios usados para conocer los avances del Programa.....	91
Gráfico 33. Medios deseados.....	92

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Organigrama del Programa de Formalización de la Propiedad Rural	35
Ilustración 2. Jornada de recepción de documentos. Ramiriquí, Boyacá	38
Ilustración 3. Medición de predios, San Juan de Rioseco, Cundinamarca	39
Ilustración 4. Evento de entrega de títulos, Popayán. Cauca	40
Ilustración 5. Entidades participantes	43
Ilustración 6. Logotipo Programa de Formalización de la Propiedad Rural	61
Ilustración 7. Propuesta de Logotipo	111

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Municipios de intervención del Programa.....	35
Tabla 2. Pasos para la formalización de la Propiedad Rural por Barrido Predial. Año 2013	41
Tabla 3. Análisis de las Piezas de Comunicación planteadas en la estrategia de comunicaciones.....	60
Tabla 4. Necesidades y aspiraciones de actores directos.....	64
Tabla 5, 6 y 7. Resumen Entrevistas. Medios de Comunicación.....	83
Tabla 6 Resumen Entrevistas. Puntos de Encuentro	83
Tabla 7 Resumen Entrevistas. Percepciones sobre la Formalización.....	84
Tabla 8. Plan Estratégico de Comunicaciones.....	115

ABSTRAC

En la presente investigación se analizó la estrategia de comunicaciones del Programa de Formalización de la Propiedad Rural, tomando como caso de estudio los beneficiarios de la vereda Arrayán, municipio de SÁCHICA, Boyacá, con el fin de determinar los aciertos y desaciertos de la estrategia para formular una propuesta de comunicación estratégica acorde a las metas y objetivos del Programa. Se evidenció que la formulación de la estrategia es imprecisa y dispersa, que los medios de comunicación propuestos para la comunidad rural no corresponden a los realmente usados por la comunidad y que es necesario fortalecer los escenarios de coordinación a nivel interno y externo del Programa.

Palabras claves: comunicación estratégica, comunicación para el desarrollo, tierras, desarrollo rural

INTRODUCCIÓN

La existencia de una estrategia de comunicaciones en un programa del gobierno nacional creado con el propósito apoyar la formalización de la propiedad rural de los campesinos más vulnerables del país, motivó el desarrollo de esta investigación con el fin de evaluar dicha estrategia y proponer la construcción de una propuesta de comunicación estratégica que contribuyese al logro de sus objetivos.

Las causas de la informalidad en la tenencia de la tierra, están asociadas a los altos costos y prolongados periodos de tiempo que toman los procesos jurídicos que otorgan los derechos de propiedad a los campesinos en Colombia. Se estima que el 50% de los predios rurales de la nación, es decir cerca de 2 millones de predios, son informales (Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, 2013). Esto quiere decir que ni las autoridades locales ni las nacionales tienen información precisa sobre el número de predios rurales del país ya que los dueños o poseedores de la tierra no han realizado el proceso de formalización, lo cual limita la toma de decisiones para implementación de proyectos que promuevan el desarrollo rural integral.

Para atender esta situación, el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural creó el Programa de Formalización de la Propiedad Rural en el año 2010 –PFPR-, con el fin de diseñar una metodología que permitiera formalizar la propiedad rural en Colombia desde un componente social, técnico y jurídico. El Programa cuenta con una estrategia de comunicación para informar y sensibilizar a sus públicos objetivos sobre la importancia del tema.

No obstante, mediante esta investigación, se evidenció que la estrategia de comunicaciones es dispersa e imprecisa por cuanto no establece metas, alcance, tiempos, responsables, presupuesto y esto hace que las actividades propuestas no tengan un seguimiento o evaluación para determinar su verdadero impacto.

El objetivo general es establecer los lineamientos técnicos y operativos para fortalecer la estrategia comunicaciones del Programa de Formalización de la Propiedad Rural del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. Análisis del estudio de caso en la vereda Arrayán, municipio de Sáchica, Boyacá.

Sus objetivos específicos son:

- Analizar la estrategia de comunicaciones vigente del Programa de Formalización de la Propiedad Rural
- Identificar los inconvenientes técnicos y operativos del proceso de comunicación de la estrategia de comunicaciones del Programa de Formalización de la Propiedad Rural
- Sugerir una propuesta de comunicación estratégica para el Programa de Formalización de la Propiedad Rural

Para ello, en esta investigación de carácter descriptivo, a partir del análisis de información cualitativa y cuantitativa, se analizó la formulación de la estrategia y se tomó como caso de estudio la población beneficiaria de la vereda Arrayán, en el municipio de Sáchica, Boyacá.

El presente documento se divide en 6 capítulos. En el primer capítulo se expondrán los argumentos teóricos que inspiraron el desarrollo de esta investigación donde se enuncian conceptos como desarrollo rural, tenencia de la tierra y comunicación para el desarrollo.

El segundo capítulo describirá la metodología utilizada para esta investigación donde se describe el uso de las herramientas seleccionadas.

En el tercer capítulo se enunciará el marco normativo e institucional que caracteriza el PFPR, su estructura organizacional así como la metodología para la formalización de la propiedad rural diseñada.

En el cuarto capítulo se analizará la estrategia de comunicaciones vigente del PFPR identificando sus inconvenientes técnicos y operativos.

En el quinto capítulo, se expone la propuesta de comunicación estratégica para el Programa de Formalización de la Propiedad Rural, la cual está integrada por un objetivo general y tres (3) objetivos específicos, con sus respectivas estrategias, metas, mensajes, producto e indicadores.

Finalmente, en el sexto capítulo, se expondrán algunas conclusiones y recomendaciones para que la estrategia de comunicación del PFPR del Ministerio tenga una mejor acogida y de mejores resultados en la formalización de la tierra y el desarrollo rural del país.

CAPÍTULO 1. MARCO TEÓRICO: LA COMUNICACIÓN AL SERVICIO DEL DESARROLLO RURAL

La definición de conceptos como desarrollo rural, tenencia de la tierra y comunicación para el desarrollo, son necesarios para el desarrollo de esta investigación y serán el punto de referencia para analizar y construir una propuesta de comunicación estratégica para el Programa de Formalización de la Propiedad Rural.

1.1 Desarrollo Rural Integral

Existen diversas formas de definir lo rural: formas que consideran variables como uso del suelo así como sus características sociales, demográficas y geográficas.

Para el objeto de esta investigación, se consideran dos descripciones de lo rural: la primera, como aquel territorio que guarda una estrecha dependencia de los recursos naturales y su oferta ambiental. Y la segunda, en la cual se entiende ruralidad como una forma de vida, una cosmovisión y una cultura, normalmente marginal o excluida de las corrientes más dinámicas del desarrollo, que privilegia la economía urbana, terciaria e industrial, donde el desarrollo rural se convierte en la estrategia de su desarrollo (Dirven, Perico, Sabalain, Baeza, & Faiguenbaum, 2011).

El desarrollo rural se refiere, en términos generales, al mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes del campo, como una estrategia de atención a poblaciones marginadas, empobrecidas, inviables, vulnerables, desarticuladas, dispersas y de alto riesgo (Dirven et al., 2011).

Para analizar esta situación en Colombia, es necesario reconocer que la población colombiana urbana pasó de constituir el 29% al 75% en un lapso de poco más de cinco décadas entre los años 1938 y 1992. Esto quiere decir que el país sufrió una transformación convirtiéndose de un país rural a uno eminentemente urbano

(Universidad Externado de Colombia. Centro de Investigación sobre Dinámica Social, 2007). De la población colombiana que ascendía a 41.2 millones de personas al finalizar 2005, la población rural representa actualmente el 25% del total, esto es 10.3 millones de personas” (Leibovich, José; Nigrinis, Mario; Ramos 2005).

Se evidencia entonces un proceso de despoblamiento en las zonas rurales, a causa de las marcadas brechas entre lo urbano y lo rural. Esto ocurre porque el desarrollo otorga privilegios a los centros urbanos y rezaga las zonas rurales.

Una de las principales razones para este fenómeno de migraciones está relacionada en primera medida principalmente con conflicto armado, el atraso en el desarrollo del sector, la pobreza, la violencia y el desplazamiento forzado. Una realidad que mitiga las bondades y oportunidades que realmente tiene.

Un artículo publicado recientemente en la Revista Semana (Revista Semana, 2012), describe la situación general del campo colombiano:

- 6,6 millones de hectáreas fueron despojadas por la violencia en las últimas dos décadas
- La informalidad en la tenencia de la tierra entre los pequeños productores supera el 40%
- El 80% de los pequeños campesinos tiene menos de una Unidad Agrícola Familiar (UAF), es decir que son microfundistas
- El 68% de los predios registrados en catastro se clasifican en pequeña propiedad, pero esta sólo cubre el 3,6% de la superficie productiva
- 60% del empleo rural es informal
- 83% de la población rural está en el régimen subsidiado de salud
- El 55% de los campesinos pobres nunca ha recibido asistencia técnica
- El 11% no tiene vivienda y el 16% tiene vivienda en mal estado

- El 85% de la población carece de alcantarillado
- El ingreso promedio de un campesino era en 2009 de \$220.000 pesos, mientras en la ciudad el ingreso promedio alcanzaba los \$668.000 pesos
- El analfabetismo es del 18,5%
- 60% de la población no tiene agua potable

Las cifras de las Necesidades Básicas Insatisfechas indican que en promedio, en los centros urbanos, la pobreza en el 2011 era 2,3 veces menor que en municipios rurales, debido a que en estos últimos persisten amplias diferencias en las condiciones de las viviendas, en el acceso y disponibilidad de servicios públicos, en la baja escolaridad y en las escasas posibilidades de generación de ingresos y empleo dignos y permanentes (PNUD, 2011, pág 65).

La brecha entre lo urbano y lo rural, sumada a las escasas oportunidades de desarrollo de este sector, motivaron numerosas manifestaciones sociales durante los años 2013 y 2014 en diversas zonas del país, promovidas por un grupo de campesinos y pequeños productores que paralizaron la producción agropecuaria de un sector de la agricultura y bloquearon las principales vías del país para exigir la atención Gobierno Nacional.

Aunque fue una situación temporal que concentró las miradas en este sector, trajo a colación la débil intervención integrada del país, como lo menciona el Informe Nacional de Desarrollo Humano, Colombia Rural, Razones para la Esperanza:

Ni el mercado ni el Estado han logrado un satisfactorio desempeño sectorial. A ello contribuyeron las políticas públicas discriminatorias y sin compromisos por parte de los inversionistas, las restricciones estructurales en infraestructura productiva y social, el suministro de bienes públicos, el descuido imperdonable del papel de la ciencia y la tecnología, y el desprecio por la capacidad productiva y social del campesinado (PNUD, 2011, pág 18).

Estas políticas públicas le han otorgado las siguientes características al desarrollo rural del país:

1. No promueve el desarrollo humano y vulnera la población rural.
2. Es inequitativo y no favorece la convergencia.
3. Invisibiliza las diferencias de género y discrimina a las mujeres.
4. Es excluyente.
5. No promueve la sostenibilidad.
6. Concentra la propiedad rural y crea condiciones para el surgimiento de conflictos.
7. Es poco democrático.
8. No afianza la institucionalidad rural (PNUD, 2011, pág 33).

La anterior descripción refleja el abandono histórico del Estado hacia el campo y sus consecuencias sobre la calidad de vida de sus habitantes. Por ello las estrategias de desarrollo rural con enfoque local deben buscar el progreso permanente de la comunidad local, con criterios de equidad territorial, no solo para la población presente sino también para las generaciones futuras (Valcarcel-Resalt, n.d.). Perez (2001, Pág. 23) cita a Echeverri y Ribero (1998: 20) afirmando que el enfoque del desarrollo rural integral debe buscar la equidad territorial, de género y social, el acceso a bienes, servicios y demás beneficios del desarrollo.

De esta manera, en la medida que se facilite un acceso igualitario a la tierra se abren posibilidades para crear nuevos propietarios con capacidad competitiva, de mantener economías de subsistencia y de corregir las grandes disparidades sociales que la estructura de tenencia ha ocasionado.

1.2 Tenencia de la tierra

La tierra, es el principal activo para los hogares rurales y Colombia exhibe una distribución inequitativa de la tierra y una alta informalidad de los derechos de propiedad para los pequeños productores. La concentración de la tierra y la desigualdad han crecido en la última década en el campo. El índice Gini rural, que mide la desigualdad, pasó de 0,74 a 0,88 (Revista Semana, 2012). El acceso y uso de la propiedad de la tierra en las regiones rurales es limitado. Ello ha derivado en un uso ineficiente de la tierra que ha privilegiado la ganadería extensiva y ha debilitado los mercados laborales rurales. La ausencia de políticas de desarrollo rural que promuevan la oferta de créditos, la provisión de seguros formales y asistencia técnica, el cubrimiento de programas de protección social y la consolidación de mercados laborales, entre otros, han profundizado la crisis de las áreas rurales (Ibañez, Gáfaró, & Zarruk, Pág 3. 2012).

La importancia de la tierra abarca diferentes aspectos económicos, ambientales, sociales y culturales. La tierra, es un vehículo para la inversión y permite desarrollar ingresos de actividades agrícolas y no agrícolas. La tierra también es parte del patrimonio cultural y medioambiental de las zonas rurales, donde su valor supera lo económico y cumple además funciones sociales, entre ellas históricas y antropológicas (BID, 2002).

No obstante, la tierra en Colombia ha sido un factor histórico de conflicto y las dificultades de acceso para el pequeño campesino representan una de las fuentes de pobreza del sector rural.

La tierra, que constituye el principal activo productivo de los pobladores rurales, no ofrece las garantías de ley al campesino sin un título de propiedad. El diagnóstico es preocupante en el país: se estima que el 36,4% de los hogares rurales tiene acceso a la tierra y, del 75,6% de los hogares rurales que tuvieron acceso a una

propiedad en 2011, más del 59% se encuentra en informalidad por diversos factores como las dificultades para legalizar sus títulos (DNP, 2014).

Pero, ¿qué se entiende por formalización? La formalización de la propiedad rural se entiende como “la relación jurídica o consuetudinaria, entre personas, en cuanto a individuos o grupos con respecto a la tierra” (FAO, 2003, pág. 9).

La formalización primero, tiene un impacto en la política pública del país porque permite consignar información real sobre el número, tamaño, mercado y uso de la tierra por medio del catastro rural:

El país carece de información sobre quiénes son los dueños de las tierras, cómo las usan, dónde están, de qué calidad son las utilizadas, cómo evolucionan los precios y qué los determina; cuáles están abandonadas y mal usadas, cuál es la legalidad de los títulos, cuáles han sido despojadas, cuáles están en grados críticos de deterioro y deberían sacarse de la producción para recuperarlas, y cómo se relacionan las fuentes de agua con las tierras de uso productivo, entre otros factores. El país no tiene un sistema articulado de administración de la propiedad rural que maneje la información básica para analizar con exactitud la problemática de tierras y en consecuencia diseñar políticas adecuadas (PNUD, 2011, pág 181).

Esta responsabilidad le compete a las entidades catastrales del país, encabezadas por el Instituto Geográfico Agustín Codazzi (con excepción de las principales ciudades donde hay una autoridad local de catastro), quienes anunciaron, a mediados del año 2013, que la actualización catastral se tomaría 4 años y costaría 298.000 millones de pesos (Redacción política, 2013).

La formalización tiene un impacto en la calidad de vida de los pequeños productores porque facilita el acceso a créditos, a subsidios del gobierno, y las transacciones sobre el mercado de tierras, es decir, la venta o arriendo a precios justos.

La actual legislación colombiana relacionada con la formalización es costosa, demorada y generalmente requiere la representación legal de un abogado para interponer una demanda ante un juez, autoridad que otorga los derechos de propiedad para un poseedor o sanea la falsa tradición, tipologías que caracterizan la informalidad en el país. Este proceso, es descrito por las familias campesinas como lentas y costosas por lo cual, en la mayoría de casos, se ven obligados a permanecer en la informalidad, heredando estos problemas a sus hijos y finalmente sin ser verdaderos dueños de las tierras donde viven y trabajan.

El tamaño y la complejidad del problema de la informalidad de tierras afecta los mercados de tierras, la producción agropecuaria, la inversión pública rural y la asignación de los recursos en el campo, convirtiéndose en un problema de interés público.

Así, la formalización representa el primer paso para promover un desarrollo rural integral, ya que se encarga de promover un acceso equitativo a la tierra. Para promoverla, toda la sociedad colombiana debe entender que la formalización de predios es obligatorio, de lo contrario no se concretarán los resultados que proyecta el gobierno (Foros Semana, 2014).

Recientemente el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural puso en marcha, mediante la Resolución 0452 de 2010, el Programa de Formalización de la Propiedad Rural, con el objetivo de estimular el desarrollo rural y mejorar la calidad de vida de los campesinos, convirtiendo en patrimonio y por ende en activo, la tierra que ocupan y trabajan y desarrollando un mercado de tierras rurales con seguridad jurídica, que funcione en forma abierta ágil y transparente (Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, 2013).

En la actualidad, el Programa tiene presencia en 30 municipios del país, ha recibido 35.000 solicitudes de formalización y ha entregado 1.200 títulos de propiedad.

Dentro de su metodología de trabajo, el Programa cuenta con una estrategia de comunicaciones enfocada en sus diferentes públicos objetivos o segmentos, estrategia que se analizará para revisar su formulación, aplicación y evaluación con el fin de construir una propuesta de comunicación estratégica que permita alcanzar el objetivo con el cual se creó el Programa.

1.3 Comunicación para el Desarrollo

La mayoría de proyectos de intervención social no cuentan con una propuesta de comunicación pensada desde y hacia las comunidades. Esto ocurre porque persiste la visión instrumental y tradicional de la comunicación como un mero medio para transmitir información sin oportunidad de generar la retroalimentación.

Para obtener los resultados esperados, y alcanzar el logro de objetivos, los proyectos de desarrollo social requieren de procesos participativos donde se involucren los diferentes actores en las diferentes fases del proceso, estableciendo los mecanismos de coordinación, comunicación y flujo de información entre los distintos niveles.

Por encima de todo, la población rural pobre debe recibir apoyo y estar empoderada para participar en la formulación de las políticas para asegurarse de que sus necesidades y derechos se abordan y protegen como es debido (FIDA, 2012, pag 2).

La falta de participación de los beneficiarios y las formulaciones de proyectos con sesgo tecnocrático, de arriba hacia abajo, son unos de los errores de las políticas de desarrollo rural de las últimas décadas. La consecuencia es que no se tomaron en cuenta suficientes necesidades reales y carencias que afectaban a los grupos de objetivo. Cabe mencionar problemas como la forma centralizada de llevar a cabo

los programas de desarrollo rural y la escasa o deficiente coordinación interinstitucional (Mora, Jorge; Sumpsi 2003, Pág. 15).

Es por ello que esta investigación se centra en la comunicación estratégica desde el enfoque de la comunicación para el desarrollo, la cual destaca la necesidad de caracterizar la población beneficiaria y propiciar el diálogo para la retroalimentación del Programa.

La Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación FAO, es un referente teórico y práctico de la comunicación para el desarrollo. La define como la premisa del éxito del desarrollo rural basado en la participación activa y consciente de los beneficiarios previstos en cada etapa del proceso de desarrollo, para:

- Recabar e intercambiar información entre quienes se ocupan de planificar iniciativas de desarrollo, con el fin de lograr un consenso.
- Movilizar a la población hacia acciones para el desarrollo y ayudar a resolver problemas y malos entendidos
- Reforzar las capacidades pedagógicas y de comunicación de los agentes de desarrollo. favoreciendo de esta manera el diálogo con sus interlocutores;
- Aplicar la tecnología de comunicación en los programas de capacitación y extensión, especialmente a nivel popular, con el fin de mejorar su calidad y aumentar sus efectos (FAO, 2000),

Las Naciones Unidas (PNUD, 2011, pág 7) reconocen cuatro (4) tipos de enfoques de comunicación para el desarrollo:

- Comunicaciones para la incidencia
- Comunicaciones para el cambio social
- Comunicación para el cambio de comportamiento

- Fortalecimiento de un entorno propicio para los medios y las comunicaciones.

La Comunicación para el Cambio Social rescata el diálogo como un principio del desarrollo de la sociedad. La comunicación para el cambio social es una comunicación ética, es decir, de la identidad y de la afirmación de valores, recupera el diálogo y la participación como ejes centrales; (Gumucio, 2004, Pág. 5)

Esta investigación se enfoca en la comunicación para el cambio social porque se centra en los procesos de diálogo, mediante los cuales, las personas pueden superar obstáculos e identificar vías que les ayuden a alcanzar los objetivos fijados por ellas mismas (PNUD, 2011, pág 7).

Como se observaba anteriormente, el desarrollo rural tiene un trasfondo social, económico y político para el país, que hoy por hoy salen a la luz pública gracias a la actual negociación del proceso de paz que adelantan el Gobierno colombiano y las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia en La Habana en donde se establece como primer punto en la agenda de paz, el desarrollo rural integral. Poco se sabe de los términos de las negociaciones, pero la formalización de la propiedad rural es uno de los pilares del proceso.

Más allá del peso político y del escenario actual y coyuntural de estas propuestas, es necesario involucrar la participación de diferentes actores en las etapas de los proyectos sociales que se deriven para fomentar un debido flujo de información que facilite los cambios sociales esperados y garantice la sostenibilidad para la toma de decisiones.

En este punto es importante señalar el aporte de Daniel Lerner sobre la comunicación masiva pues según sus investigaciones, esta no solo informa, sino

que permite imaginar nuevas formas de vida, y estos hacen que otros la deseen (Bernal Alarcón, y otros, 1985)

Pero este enfoque muy preliminar, limitaba la comunicación a una herramienta mediática como un elemento necesario en los procesos modernización o desarrollo. Ahora, justamente un siglo después, la comunicación estratégica parte de reconocer los entornos de un proyecto u organización, las características y necesidades de los grupos de interés para construir con ellos. Más aun es necesaria esta visión en organizaciones gubernamentales, cuyo grupo objetivo de atención es una comunidad, entiéndase un municipio, un departamento o una nación.

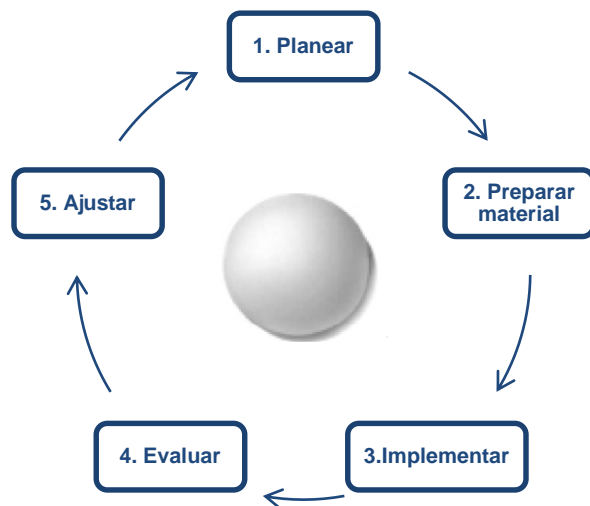
Debido a las características y condiciones de vida de los pobladores rurales que mencionábamos anteriormente, es arriesgado replicar los procesos de comunicación que se usan en las zonas urbanas para el sector rural, donde permanecen hoy por hoy medios tradicionales que sobreviven al paso del tiempo, tales como el perifoneo, las radios comunitarias, los anuncios parroquiales, entre otros.

Para desarrollar, elaborar e implementar una propuesta de comunicación estratégica con comunidades rurales, el Banco Mundial (2003, pág. 13) destaca los siguientes pasos:

1. Realizar una valoración o diagnóstico
2. Fase de Planeación
3. Fase de Desarrollo de materiales y pruebas preliminares,
4. Fase de implementación,
5. Fase de monitoreo y evaluación

Este último paso lleva nuevamente a la valoración para realizar los ajustes y continuar con el proceso cíclico, como lo muestra la siguiente figura.

Gráfico 1. Planeación e Implementación de un Plan de Comunicaciones



Fuente. Banco Mundial

La última fase en la evaluación, se complementa con lo que propone Servaes (2012) al señalar el enfoque participativo como un elemento clave en las aplicaciones de la Comunicación para el Desarrollo Sostenible porque:

- Da voz a los distintos portadores de interés para involucrarlos en los procesos decisionales
- Proporciona información comprensible y relevante. Ello incluye explicar y vehicular la información con el propósito de formación, intercambio de experiencias y compartir el know-how y la tecnología
- Fomenta la aceptación política: promulgando y promoviendo políticas que incrementen el acceso de la población rural a servicios y recursos

Es importante señalar que el Programa de Formalización de la Propiedad Rural, a pesar de ser creado en el año 2010, solo hasta el 2012 inició su fase de implementación en las regiones debido a que durante estos dos años se diseñó la

metodología de formalización por barrido predial¹. Durante este tiempo se construyó también la estrategia de comunicaciones la cual tiene como objetivo *informar, sensibilizar y convocar sobre la importancia, necesidad y maneras de formalizar la propiedad rural dentro de los parámetros de la política estatal de tierras.*

Por ello, es entendible que todas las acciones desarrolladas hasta el momento se han enfocado en convocar, a través de medios locales y tradicionales, a los habitantes de los municipios donde tiene incidencia el PFPR, para difundir sus beneficios en talleres presenciales y entregar cartillas informativas. Sin embargo, no se han realizado, investigaciones que permitan reconocer las características de esta población, sus necesidades frente a la formalización, aspiraciones y lenguaje para orientar un mensaje. Tampoco se han establecido las acciones necesarias para hacer seguimiento y evaluación a su implementación, con el fin de replantear las estrategias, y adaptarse de acuerdo a los avances del Programa y nuevas necesidades informativas de acuerdo a la metodología diseñada.

Por ello, la necesidad de evaluar, valorar y ajustar como parte integral de la propuesta de comunicación estratégica que se describirá en el capítulo 4.

De otro lado, los siguientes principios que guían y subyacen de la filosofía de trabajo de la FAO (2013), para la aplicación de los métodos y los instrumentos

¹ La Metodología de Formalización de la Propiedad Rural por Barrido Predial Masivo, busca formalizar un territorio rural predio por predio, “barriendo” toda la zona de formalización masiva seleccionada. Es una metodología que se caracteriza por integrar a todas las entidades involucradas para apoyar el saneamiento de la propiedad privada de títulos que conllevan falsa tradición, las sucesiones que no han sido liquidadas, los predios sobre los cuales se ejerce posesión, los títulos que no fueron registrados y demás tramites y procedimientos judiciales, administrativos y notariales, así como de bienes fiscales patrimoniales, con excepción de predios del Fondo Nacional Agrario y predios de propiedad privada que se hallen dentro de las zonas donde existan títulos colectivos de comunidades negras e indígenas y Parques Naturales. Durante este proceso, y para cada zona de formalización declarada, se obtienen insumos con los cuales se caracteriza la tenencia. El proceso garantiza su sostenibilidad mediante la articulación con Catastro y Registro de la Propiedad Inmueble.

comunicación para el desarrollo en la agricultura, fueron claves para el desarrollo de esta investigación:

- La comunicación es un proceso de mediación que comporta diferentes grupos sociales juntos para hablar de sus intereses y necesidades, y para llegar al consenso para la acción
- Las tecnologías de la comunicación y los medios de comunicación son herramientas en este proceso, no fines en sí mismos
- Escuchar a los agricultores, teniendo en cuenta sus impresiones, necesidades, conocimientos, experiencia, culturas y costumbres, es una parte esencial del proceso;
- El diálogo de las partes interesadas facilita asociaciones y sostiene un enfoque integral para el desarrollo rural y la innovación
- Los medios de comunicación mezclados, medios de comunicación tradicionales, locales y modernos, están diseñados para ajustar las condiciones culturales, sociales y económicas de las zonas rurales de cada país

Así mismo, las estrategias de comunicación para el desarrollo deben tener un contexto específico y reflejar los valores, las percepciones y las características de las personas y las instituciones involucradas (Servaes, 2012).

Por ello, estos aspectos se deben tener en cuenta desde el inicio de cualquier programa que tenga como objetivo general el desarrollo de una población como lo es el PFRP, pues como lo menciona Pizzolante (2003), se minimiza los riesgos de generar resistencias por parte de los diferentes públicos objetivos y permite comprender el dónde estamos y el hacia dónde queremos llegar. Es ahí donde la comunicación empresarial se convierte en estratégica.

Lo anterior, permite entender la dimensión que caracteriza la comunicación para el desarrollo, la cual plasma los elementos de la comunicación estratégica para incidir en el desarrollo de una sociedad.

Ahora bien, toda estrategia necesita un nivel de recursos, intensidad y duración a fin de que puedan implementar todo su potencial para movilizar a la población y estas se sostengan por sí mismas. Esto explica los pocos resultados cuando no se ha prestado importancia debida a la comunicación para el desarrollo y se han incluido en el proyecto equipos y conocimientos técnicos puramente simbólicos (FAO, 2000). Por ello, la propuesta de comunicación estratégica derivada de esta investigación resaltarán los insumos que serán necesarios para la implementación y sostenibilidad de los resultados esperados:

Cada vez más, las personas de las zonas rurales y urbanas quieren saber lo que se decidió, y quieren participar en el proceso de toma de decisiones, durante la identificación y formulación de la política o proyecto. Por esta razón, la comunicación estratégica implica también el empoderamiento, ya que ayuda a diseñar herramientas para facilitar la consulta y la participación plena de los grupos de interés (Santucci, Pag 6, 2005).

Finalmente, algunos puntos clave en la comunicación que resalta el Banco Mundial en su publicación *Strategic Communication for Rural Development*, se retomaron para:

- Justificar el uso de los recursos, pues el Programa es calificado como demorado y costoso, así que ya que los conceptos de rendición de cuentas y la transparencia son cada vez más en todas las administraciones públicas
- Obtener más recursos: si es posible demostrar que los recursos han sido usados apropiadamente, y que se han logrado resultados e impactos, posiblemente, más recursos pueden ser aprobados para el Programa

- Producir materiales para las relaciones públicas: si los resultados son positivos, en términos de los resultados positivos y los impactos iniciales, esta información puede ser difundida a las distintas categorías de grupos de interés con el fin de fortalecer aún más la posición de la agencia o del proyecto

Resta decir que los proyectos de desarrollo en el ámbito rural exigen pensar la comunicación desde una óptica estratégica no solo para alcanzar los resultados esperados por el programa o proyecto que se diseñe e implemente sino, para ser responsables el impacto social y la inversión del presupuesto público destinado para este fin.

CAPÍTULO 2. MARCO METODOLÓGICO

2.1 Enfoque y tipo de investigación

El anterior marco teórico condujo el uso de una metodología de investigación cualitativa y de tipo descriptivo.

La investigación cualitativa se presenta como una verdadera episteme alternativa, como un gran paradigma orientado a ordenar, desde el nivel de mayor compromiso ontológico, epistemológico y teórico la reflexión de las ciencias sociales y de la investigación social (Nogueira, M. C., & Nogueira, 2001).

Como lo menciona Athehortúa y Zwerg-Villegas (Athehortúa y Zwerg-Villegas 2012), los criterios de rigurosidad científica en la investigación de corte cualitativo en las ciencias sociales, se basan en principios de credibilidad, etapas y procesos flexibles, alto grado de madurez y coherencia metodológica y científica en la aplicación de diseños y técnicas.

Lerma (Lerma, 2009), citando a Briones, afirma que en este tipo de investigación se pueden hacer los siguientes tipos de análisis:

- Identificar el o los objetos que tienen ciertas características
- Describir el contexto en el cual se presenta cierto fenómeno. Se ubica el lugar donde se da el fenómeno y se señalan las principales características económicas, demográficas, sociales, entre otras.
- Describir las partes, categorías o clases que componen el objeto de estudio.
- Describir el desarrollo o evolución del objeto de estudio
- Describir las relaciones del objeto de estudio con otros objetos.

La investigación cualitativa se presenta como un tipo de investigación social definida a partir del uso de un conjunto de técnicas específicas: la entrevista

en profundidad o entrevista abierta semidirectiva, el grupo de discusión, o dinámica de grupo, la observación, cierto tipo de análisis de contenido o las investigaciones de documentos personales y biográficas. En esta acepción, el perfil epistemológico y teórico es más bajo, adquiriendo un mayor protagonismo las cuestiones metodológicas y técnicas, y con ello todo lo relativo al diseño de la investigación y a las estrategias operativas para el trabajo de campo, el registro de la información y las consignas para el análisis de la información (Nogueira, M. C., & Nogueira, 2001, Pág 168)

El tipo de investigación elegido es descriptivo, teniendo en cuenta que selecciona una serie de cuestiones y se mide cada una de ellas independientemente, para describir lo que se investiga (Roberto & Sampieri, 1991. Pag 71). Es por ello que se describirán las situaciones y los procesos de comunicación que caracterizan el PFPR para identificar sus bondades y debilidades para formular una propuesta de comunicación estratégica que permita mejorarla.

Con el fin de recoger la información y organizarla en función de los objetivos de esta investigación, se seleccionaron herramientas de la metodología cualitativa que permitieron acercarse a la unidad de análisis e interpretarla de acuerdo a las variables que se enunciarán más adelante. La Unidad de análisis seleccionada es la comunidad de la vereda Arrayan en el municipio de Sáchica, Boyacá.

No obstante, para abordar científicamente la realidad social se aceptó la incertidumbre e intersubjetividad de los fenómenos sociales como objeto de estudio; por lo cual, es importante comprender la complejidad del estudio de la realidad social (Abello, 2009).

Más que representatividad estadística, lo que se busca en este tipo de estudios es una representatividad cultural, es decir que se buscó comprender los patrones culturales en torno a los cuales se estructuran los comportamientos y se atribuye

sentido a la situación bajo estudio (Bonilla Castro; Rodríguez Sehk, 2005, Pág.134). En este caso la formalización de la propiedad rural

Una muestra adecuada es aquella conformada por las personas o grupos más representativos de la comunidad, quienes están en capacidad de proveedor la mayor cantidad de información posible sobre el problema del estudio (Bonilla Castro; Rodríguez Sehk, 2005, Pág.135).

Se utilizarán herramientas que permitan retomar información **auténtica** de los entrevistados y dando el **alcance** necesario de acuerdo al nivel de liderazgo o representatividad entre ellos.

2.2 Objetivo general

Establecer los lineamientos técnicos y operativos para fortalecer la estrategia comunicaciones del Programa de Formalización de la Propiedad Rural del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. Análisis del estudio de caso en la vereda Arrayán, municipio de Sáchica, Boyacá.

2.3 Objetivos específicos

- Analizar la estrategia de comunicaciones vigente del Programa de Formalización de la Propiedad Rural
- Identificar los inconvenientes técnicos y operativos del proceso de comunicación de la estrategia de comunicaciones del Programa de Formalización de la Propiedad Rural
- Sugerir una propuesta de comunicación estratégica para el Programa de Formalización de la Propiedad Rural

Hipótesis

Desconocer los medios de comunicación, los puntos de encuentro y las expectativas de las comunidades rurales en proyectos de impacto social genera impresiones en la formulación y aplicación de la estrategia de comunicaciones

Pregunta

¿Por qué es necesaria una propuesta de comunicación estratégica para el Programa de Formalización de la Propiedad Rural del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural?

Herramientas

Con el fin de indagar los resultados de la implementación de la estrategia de comunicaciones entre los beneficiarios de la vereda Arrayán del municipio de Sáchica, Boyacá, se realizaron 48 entrevistas semiestructuradas.

Este municipio, a diciembre de 2014, recibió 1.188 solicitudes de formalización de las cuales 321 corresponden a la vereda seleccionada.

Estas entrevistas se realizaron en una jornada de atención del Programa realizada en el Coliseo municipal, lo cual garantizó un espacio de confianza para realizar la investigación, pues se le informó a la comunidad que mediante la información recolectada de las entrevistas se evaluaría la estrategia de comunicación del Programa con el fin de mejorar los procesos relacionados con ella.

Se abordaron en concreto tres (3) aspectos: Medios de comunicación, puntos de encuentro y su conocimiento y expectativas sobre el Programa de Formalización de la Propiedad Rural.

CAPÍTULO 3. MARCO NORMATIVO E INSTITUCIONAL DEL PROGRAMA DE FORMALIZACIÓN DE LA PROPIEDAD RURAL

Para cumplir con el deber constitucional enunciado en el artículo 64 de la Constitución Política (1991), el cual enuncia que es deber del estado promover el acceso progresivo de la propiedad de la tierra de los trabajadores agrarios en forma individual o asociativa, y a los servicios de educación, salud vivienda, seguridad social, recreación, crédito, comunicaciones, comercialización de los productos, asistencia técnica y empresarial, con el fin de mejorar el ingreso y la calidad de vida de los campesinos el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural creó mediante Resolución 0452 de 2010, modificada en la 181 de 2013, el Programa de Formalización de la Propiedad Rural (MADR, 2013).

3.1 Objetivo general del PFPR

Estimular el desarrollo rural y mejorar la calidad de vida de los campesinos, convirtiendo en patrimonio la tierra que ocupan y trabajan, y desarrollando un mercado de tierras rurales con seguridad jurídica, que funcione en forma abierta, ágil y transparente.

3.2 Objetivos específicos del PFPR

- Diseñar e implementar campañas masivas de Formalización en coordinación con las entidades nacionales y territoriales competentes, dando prioridad a las familias vulnerables y dentro de ellas a las encabezadas por mujeres
- Diseñar y poner en operación una estructura institucional y un marco normativo para impulsar los procesos de formalización de la propiedad rural
- Diseñar e implementar programas de capacitación a los jueces y agentes que intervienen en los procesos de formalización
- Fomentar la Cultura de la Formalidad en la Propiedad Rural

- Promover la oferta de servicios de formalización en las municipalidades
- Crear instancias nacionales y locales de coordinación y establecer los convenios necesarios para desarrollar las actividades del Programa

3.3 Tipos de informalidad atendidos por el Programa

- Posesión: cuando se habita o explota un predio ajeno o heredado de una sucesión ilíquida, es decir, aquella que no ha sido confirmada por sentencia judicial
- Falsa tradición: cuando la venta de un predio ajeno ha sido registrada, amparándose en la Ley 1250 de 1970
- Títulos no registrados: cuando se tiene una escritura pública, una sentencia de un juez o una resolución de adjudicación del antiguo Incora o el actual Incoder, pero no se la ha registrado en la Oficina de Registro

3.4 Operatividad del Programa de Formalización de la Propiedad Rural

La operación del Programa se desarrolla en dos fases. La primera fase consiste en la creación del marco metodológico y estructural del Programa. La segunda, precisa la masificación de su intervención en el territorio nacional.

Primera fase. Diseño y puesta en marcha del Programa 2012-2014

Entre los años 2012 y 2014 se adelantaron las siguientes actividades:

- a) Creación del Programa al interior del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, específicamente en el viceministerio de Desarrollo Rural del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, a través de la Dirección de Ordenamiento Social de la Propiedad Rural y Uso Productivo del Suelo.

Objetivo del Programa

- b) Definición de estructura operativa, la cual establece un organigrama con oficinas en el nivel nacional, regional y central
 - La Unidad Coordinadora Nacional (UCN) ubicada en el nivel nacional del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, integrada por:
 - 1 coordinador nacional
 - 1 líder jurídico
 - 1 líder técnico y 3 apoyos
 - 1 líder administrativo y financiero
 - 1 líder social y comunicaciones (ver Ilustración 1)

Esta estructura se replica a nivel regional y municipal.

- c) Apertura de proyectos piloto en 30 municipios del país para validar la metodología (ver Tabla 1).
- d) Diseño de un Sistema de Información para la Formalización.

Ilustración 1. Organigrama del Programa de Formalización de la Propiedad Rural



Fuente. Programa de Formalización de la Propiedad Rural

Tabla 1. Municipios de intervención del Programa

No	Departamento	Municipio
1	Antioquia	Andes
2	Boyacá	Moniquirá
3	Boyacá	Ramiriquí
4	Boyacá	Sáchica
5	Boyacá	Villa de Leiva
6	Boyacá	Ventaquemada
7	Caldas	Neira
8	Caldas	Manizales
9	Cauca	Buenos Aires
10	Cauca	Caldono
11	Cauca	Mercaderes
12	Cauca	Miranda
13	Cauca	Morales

No	Departamento	Municipio
14	Cauca	Padilla
15	Cauca	Piendamó
16	Cauca	Popayán
17	Cauca	Santander de Quilichao
18	Cauca	Timbío
19	Cauca	Rosas
20	Cundinamarca	San Juan de Rioseco
21	Huila	Pitalito
22	Huila	San Agustín
23	Magdalena	Ciénaga
24	Nariño	La Unión
25	Nariño	San Pedro de Cartago
26	Nariño	San Bernardo de Umbría
27	Tolima	Chaparral
28	Risaralda	Pereira
29	Sucre	Ovejas
30	Valle del Cauca	Jamundí

Fuente. Creación propia del autor

Segunda fase: Ejecución ampliada del Programa

Para el periodo 2015-2021, el Programa ha previsto avanzar en las siguientes actividades:

- Fortalecer la institucionalidad para adelantar los procesos de formalización masiva aplicando la guía diseñada y validada en el país
- Establecer Ventanillas municipales en los municipios intervenidos, para que sean las autoridades locales las que continúen el proceso con las nuevas generaciones

Metodología de Formalización de la Propiedad Rural

Como se mencionó anteriormente, el Programa fue creado con el fin de diseñar un marco metodológico que permitiera formalizar la propiedad rural en Colombia y estableciera un esquema de trabajo para aplicar a nivel nacional.

Es así, como en el año 2013, por medio de la Resolución 0437, se expide la Guía Metodología de Formalización Masiva por Barrido Predial (Anexo 1).

Esta metodología se caracteriza por desarrollarse en doce (12) pasos integrados en tres (3) etapas: la primera, consiste en la socialización y recepción de documentos; en la segunda etapa se realizan visitas a los predios, y en la tercera se radican demandas y escrituras ante juzgados o notarías según sea el caso. Durante todo este proceso se realizan cinco (5) jornadas o reuniones con la comunidad con fines técnico-jurídicos, donde se explica a la comunidad el momento del proceso.

3.4.1.1 Etapa 1. Socialización y recepción de documentos

Como parte del proceso de conocimiento del entorno local, el Grupo Técnico de Formalización (GTF) realiza una caracterización rápida de las autoridades de la zona, municipio y región, así como de agentes institucionales como presidentes de Juntas de Acción Comunal, madres líderes de Familias en Acción, Red Unidos, entre otras. Para ello se contacta a la Alcaldía Municipal y a las entidades vinculadas para solicitar bases de datos con nombres, números de teléfono y correos electrónicos.

Se realizan jornadas de socialización con los actores locales y con la comunidad residente de las veredas a intervenir. La divulgación incluye la presentación del Programa para explicar su alcance, implicaciones, cobertura y características, con el fin de informar ampliamente, ganar apoyo y darle legitimidad (MADR, 2013).

Las jornadas de socialización se realizan con las familias campesinas previamente a la jornada de recepción de documentos. Para ello, el PFPR organiza reuniones en las veredas, se desplaza hasta los lugares de encuentro de la comunidad, donde explica el alcance del Programa y la documentación que deben presentar para iniciar el acompañamiento en el proceso de formalización de sus predios. En la jornada de recepción de solicitudes, el Programa regresa a la vereda y diligencia un formulario con la información que aporta cada familia y lo orienta preliminarmente sobre su caso.

Posteriormente el GTF realiza una evaluación técnico-jurídica de la información suministrada por cada campesino, con el fin de determinar el tipo de informalidad del predio solicitado e ingresa la información al Sistema de Información Geográfica del Programa.

Ilustración 2. Jornada de recepción de documentos. Ramiriquí, Boyacá



Fuente: Programa de Formalización de la Propiedad Rural. 2015

3.4.1.2 *Etapa 2. Visita de Campo*

En esta etapa, un grupo de ingenieros, topógrafos e inspectores oculares, visita cada uno de los predios inscritos en el Programa para hacer el levantamiento predial, la inspección ocular, la firma actas de colindancia por parte de los vecinos. A través de estaciones totales, mapas geocalizados, GPS, cintas u ortofotos, el Programa define con precisión los planos de cada predio. Es importante mencionar que esta etapa es tercerizada y se contratan empresas especializadas que conforman un Grupo Técnico de Formalización paralelo bajo la supervisión del Programa en el municipio.

La etapa 2 finaliza con la exposición pública de resultados preliminares en cada vereda, espacio en el cual los solicitantes reciben los mapas de los predios visitados, y se autentican los poderes que los abogados del Programa representen jurídicamente a las familias campesinas en la siguiente etapa.

Ilustración 3. Medición de predios, San Juan de Rioseco, Cundinamarca



Fuente: Programa de Formalización de la Propiedad Rural. 2015

3.4.1.3 *Etapas 3: Procesos notariales y judiciales*

En la última etapa, el Programa acompaña a las familias campesinas durante la presentación de los expedientes a los jueces y el desarrollo judicial, o el trámite ante los notarios y registradores, según sea el caso.

Es en este punto donde todo el trabajo del Programa queda en manos de jueces, notarios y registradores, quienes tienen la potestad para titular o no un predio. Sujetos a esta decisión, el Programa acompaña a las familias para registrar el título ante las oficinas de registro e instrumentos públicos y finalmente, en un acto público hace entrega de los mismos a los beneficiarios.

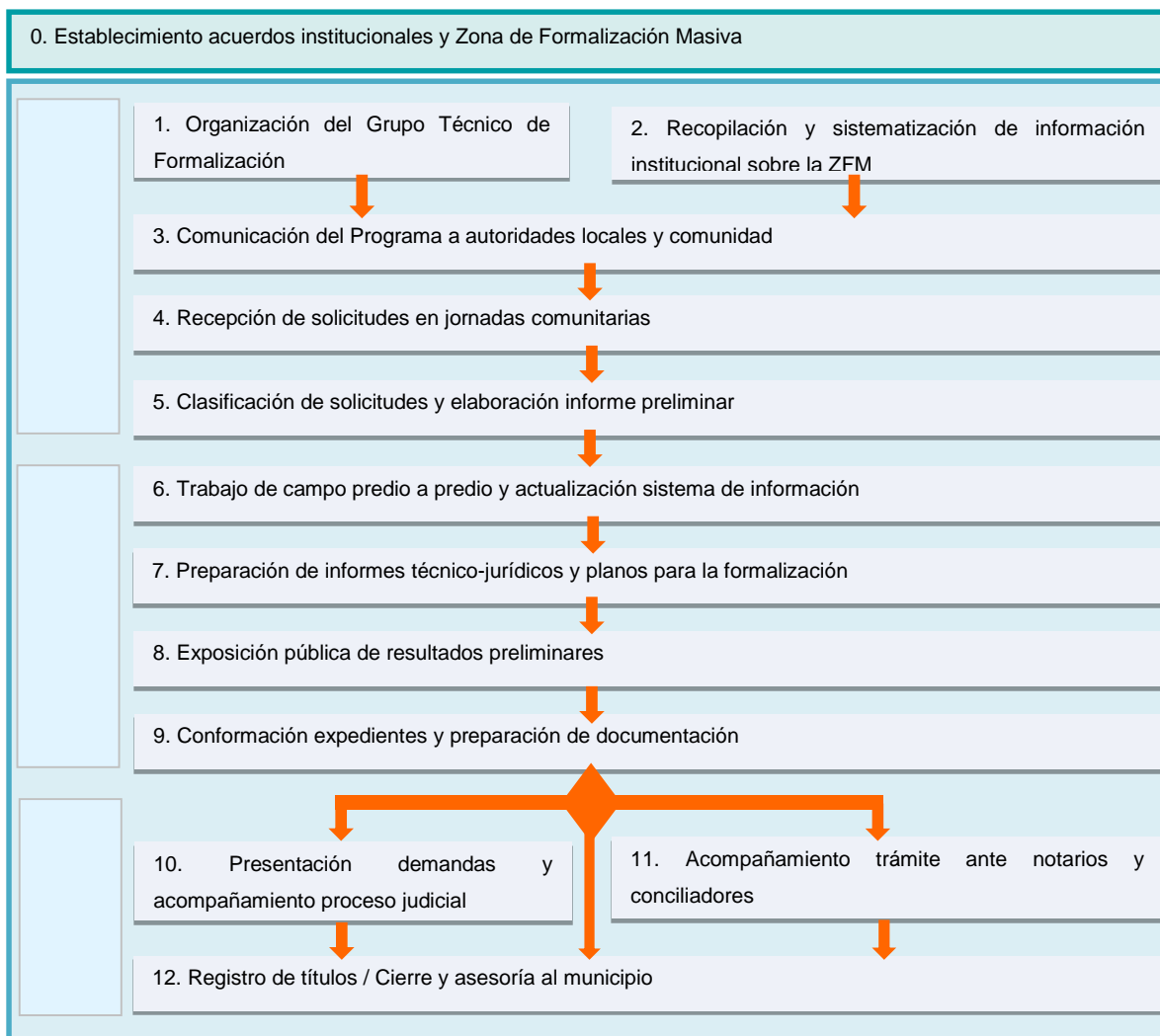
Ilustración 4. Evento de entrega de títulos, Popayán. Cauca



Fuente. Programa de Formalización de la Propiedad Rural. 2014

Es importante mencionar que los gastos representados en la contratación de abogados, técnicos y sociales con las herramientas de trabajo necesarias para formalizar la propiedad rural, son asumidos directamente por el Programa, lo cual quiere decir que el servicio es ofrecido gratuitamente a la población.

Tabla 2. Pasos para la formalización de la Propiedad Rural por Barrido Predial. Año 2013



Metas del Programa

La meta del Programa es reducir en un 30% la informalidad en la tenencia de la tierra en un periodo de 10 años (2012-2022).

En la primera fase comprendida entre los años 2012 y 2014, el Programa esperaba atender 50 mil solicitudes de familias campesinas en 30 municipios del país. A diciembre de 2014 se recibieron 36.000 solicitudes en 27 municipios.

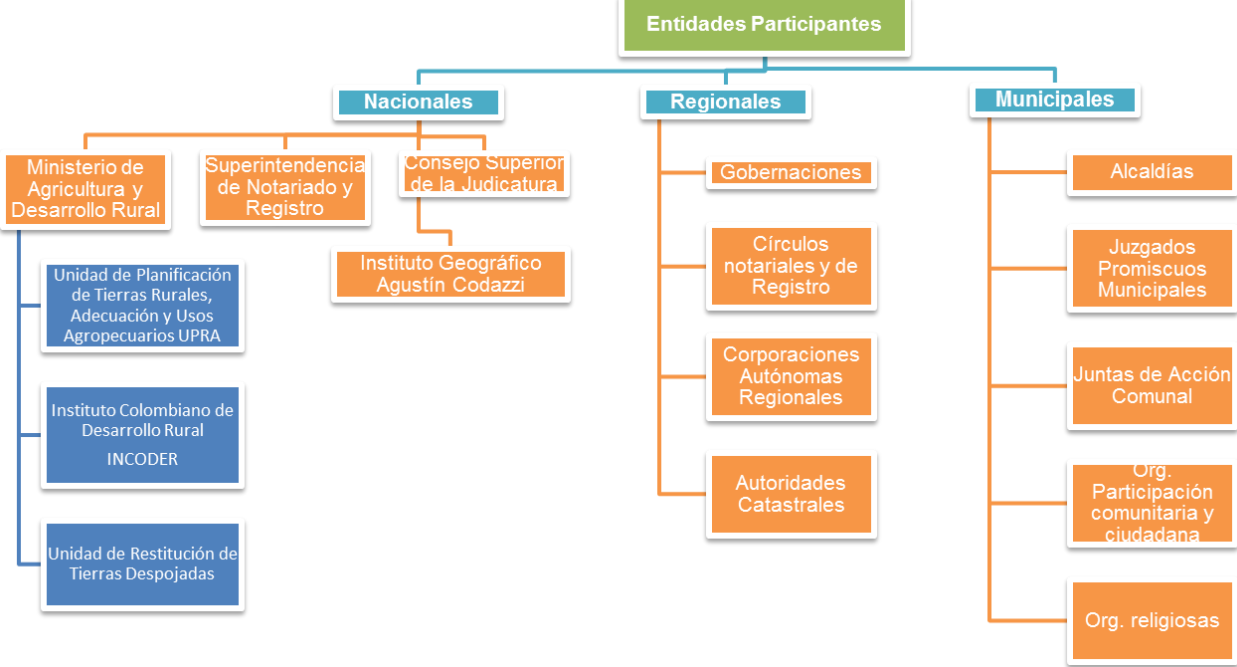
Durante la segunda fase que inicia en el año 2.015 y va hasta el 2.021, el Programa masificará su atención en el país para atender 450.000 familias, pero aún no tiene establecido el número de municipios a intervenir.

Entidades participantes

En el proceso de articulación interinstitucional participan las siguientes entidades que son determinantes con el insumo de información y la coordinación de actividades en todos los niveles para avanzar con el proceso:

- Instituto Geográfico Agustín Codazzi, IGAC
- Instituto Colombiano de Desarrollo Rural, INCODER
- Unidad de Planificación de Tierras Rurales, Adecuación y Usos Agropecuarios UPRA
- Superintendencia de Notariado y Registro SNR
- Consejo Superior de la Judicatura
- Departamento Nacional de Planeación
- Servicio Nacional de Aprendizaje SENA
- Gobernaciones
- Alcaldías
- Corporaciones Autónomas Regionales
- Ministerio Público (procuradores agrarios, personeros)
- Instituciones de Educación
- Juntas de acción comunal
- Cooperación internacional
- Academia

Ilustración 5. Entidades participantes



Fuente. Creación propia del autor

CAPITULO 4. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN

4.1 Estrategia de comunicaciones

El Programa de Formalización de la Propiedad Rural formuló una estrategia de comunicaciones (Anexo 2), con la necesidad inicial de generar conocimiento, credibilidad y confianza entre sus públicos objetivos. Reconocer el papel estratégico de la comunicación para alcanzar sus objetivos representa un claro interés por involucrar esta disciplina en sus procesos.

Esta estrategia hace parte de la Guía Metodológica de Formalización Masiva por barrido Predial y por lo tanto se convierte en una herramienta oficial de trabajo.

Es importante señalar que la estrategia de comunicaciones se formuló en el año 2012, año en el cual inició la primera fase del Programa, por lo cual su alcance es informativo y de acercamiento a las comunidades rurales y autoridades locales.

Tras 2 años de ejecución del Programa, se hace necesario evaluar la estrategia de comunicaciones, sus resultados, sus aciertos y desaciertos para realizar los ajustes respecto a las nuevas necesidades del Programa.

A continuación se realizará un análisis documental y un análisis en terreno. El primero consistirá en analizar el contenido y la formulación de la estrategia y el segundo, se enfocará en los resultados de la implementación de la estrategia.

La estrategia de comunicaciones cuenta con un objetivo general, ocho objetivos específicos y cuatro segmentos o públicos objetivos con sus respectivos mensajes y piezas de comunicación.

Objetivo General

Informar, sensibilizar y convocar sobre la importancia, necesidad y maneras de formalizar la propiedad rural dentro de los parámetros de la política estatal de tierras.

Objetivos específicos

- Posicionar el Programa como la instancia estatal de referencia para la formalización de la propiedad rural
- Divulgar entre las autoridades nacionales, regionales y locales los propósitos y bondades del Programa
- Generar credibilidad con respecto a las entidades que intervienen en la formalización de la propiedad rural
- Despertar interés entre los poseedores de tierra sin títulos de propiedad sobre los beneficios que reporta la formalización
- Motivar a los poseedores de tierras sin título a formalizar y legalizar
- Informar los lugares, procedimientos y requisitos para formalizar la propiedad
- Movilizar orientar y acompañar a las comunidades de los municipios donde se valide y aplique el método de barrido predial
- Fomentar en la comunidad rural la cultura de formalización

4.2 Análisis documental

Como se describió en el punto anterior, la estrategia de comunicaciones cuenta con un objetivo general, ocho objetivos específicos y cuatro segmentos o públicos con sus respectivos mensajes y piezas de comunicación.

No obstante, la estrategia no cuenta con un plan de acción que establezca las acciones que se desarrollarán por cada objetivo específico y esto es determinante para iniciar la fase de implementación.

Así mismo, no designa los responsables de su implementación, quienes deberían administrar la implementación de la estrategia y asumir las consecuencias de cada actividad. Esta figura no es clara ni reconocida en la estrategia.

La estrategia no establece un presupuesto que permita planear los costos aproximados de las actividades propuestas.

En términos generales, la estrategia formula un “qué hacer” pero con el gran vacío de un “cómo hacerlo” y esto a nivel interno genera confusiones a las tareas que deben desarrollar los profesionales que integran el área social y de comunicaciones en los diversos niveles.

Al analizar el objetivo general de la estrategia, lo primero que se puede observar son los tres verbos diferentes entre sí que no permiten establecer su verdadero alcance y hacen compleja su evaluación. De la misma manera, se enuncian tres mensajes sobre los cuales se enfocan las piezas comunicativas y que se ven reflejados en los mensajes establecidos para cada segmento.

Informar, sensibilizar y convocar sobre la importancia, necesidad y maneras de formalizar la propiedad rural dentro de los parámetros de la política estatal de tierras.

Así mismo, resulta confusa la frase ‘maneras de formalizar dentro de los parámetros de la política estatal de tierras’ cuando no existe una política pública que normalice la formalización de la propiedad privada en el país.

La política estatal de tierras contempla por un lado, la adjudicación y formalización de predios baldíos y del Fondo Nacional Agrario, procesos que están a cargo del Incoder. Por el otro, la restitución de predios despojados a las víctimas de la violencia está a cargo de la Unidad de Restitución de Tierras Despojadas.

El Programa Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural se creó mediante la Resolución 042 del 2010. Por lo tanto no es posible enmarcar una estrategia de comunicaciones en una política estatal de tierras dispersa y desarticulada donde la formalización de la propiedad rural no está normalizada ni reglamentada.

Por lo anterior, el objetivo general de la estrategia de comunicaciones es confuso, amplio e impreciso. Ahora bien, la estrategia plantea ocho (8) objetivos específicos que son muy similares entre sí. A continuación se analizará cada uno de ellos:

1 Posicionar el Programa como la instancia estatal de referencia para la formalización de la propiedad rural

Este objetivo responde a la necesidad del Programa para posicionarse como el referente oficial en materia de formalización de la propiedad rural.

El Programa no hizo parte de la estructura organizacional misional del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, hasta el año 2014 con la creación del Viceministerio de Desarrollo Rural y la Dirección de Ordenamiento Social de la Propiedad Rural y Uso Productivo del Suelo, por lo cual, antes de esta fecha, no tenía el respaldo institucional suficiente en escenarios internos y externos al Ministerio.

2 Divulgar entre las autoridades nacionales, regionales y locales los propósitos y bondades del Programa

La enunciación de públicos como “autoridades nacionales, regionales y locales” supone un universo muy amplio para divulgar un mensaje puntual en este objetivo. Es importante delimitar el sector de las autoridades nacionales, por ejemplo las encargadas de la formalización de la propiedad rural; resaltar el tipo de regiones y municipios según la priorización realizada por el Programa.

3 Informar los lugares, procedimientos y requisitos para formalizar la propiedad

Aunque en este objetivo el mensaje es claro y preciso, no delimita el público, tiempos ni el alcance. No obstante, bien podría hacer referencia a la etapa 1 de la metodología de formalización de la propiedad rural descrita en el capítulo 3. Dada su enunciación bien podría ser una actividad del objetivo específico anterior.

4 Generar credibilidad con respecto a las entidades que intervienen en la formalización de la propiedad rural

La formulación de este objetivo se asemeja a más a un resultado esperado del primer objetivo específico puesto que, para generar credibilidad, es necesario generar una expectativa que se pueda cumplir. Por lo tanto, este objetivo es muy amplio y abstracto.

5 Despertar interés entre los poseedores de tierra sin títulos de propiedad sobre los beneficios que reporta la formalización

6 Motivar a los poseedores de tierras sin título a formalizar y legalizar

7 Movilizar orientar y acompañar a las comunidades de los municipios donde se valide y aplique el método de barrido predial

Estos tres (3) objetivos basados en ‘la motivación, movilización y despertar el interés de los beneficiarios del Programa’ son ambiguos, indefinidos, amplios y sin un alcance real, por lo cual no es posible medirlos para establecer el estado actual de su implementación. Su formulación se asemeja a la de ‘resultados esperados’ de la estrategia de comunicaciones.

8 Fomentar en la comunidad rural la cultura de formalización

Este es un objetivo se relaciona con uno de los objetivos específicos del Programa y ha quedado en el último escalón de la estrategia de comunicaciones. Su importancia de este objetivo radica en que la cultura de la informalidad en la tenencia de la tierra, sumada a los altos costos y trámites de la formalización, ha

sido una de las razones estructurales para el saldo en rojo que tiene el país al respecto.

Por lo tanto, para fortalecer “una cultura de la formalización” es necesario definir una estrategia puntual.

Se observan entonces cuatro características de los ocho (8) objetivos específicos de la estrategia de comunicaciones:

1. Son numerosos
2. No son claros en cuanto a su alcance y medición
3. Son repetitivos entre sí
4. Están formulados a modo de resultados esperados

Por ello se hace necesario ajustar su formulación y establecer un plan de acción que ponga en ejecución la estrategia.

Se deben definir los tiempos de implementación, los costos, los recursos humanos y tecnológicos, los responsables, las metas, los indicadores y la evaluación, aspectos que permitirán en un periodo de tiempo prudente, establecer la efectividad o no de la estrategia formulada.

Públicos

La estrategia de comunicaciones define los públicos objetivos de manera clara y segmentada, lo cual es importante para determinar los mensajes clave y piezas de comunicación para cada uno de ellos.

4.2.1.1 *Primer segmento. Institucional*

Se refiere a los organismos gubernamentales y no gubernamentales en los niveles nacionales, departamentales municipales enunciados en el la Ilustración1.

4.2.1.1.1 Mensajes

Los mensajes están enfocados en informar la creación del Programa, su presencia, sus instancias de articulación y coordinación:

- Tenemos un mandato legal y un compromiso
- Existe del Programa de Formalización de la Propiedad Rural que despacha en el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural.
- El Programa tiene una Unidad Coordinadora Nacional encargada del diseño y ejecución de las actividades del Programa.
- La Unidad Coordinadora Nacional se apoya en una Mesa Técnica Institucional en la que participan las entidades del orden nacional involucradas en la ejecución del Programa.
- Hay representantes de la Unidad Coordinadora en cinco regiones del país
- Existen Grupos técnicos de Formalización instalados en los municipios donde se adelanta el Programa
- Hay sitios virtuales en los que se puede consultar acerca de las metas y los avances del Programa” (Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, 2013).

Sobre estos mensajes es importante mencionar que la Mesa Técnica Institucional a la fecha no se ha oficializado. Si bien se realizan reuniones específicas para atender proyectos o desarrollar líneas de intervención a nivel nacional, estos espacios no tienen un nombre definido ni la formalidad de una citación oficial, agenda y levantamiento de acta.

Otro mensaje importante, es la presencia nacional del Programa en 5 regiones del país, lo cual denota un cubrimiento nacional. A la fecha, y como se mencionaba en el capítulo 3, el Programa solamente hace presencia en 30 municipios que corresponden a 3 de las 5 regiones mencionadas: Sur (Cauca, Valle del Cauca,

Nariño, Huila), Centro Oriente (Cundinamarca y Boyacá) y Centro Occidente (Caldas y Risaralda).

Se evidencia una contradicción entre la intención del mensaje y la realidad del Programa: si bien se desea proyectar una imagen de cobertura y coordinación nacional, esto no corresponde con la realidad, lo cual puede generar falsas expectativas y por lo tanto un incumplimiento de las mismas frente a este segmento o público objetivo de la estrategia, lo cual afectaría la credibilidad del Programa.

4.2.1.1.2 Piezas de comunicación

La estrategia define las piezas de comunicación que serán necesarias para transmitir los mensajes descritos a cada uno de los públicos seleccionados, las cuales se destacan por la sencillez y practicidad de cada una de ellas. Para este segmento se propone el uso de la presentación audiovisual del Programa y su versión impresa.

La presentación audiovisual del Programa fue creado en el mes de marzo del 2014 con una duración de 6 minutos donde se narran las 3 etapas y el impacto que tiene cada una para el desarrollo del proceso de formalización, y para el desarrollo rural del municipio intervenido.

Resulta una herramienta versátil, clara y práctica que se encuentra ubicado en el canal *YouTube* del Programa 'Formalización Propiedad Rural' para consulta del público en general. No obstante su mensaje es temporal, pues expone las cifras de los resultado a marzo de 2014, lo cual hace que pierda vigencia con el paso de los meses. Adicionalmente esta pieza no se emplea estratégicamente en los escenarios creados para tal fin.

De otro lado, cuando la estrategia de comunicaciones menciona 'la versión impresa del Programa', no es claro a qué documento se refiere, pues podría referirse al

plegable que contiene información básica del Programa o a la Guía Metodológica de Formalización de la Propiedad Rural.

De otro lado, para este público, la estrategia recomienda evaluar la conveniencia de un boletín virtual que circule con regularidad y dé cuenta de los avances del Programa. El boletín resulta una herramienta práctica que permite el envío focalizado de información pero a su vez exige actualización, permanencia y dinamismo en los mensajes para que sean atractivos y genere el impacto deseado. Así mismo, es importante mencionar que en los municipios rurales, la cobertura de internet es débil, por lo cual no sería una herramienta efectiva de información con este público. No obstante, los boletines virtuales no han sido diseñados ni enviados a la fecha.

Finalmente, sugiere la creación de un 'glosario de términos' como herramienta de trabajo para los integrantes de la Mesa Técnica y una guía de conceptos y convenciones. Resulta una herramienta práctica pero a la fecha no ha desarrollado.

Estas falencias evidencian la ausencia de responsables, cronogramas de implementación, presupuesto, seguimiento y evaluación para poner en marcha las actividades expuestas.

Las consecuencias de estos vacíos se manifiestan en la pérdida de momentos de verdad donde el Programa realmente podría posicionarse como un líder del proceso de formalización de la propiedad rural en el país. Sin embargo, deben prepararse mensajes claros, simples y coherentes con su realidad.

4.2.1.2 *Segundo segmento. Población en general con énfasis en organizaciones sociales.*

Este segmento se refiere a habitantes de los cascos urbanos y zonas rurales de todo el país, dado que la informalidad en la tenencia de la tierra es un fenómeno

nacional. Juntas de Acción Comunal, ligas de usuarios campesinos, comités de cafeteros, cooperativas de productores agrícolas, instituciones educativas y organizaciones de la sociedad civil hacen parte de este segmento.

Para ser formulada esta estrategia en la primera etapa del Programa, es interesante observar el riesgo que se corre al proponer una comunicación masiva todas las zonas urbanas y rurales del país, cuando las metas del Programa están planeadas en 30 municipios durante la primera etapa y en la segunda no estima un número específico de predios.

4.2.1.2.1 Mensajes

Los mensajes en este segmento se enfocan en informar las ventajas de la formalización y del trabajo articulado que realiza con los públicos del primer segmento:

- El Estado tiene un Programa que ayuda a los campesinos a adelantar las gestiones frente a los jueces, el Incoder, los notarios o las oficinas de registro para formalizar la tenencia de los predios
- Ser propietario de los predios trae ventajas
- El Programa de Formalización de la Propiedad Rural va hasta su municipio y veredera
- Acceder al Programa de Formalización es fácil, ahorra tiempo y dinero

Los mensajes definidos para este segmento son amplios y comprometen el accionar del Programa. Nuevamente podrían generar una falsa expectativa sobre la capacidad real del Programa, poniendo en riesgo su credibilidad y posicionamiento.

Se evidencia entonces un problema sobre el verdadero alcance e impacto deseado con la implementación de esta estrategia de comunicaciones de acuerdo a la planeación del Programa.

4.2.1.2.2 *Piezas de comunicación:*

Para este segmento se formulan piezas que se caracterizan por su capacidad de generar recordación entre públicos dispersos.

La presentación audiovisual, plegables y afiches con información sobre el propósito del Programa y los pasos a seguir para formalizar los predios constituyen pieza central para este público, especialmente las autoridades locales. Sugiere la ubicación de afiches en lugares visible de las gobernaciones, alcaldías municipales, las personerías, los hospitales, las escuelas, las casas de la cultura, los telecentros, las plaza de mercado, los terminales de transporte, las comisarías y otros lugares de afluencia permanente de público, incluso en algunas tiendas y supermercados.

Recomienda aproximarse y abordar las autoridades del nivel regional y municipal y líderes de comunidades simultáneamente desde distintos frentes y con diversos mecanismos, aunque no describe cuáles podrían ser.

El contacto directo con líderes comunitarios es otra de las acciones sugeridas, a quienes se debe informar al detalle del Programa, con el fin de convertirlos en potenciales aliados para facilitar la apertura de espacios de diálogo con las comunidades. Instancias organizativas propias de la comunidad como las juntas de vecinos, los comités por vereda y las asambleas de cooperativas son otros espacios propuestos para socializar los propósitos y explicar el acompañamiento que se ofrece.

En el caso de los comités de cafeteros, y otros que respondan a estructuras regionales o nacionales con las que se tenga convenio, sugiere concertar con las directivas el momento más propicio para las jornadas informativas, recomendando adecuarse a sus tiempos y rutinas.

Las instituciones educativas son instancias de gran reconocimiento y habitualmente cuentan con infraestructura para realizar asambleas y concentraciones. Por ello, la estrategia considera informar a la comunidad educativa la existencia del Programa para 'sembrar' una cultura de la formalidad.

Todas las recomendaciones aquí expuestas tienen gran validez en cuanto a lo que se refiere a una comunicación local pero vale la pena recordar que este es un segmento nacional, regional y municipal. Este segmento de la estrategia se traduce finalmente en actores y escenarios locales, por lo cual se confunde con el siguiente segmento de la estrategia que se refiere a la población rural.

4.2.1.3 *Tercer segmento: población municipal*

En este nivel la comunicación se entiende como local y focalizada, en la medida en que se orienta a todos los habitantes de los municipios y veredas donde se ha declarado la Zona de Formalización Masiva e interviene directamente el Programa.

4.2.1.3.1 *Mensaje*

En este segmento, los mensajes son más directos y concretos sobre la oferta del Programa en el municipio intervenido pues resalta la capacidad de sus profesionales respecto al trabajo de acompañamiento técnico, jurídico y social. Mensajes como "Vamos a formalizar" y "estamos formalizando" hacen parte de las afirmaciones que se socializarán ante este segmento.

- El Programa de Formalización llegó al municipio
- El Programa tiene un equipo de expertos que orienta y acompaña
- Formalizar es posible y trae ventajas
- Vamos a formalizar
- Estamos formalizando

Si bien este es el público más importante del proceso, estas afirmaciones son muy básicas y carecen de un enfoque que conecte el mensaje con las necesidades, aspiraciones e intereses de la población campesina frente a la formalización de sus tierras. Reconocer este insumo es la principal actividad que una propuesta de comunicación estratégica debe proponer para que su planeación sea realmente cercana a su realidad.

4.2.1.3.2 Piezas de comunicación:

La estrategia de comunicación actual del Programa propone para ese segmento, cartillas ilustrativas, volantes, carteles de convocatoria, dispositivos tome uno, cuñas de radio, clips de video, mensajes de telefonía móvil entre otros.

Las cartillas ilustrativas describen clara y pedagógicamente el proceso de las tres etapas adelantadas por el Programa, con un diseño llamativo y contenidos expresados desde el lenguaje cotidiano de la población rural.

Los volantes, carteles de convocatoria, perifoneo y cuñas de radio son piezas actualmente empleadas para la convocatoria pero sin un estándar ni parámetros de elaboración que indique por ejemplo cuál es la población específicamente convocada, horarios, días, lugares; uso de un lenguaje sencillo, claro y concreto para generar fácilmente la recordación de la información.

Los dispositivos de 'tome uno' con folletos que indiquen la ruta de la formalización para disponer en bancos, centros de salud, comisarias, telecentros y otros lugares donde los trámites exijan un cierto tiempo de espera, han sido planteados pero nunca aplicados. Una herramienta que se caracteriza por ser masiva (por su lugar de ubicación) y brindar al mismo tiempo, información que aplica a unas zonas masivas de formalización muy puntuales en el municipio. Por lo tanto, el uso de esta

herramienta podría generar falsas expectativas para la población que habita por fuera de las zonas.

El perifoneo en esta estrategia representa una herramienta de gran ayuda para ampliar la cobertura de la divulgación, recomendada para la víspera y el día de las jornadas públicas de recepción de solicitudes y de exposición pública de resultados preliminares.

Sobre las cuñas de radio, Free press y clips de video con mensajes institucionales en medios regionales, cívicos y comunitarios, la estrategia de comunicaciones anuncia que están sujetos al plan de medios del Programa, el cual no existe. Por lo tanto, representa una actividad propuesta más no hace claridad sobre su uso, aplicación, alcance y publicación.

No descarta alianzas con canales comerciales y sus departamentos de responsabilidad social, pero tampoco orienta las formas y términos de estas asociaciones.

Enviar mensajes de telefonía móvil, correos electrónicos, chats, son otras actividades sugeridas para este segmento, pues su utilidad radica en el carácter directo que tienen. Son piezas no usadas en la actualidad, pues en términos generales, el Programa llama a los beneficiarios inscritos para lo que sea necesario. No especifica a qué tipos de chat se refiere, y se presume el uso de correos electrónicos por parte de la población campesina.

Así mismo, las Vallas al ingreso del pueblo dando la bienvenida con mensajes del tono *“Aquí estamos formalizando. La meta son 4.000 predios registrados (dependiendo cada municipio)”* pueden reflejar el compromiso de las autoridades municipales. No obstante, no se ha instalado ninguna pieza al respecto.

La producción y distribución de piezas recordatorias de las jornadas, en particular la de registro masivo, con la imagen institucional del Programa tales como abanicos, bolígrafos, broches, libretas, sombrillas, viseras, llaveros etc., no se han diseñado ni elaborado por los costos que estas piezas representan. Solamente se cuenta con pendones, banderines y avisos para las oficinas.

Como recomendación, la estrategia sugiere tener en cuenta el calendario de ferias y fiestas patronales del municipio al presentar momentos propicios para la movilización de la comunidad. Servirán para promover el Programa, y este evitará realizar jornadas o trabajos simultáneos porque podrían distorsionar los resultados esperados.

En general estas piezas son válidas para el ejercicio técnico y operativo que realiza el Programa en campo, pero hace falta mucha más claridad sobre el uso y aplicación de las piezas, el alcance de los mensajes y las actividades propias a desarrollar con la comunidad.

4.2.1.4 *Cuarto segmento: mujer*

Aunque el enfoque de género es transversal en todo el proceso comunicativo, se considera como un público particular a efecto de ejecutar acciones afirmativas a manera de compensación por el desconocimiento histórico de sus derechos sobre la tierra.

4.2.1.4.1 *Mensaje*

Los mensajes se enfocan en resaltar los derechos que las mujeres respecto a la tenencia de la tierra y el trato especial que les da el Programa durante las diferentes jornadas de atención. Afirmaciones como 'las mujeres con propiedad ganan autonomía' y 'las mujeres están a la cabeza del hogar y de la formalización' hacen parte de los mensajes que se entregan a través de las siguientes piezas:

- Las mujeres tienen derecho a la propiedad
- El Programa da trato especial a las mujeres
- Las mujeres con propiedad ganan autonomía
- Las mujeres están a la cabeza del hogar y de la formalización

Son mensajes que se caracterizan por su carácter empoderador pero carecen de fundamento, es decir, no mencionan claramente que las leyes colombianas promueven los derechos de la mujer para ser propietarias de la tierra que cultivan y trabajan. Tampoco promueven la necesidad de formalizar las uniones maritales de hecho para formalizar los derechos de propiedad de la pareja, un mensaje incluyente tanto para hombres como mujeres, porque este proceso de sensibilización no aplica solamente para el género femenino, sino también al masculino para que reconozca los derechos que tienen por igual sobre la tierra.

4.2.1.4.2 Piezas de comunicación para el segmento:

Se define un plegable especial para la mujer campesina respecto a los mensajes establecidos, así como cuñas de radio, testimonios y dramatizados, con el fin de establecer el diálogo con las mujeres potenciales usuarias del Programa. No obstante, a la fecha solamente se cuenta con el plegable informativo impreso.

También se sugiere que la imagen de la mujer debe estar presente en el conjunto de piezas de la campaña, y que las piezas deben incluir la información general del Programa con la orientación pertinente sobre ejercicio de los derechos económicos y sociales ante situaciones de tenencia y formalización de la propiedad en casos tales como: matrimonio o unión de hecho, divorcio y separación, viudez, sucesiones, herencias, etc.

Se observa que estos mensajes no están enunciados en el párrafo inmediatamente anterior y los cuales deben describirse de manera clara, concreta y sencilla para esta población

Finalmente, es importante mencionar que esta estrategia de comunicaciones no contempla el público interno del Programa como sujeto de información, capacitación y principal fuente de información para los públicos externos.

En la Tabla número 3, se resume el análisis de las piezas propuestas respecto a su estado actual, ventaja y desventaja de acuerdo al objetivo general de la estrategia de comunicaciones del Programa de Formalización de la Propiedad Rural.

Tabla 3. Análisis de las Piezas de Comunicación planteadas en la estrategia de comunicaciones

Público 1. Gubernamental			
Pieza	Estado	Ventaja	Desventaja
Presentación Audiovisual	Activa	Clara y concreta	Costos producción
Boletín Virtual	No existe	Práctico y directo	Requiere profesional en diseño
Glosario de términos	No existe	Homologa conceptos	Exige actualización y socialización oportuna
Público 2. No Gubernamental			
Pieza	Estado	Ventaja	Desventaja
Presentación audiovisual	Activa	Clara y concreta	Costos
Plegable o folleto	Activa	Claro y práctico	Costos
Afiches	No activa	Práctico	No focalizado Genera expectativas
Público 3. Población Municipal			
Pieza	Estado	Ventaja	Desventaja
Cartilla	Activa	Ilustrada, clara, pedagógica	Costos impresión
Volantes	Activa	Concreto, directo, económico	Ninguna
Carteles	Activa	Práctica, económica	

Dispositivos "tome uno"	No existe	Práctica	Masiva. Entrega no contralada , susceptible a generar expectativas entre otros pobladores de los municipios intervenidos
Cuñas de radio	Sólo existen "jingles"	Pedagógica	
Clips de vídeo	No existe	Informativo	
Free press	Activa	Informativa	Los medios de comunicación del nivel municipal esperan una pauta a cambio.
Perifoneo	Activa	Difusión focalizada y directa	Ninguna
Mensajes de telefonía móvil	No activa	Difusión focalizada y directa	Altos costos
Vallas	No activa	Visibiliza el programa	Altos costos
Piezas POP	No activa	Genera recordación	Costos vs gasto público
Público 4. Mujer			
Pieza	Estado	Ventaja	Desventaja
Plegables	Activa	Mensaje claro a las mujeres	Costos en impresión
Cuñas de radio	No activa	Pedagógico	Masiva. Entrega no contralada , susceptible a generar expectativas entre otros pobladores de los municipios intervenidos

Fuente. Creación propia del autor

4.2.1.4.3 Logotipo

El Programa cuenta con un logotipo que fue diseñado bajo la presión de iniciar rápidamente la divulgación en campo y no tuvo la suficiente planeación necesaria para su creación (Ilustración 7).

Ilustración 6. Logotipo Programa de Formalización de la Propiedad Rural



Fuente 1. Programa de Formalización de la Propiedad Rural, MADR

La estrategia de comunicaciones advierte sobre la poca pertinencia que tiene el concepto de esta imagen, por cuanto no representa la funcionalidad del Programa, pero no presenta una propuesta al respecto o lineamientos para su rediseño.

No existe un manual de identidad corporativa, el Programa se cuenta con camisetas, chalecos, pendones, pasacalles y otros elementos con el fin de generar recordación entre sus públicos. .

Como se puede observar, el logo se compone de un árbol, con raíces y pájaros volando sin representar una semejanza concreta frente a la formalización de la propiedad rural. No obstante, este logo ha sido usado por cuatro (4) años en las piezas del Programa, razón por la cual ya es reconocido por los diferentes públicos como la imagen oficial del mismo. No obstante, valdría la pena reforzar su mensaje gráfico para generar mayor coherencia en el mensaje.

Después de analizar la formulación de la estrategia de comunicaciones y el estado actual de su aplicación, a continuación se expondrá el trabajo investigativo realizado en la vereda de Arrayán, municipio de Sáchica en Boyacá, sobre la aplicación de esta estrategia y su impacto en cada público, según los segmentos definidos en ella.

4.3 Características técnicas y operativas del proceso de comunicación.

Caso de estudio: vereda Arrayán, municipio de Sáchica, Boyacá

Es importante resaltar que esta investigación se realizó en un momento coyuntural donde el proceso de formalización en el municipio avanzaba en la etapa 2, momento

en el cual, como se mencionó en el capítulo 3, se desarrollan las visitas de campo para medir los predios de los solicitantes, establecer un plano y definir la ruta jurídica de cada caso.

El siguiente análisis se realizará en tres partes. Primero, se tomará cada segmento descrito en la estrategia de comunicaciones y su nivel de conocimiento del Programa de acuerdo a los mensajes y herramientas ahí definidas (es importante aclarar que los segmentos 2 (población en general), 3 (población rural) y 4 (mujer) se agrupan en uno solo denominado: población rural). La segunda parte, se refiere a la comunicación con los públicos internos del Programa, ausentes de la estrategia de comunicación. La tercera parte comprende las conclusiones de los problemas operativos de la estrategia.

Primer segmento Gubernamental

Como se mencionó en el punto 3.4.5, Sáchica cuenta con los siguientes actores directos que inciden en el desarrollo del Programa de Formalización de la Propiedad Rural:

- Alcaldía Municipal
- INCODER (presencia en Tunja).
- Instituto Geográfico Agustín Codazzi (presencia en Tunja).
- Notaria: ubicada en Villa de Leiva.
- Un juzgado Promiscuo Municipal.
- Grupo Técnico de Formalización.
- Concejo Municipal

Las entrevistas semi-estructuradas realizadas a cada actor permitieron en primera instancia determinar las necesidades de información y comunicación respecto al Programa:

Tabla 4. Necesidades y aspiraciones de actores directos

Actores	Necesidad	Aspiraciones
Alcalde	-Cumplir lo establecido en su Plan de Desarrollo y formalizar la propiedad rural de todo su municipio. Para ello apoya al Programa con 2 contratistas y la logística de algunos eventos -Tener información catastral real de los predios de su municipio	-Información sobre la ejecución de recursos y resultados -Ser reconocido regional y nacionalmente como un piloto exitoso en la formalización
Concejo municipal	-Recaudar recursos por pago del impuesto predial	Información real sobre el número de predios, extensión y uso
Incoder	Adjudicar y formalizar los predios de la nación (baldíos)	Conocer los baldíos encontrados en las solicitudes del Programa
Instituto Geográfico Agustín Codazzi	Actualizar el catastro rural	-Generar un proyecto de intervención conjunto de formalización -Articulación sistemas de información Programa de Formalización-IGAC
Notaría	Recaudar recursos derivados del registro de escrituras	
Juzgado Promiscuo Municipal	Dirimir conflictos de toda índole en su jurisdicción territorial	-Conocer la Ley 1561 de 2012 y el proceso que deben adelantar con el apoyo del Programa. -Apoyo del Consejo Superior de la Judicatura para diseñar estrategias de atención al Programa
Grupo Técnico de Formalización	Contar con las herramientas, información y recursos necesarios para desempeñar sus funciones	Información sobre contratación, avances y resultados del Programa

Fuente. Creación propia del autor

Se resalta que durante los dos (2) años de operatividad del Programa en el municipio, los mensajes establecidos para este público, se relacionaban con las funciones del Programa y las etapas del Proceso son claras entre todos los actores porque sus necesidades y aspiraciones reflejan el accionar del Programa.

Se resalta el rol desempeñado por el alcalde al formular dentro de su Plan de Desarrollo Municipal, el proyecto denominado “Gestionar la formalización de

propiedad pública y privada” estableciendo como meta la identificación de los predios informales y la gestión para la titulación de los mismos (Alcaldía Municipal de Sáchica, n.d.).

Todos los actores, especialmente el alcalde, resaltan la importancia de la comunicación interpersonal con los integrantes del Programa y su equipo de trabajo como el mejor mecanismo de comunicación entre las partes.

No obstante, se evidenció una debilidad respecto a la poca información que reciben de los resultados de cada una de las etapas del Programa. El alcalde manifestó su preocupación por no conocer los resultados de la empresa operadora contratada para ejecutar la etapa 2 del procedimiento en su municipio (visitas de campo y estudios técnico-jurídicos).

Este punto permite deducir la necesidad de formalizar reuniones interinstitucionales para rendir informes y coordinar acciones, de tal manera que se promueva una información transparente y oportuna. Si bien la Guía Metodológica establece la creación de los Consejos Municipales de Formalización que fueron mencionados en el capítulo 3, y en la estrategia se habla de “Mesa Interinstitucional” es importante establecer este escenario de articulación y definir su alcance. Muy especialmente es importante este escenario para convocar a las entidades que no tienen una presencia permanente en el municipio como lo son el INCODER y el IGAC.

Respecto a la juez encargada del juzgado promiscuo municipal de Sáchica, se resalta su interés particular por conocer la ley 1561 de 2012 y muy especialmente el tipo de expediente que le harán llegar al iniciar la etapa 3 en su municipio. Ese interés especial se debe retomar para establecer espacios de diálogo con los jueces donde se capacite sobre la norma y se lleguen a acuerdos.

Actores indirectos identificados dentro del proceso

- Secretaría de Fomento Agropecuario, Gobernación de Boyacá.
- Personería municipal
- Familias en acción
- Emisoras comunitarias de la zona (Villa de Leiva y Sutamarchán).
- Misión Rural, empresa temporal operadora del Programa para la etapa 2

La interacción con la Gobernación de Boyacá, se da a través de la Secretaría de Fomento Agropecuario, oficina con la cual el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural suscribió el convenio 20130417 con el objeto de adelantar los procesos de formalización en las zonas de Boyacá durante 4 años. El primer piloto de esta intervención conjunta es el municipio de Ramiriquí, razón por la cual, para esta investigación, la Secretaría de Fomento Agropecuario se convierte en un actor indirecto con el cual es necesario interactuar con fines específicos de información sobre los avances del Programa en el municipio de Sáchica.

La Personería Municipal ha participado en los procesos de mediación del municipio y por ello su papel ha sido importante para el desarrollo de los procesos, pero es necesario fortalecer su nivel de conocimiento e interacción en el Programa para promover la participación en el Programa y su confianza en él.

Las emisoras locales de la zona en los municipios aledaños de Villa de Leiva y Sutamarchán, son pasivos durante el proceso, pues solo se limitan a transmitir las cuñas pagadas por el Programa para convocar jornadas puntuales de la comunidad. No obstante, las entrevistas realizadas a la comunidad le dieron una importancia especial a estos medios de comunicación, por lo cual será necesario fortalecer las relaciones y formas de participación en estas emisoras.

Segundo segmento. Población en general con énfasis en organizaciones sociales.

Como se enunció en el punto 4.2.1.2 este segmento está integrado, según la estrategia actual de comunicaciones, por habitantes de los cascos urbanos y zonas rurales de todo el país.

Se señalaba lo confuso y riesgoso que representaba esta segmentación al referirse en primera medida, a todos los habitantes del país, generando una expectativa masiva sobre los servicios ofrecidos por Programa.

Con el fin de investigar los resultados de la implementación de la estrategia de comunicaciones entre los 321 beneficiarios de la vereda Arrayán del municipio de Sáchica, Boyacá, se realizaron 48 entrevistas semiestructuradas en 3 aspectos: Medios de comunicación, puntos de encuentro y su conocimiento y expectativas sobre el Programa de Formalización de la Propiedad Rural (anexo 3).

4.3.1.1 Medios de Comunicación

Entre los dispositivos de comunicación más usados entre la comunidad, prevalecen el teléfono celular, con un 72% (Gráfico 2) sobre el 14%(Gráfico 3) que afirma usar el correo electrónico. Para conocer detalles numéricos de estos resultados consultar las tabla 5.

Gráfico 2. Uso de telefonía celular

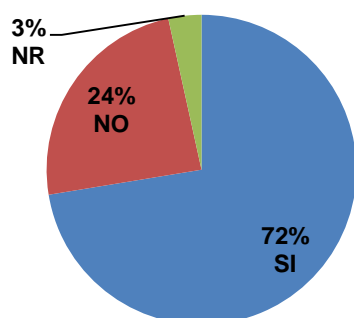
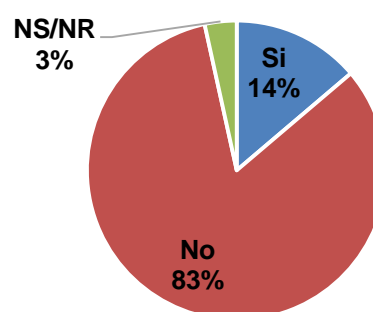


Gráfico 3. Uso de correo electrónico



Fuente. Creación propia del autor

Teniendo en cuenta lo anterior, la estrategia de comunicaciones establece el envío de mensajes de texto para informar y convocar a la comunidad junto con la difusión de correos electrónicos y chats por el carácter directo que tienen.

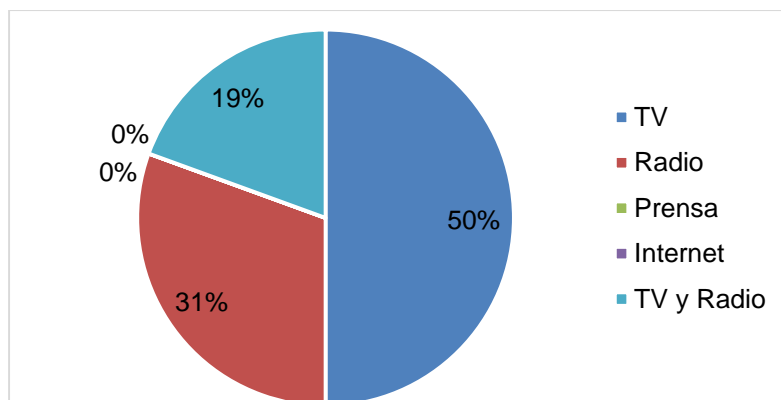
Se observa que si bien el teléfono es empleado por la comunidad, no se garantiza que el mensaje de texto tenga más eficacia que una llamada de voz, pues esta última garantiza la recepción de la información y la retroalimentación con el beneficiario ya que se establece un diálogo corto y puntal sobre el objeto de la llamada.

Al indagar sobre los medios de comunicación masiva utilizados más frecuentemente, la mayoría de personas seleccionaron la televisión de cobertura nacional con un 62%, sobre un 38% de radio.

Resulta interesante que medios de comunicación como el internet y prensa no tuvieron ningún de reporte de uso o consulta dentro de esta comunidad (ver Gráfico 4). Esto quiere decir que lo enunciado en la estrategia de comunicaciones no es acertado respecto al envío de correos electrónicos como una herramienta de información. Esto quiere decir que, así exista cobertura de internet en esta zona del

país, realmente no hace parte de las alternativas que contempla la comunidad para informarse.

Gráfico 4. Uso de medios de comunicación

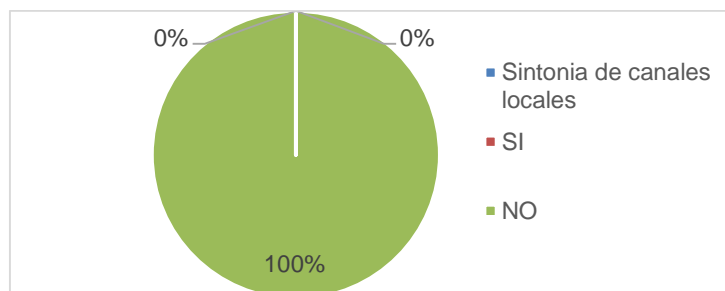


Fuente. Creación propia del autor

Claramente la televisión se convierte en el principal medio de comunicación usado por la comunidad. La estrategia establece la trasmisión de ‘vídeo clips con mensajes institucionales en medios regionales, cívicos y comunitarios’, los cuales actualmente no existen.

En el departamento de Boyacá existen 3 canales locales de televisión: el Canal 2 Cristal, Canal CNC Boyacá, Radio TV Colombia (online). Al respecto, se indagó a la comunidad sobre la sintonía hacia estos y el 100% manifestó no sintonizarlos.

Gráfico 5. Sintonía de canales de T.V Regional



Fuente. Creación propia del autor

Teniendo en cuenta la comunidad entrevistada y sus hábitos de consumo de medios basados en los canales de cobertura nacional, la propuesta de comunicación estratégica deberá considerar esta particularidad para enviar o no mensajes a comunidades específicas por medios masivos.

Ahora bien, siendo la televisión el medio de comunicación más usado por la comunidad, se indagó sobre los horarios y programas de preferencia. Es importante mencionar que en la actualidad los canales de televisión nacional cuentan con programas dirigidos al sector rural en el horario de las 5:00 am a 6:00 am, ya que se presume que durante este periodo de tiempo las familias campesinas se preparan para iniciar su labor. Contrario a lo que se esperaría, el horario de mayor sintonía manifestado por la comunidad entrevistada es en la noche. Las noticias son su emisión televisiva favorita.

Gráfico 6. Horarios de sintonía TV

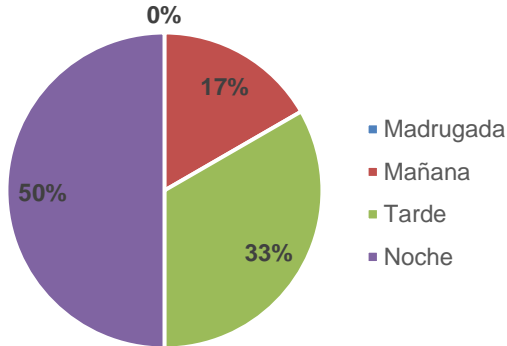
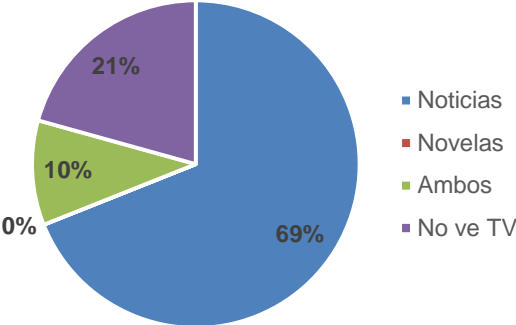


Gráfico 7. Programa de TV

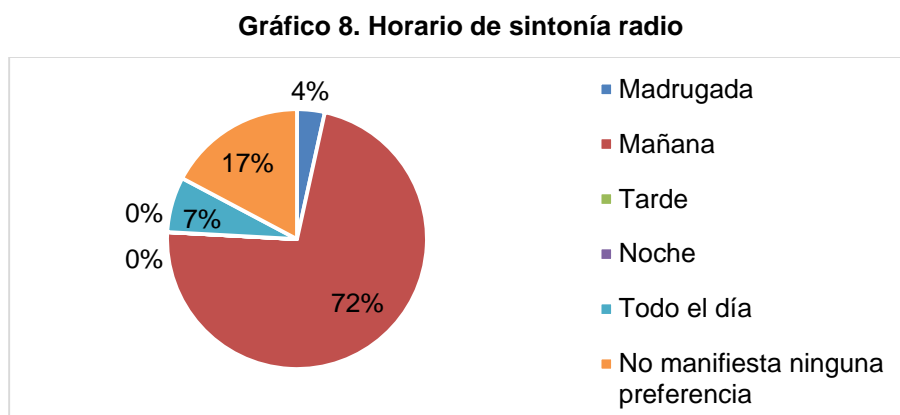


Fuente. Creación propia del autor

Esta información resulta valiosa para la propuesta de comunicación estratégica porque si bien evidencia el uso de un medio masivo, en un horario y franja informativa, enviar mensajes masivos a comunidades específicas podría generar

una falsa expectativa sobre la población que habita otras zonas donde el Programa no hace presencia.

Seguido a la Televisión, el segundo medio de mayor consumo en la región es la radio con un 38% (Ver Gráfico 4). Por lo tanto se indagó sobre el horario de mayor sintonía, destacando que el 72% la escucha en horas de la mañana (ver Gráfico 8).



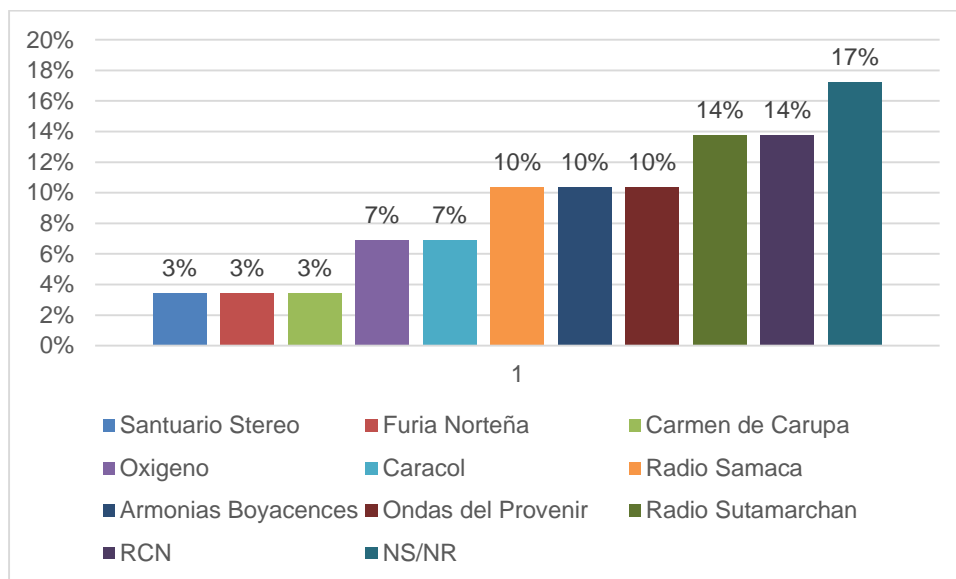
Fuente. Creación propia del autor

Aquí se obtiene un dato importante que complementa la estrategia de comunicación del Programa, al definir la mañana como el mejor horario de transmisión de información.

Ahora bien, aunque en Sáchica no hay emisoras locales, se indagó entre la comunidad cuáles eran las emisoras que más les gustaba escuchar,

En el Gráfico 9 se observa que no hay una preferencia destacada por una emisora particular. Se destacan las emisoras del municipio de Sutamarchán y RCN con un 14% de sintonía cada una, seguidas por Radio Samacá, Armonías Boyacences y Ondas del Porvenir con el 10 % de sintonía cada una.

Gráfico 9. Emisoras sintonizadas

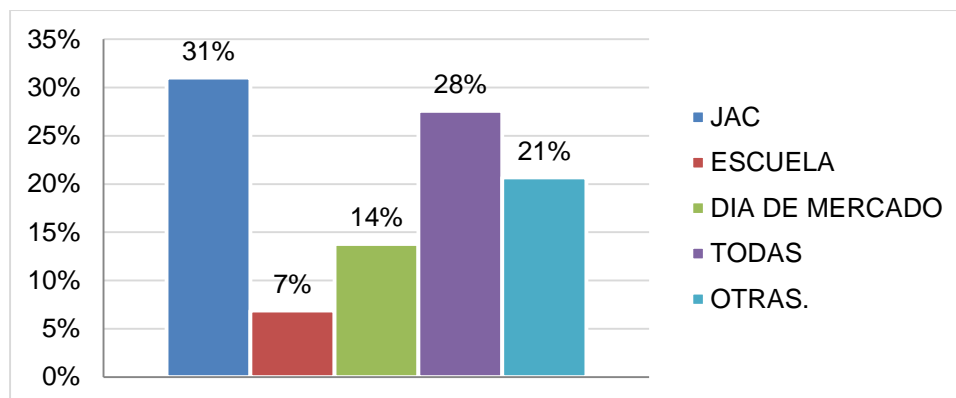


Fuente. Creación propia del autor

La estrategia actual de comunicaciones del Programa, si bien es acertada en sugerir las las emisoras comunitarias, cívicas y regionales, no hace una especial recomendación sobre la indagación previa de esta información entre las comunidad a intervenir, ni las actividades propias que se pueden realizar mas allá de la publicación de cuñas con información de jornadas, como por ejemplo capacitaciones a sus periodistas para empoderarles de este tema con el fin de generar mas información y conocimiento entre sus oyentes.

4.3.1.2 Segunda parte: Espacios de encuentro

Gráfico 10. Puntos de encuentro



Fuente. Creación propia del autor

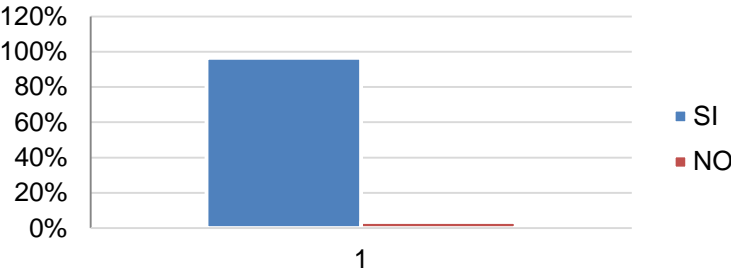
El 31% de la población entrevistada señaló el salón de la Junta de Acción Comunal como el principal punto de encuentro, seguido por del día de mercado (los días martes) por un 14%. Estos espacios son señalados en la estrategia de comunicación como escenarios para convocar a la comunidad y ubicar afiches informativos al respecto. Para conocer detalles numéricos de estos resultados consultar las tabla 6.

También se indagó sobre puntos como la escuela (7%), entre otras como el acueducto, familias en acción, la asociación de productores, los grupos de oración (21%). Este porcentaje llama la atención para considerar que existen otros espacios sugeridos en la estrategia de comunicaciones que son diferentes según la población, según los proyectos institucionales y la organización de la comunidad.

De la misma manera, se indagó por la asistencia a la misa dominical como otro punto de encuentro entre la comunidad encontrando que el 97% asiste a ella (Gráfico 11). Esta información es importante y no es considerada en la estrategia actual de comunicaciones, y puede emplearse para hacer llamados importantes del Programa, como por ejemplo nuevas jornadas de recepción, requisitos pendientes

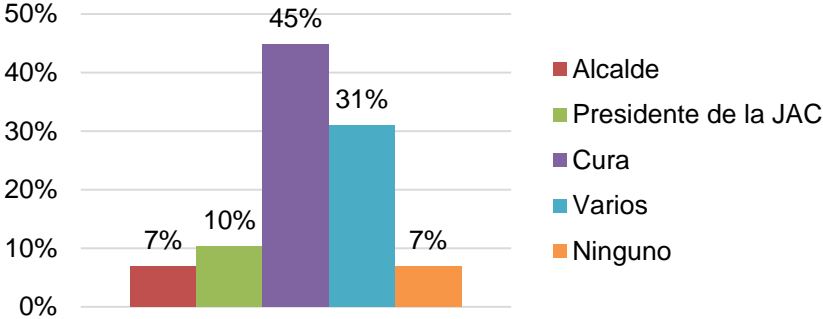
por cumplir para avanzar con el proceso, esto en voz del mismo cura o párroco de la iglesia, ya que representa mayor credibilidad entre los encuestados (Gráfico 12).

Gráfico 11. Asistencia a la misa dominical



Fuente. Creación propia del autor

Gráfico 12. Personajes con credibilidad



Fuente. Creación propia del autor

La información precisada en este punto gracias a las entrevistas realizadas permite concluir que no es acertado estandarizar lugares de encuentro, los medios de comunicación, los días, los horarios y los personajes de mayor credibilidad para transmitir los mensajes del Programa. No obstante se pueden sugerir lineamientos orientados a la caracterización de cada comunidad para que se realice un trabajo más acertado dependiendo de cada comunidad o grupo social.

4.3.1.3 Tercera parte: Percepciones respecto a la formalización

Se indagó sobre las percepciones que tenía la población entrevistada sobre la formalización. En primera medida se le preguntó al entrevistado si conocía qué era la formalización de la propiedad rural, utilizando un lenguaje sencillo y amigable. El 72% manifestó saber que era y un 28% lo desconocía (Gráfico 13). Esto quiere decir que los mensajes, medios y actividades realizadas previamente por el Programa han tenido resultados positivos para sensibilizar a la población sobre su tema de intervención. (Para conocer detalles numéricos de estos resultados consultar las tabla 7).

De igual manera, al preguntar sobre el conocimiento de los pasos necesarios para la formalización un 76% manifestó conocerlos sobre un 24% que manifestó no tener conocimiento (Gráfico 14). Esto evidencia un conocimiento generalizado de la comunidad sobre lo qué es y cómo se realiza la formalización gracias a las actividades realizadas por el Programa.

Gráfico 13. Conocimiento sobre la Formalización de la Propiedad Rural

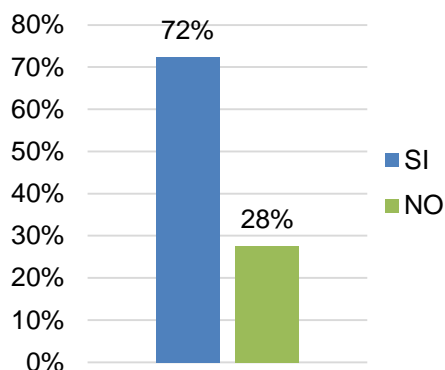
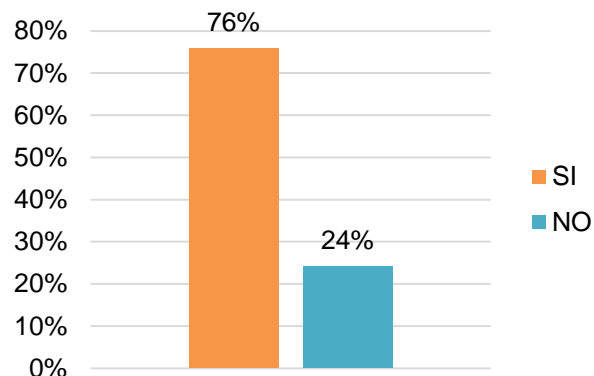


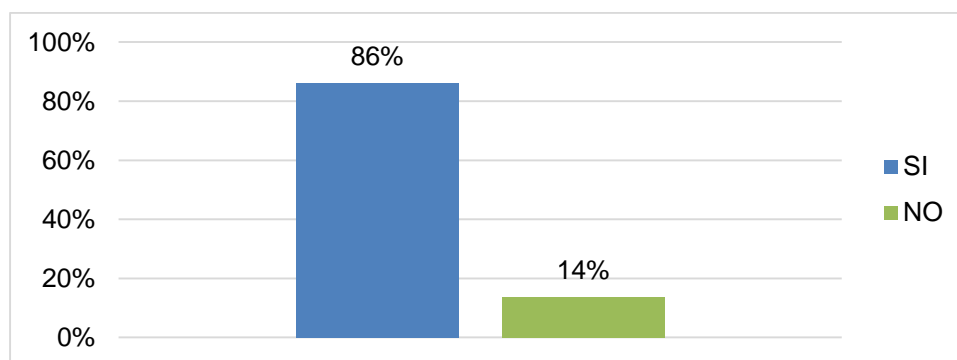
Gráfico 14. Conocimiento sobre cómo legalizar la tierra



Fuente. Creación propia del autor

De otro lado, se indagó sobre el conocimiento sobre los derechos de la mujer sobre la tenencia de la tierra donde el 86% afirmó conocerlos y el 14% no. Esto resulta positivo en relación a lo que establece la estrategia de comunicaciones sobre los mensajes enfocados a este público: “las mujeres con propiedad ganan autonomía” y “las mujeres están a la cabeza del hogar y de la formalización”.

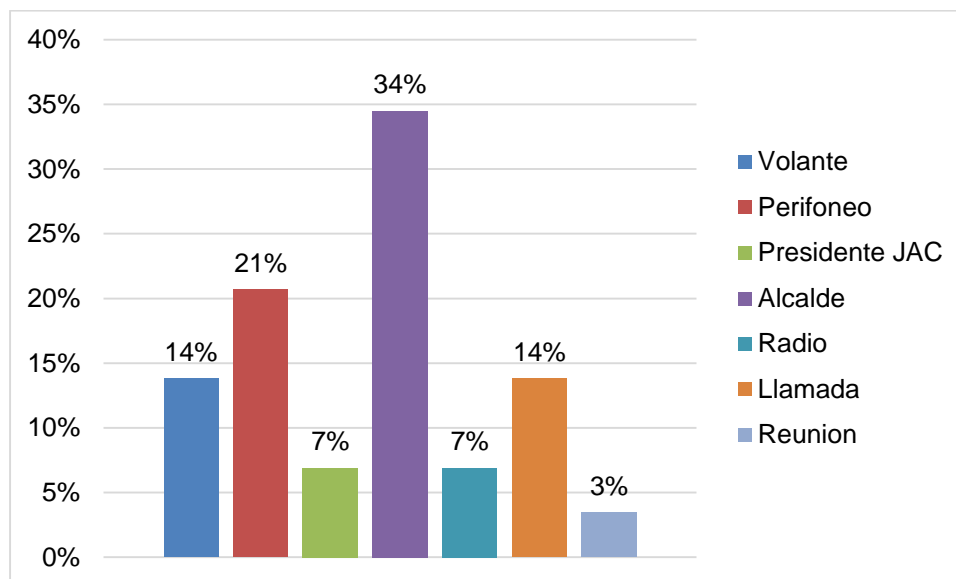
Gráfico 15. Conoce los derechos de la mujer



Fuente. Creación propia del autor

Ahora bien, cuando se preguntó ¿cómo se enteró del Programa de Formalización de la Propiedad Rural?, es interesante ver cómo el alcalde fue la fuente de información primaria entre la comunidad con un 34%, seguido por el perifoneo 21%, volantes y llamadas con 14% cada uno (ver gráfica 16). Esto quiere decir que si bien, el alcalde no cuenta con el mayor grado de credibilidad (Gráfico 12) sí es una fuente de convocatoria entre la población.

Gráfico 16. Medio a través del cual se enteró del Programa



Fuente. Creación propia del autor

De otro lado, se preguntó a la comunidad cuál fue la principal razón para inscribirse en el Programa y las respuestas fueron reiterativas respecto a los siguientes puntos:

- “Porque era gratis”
- “Para sanear y legalizar el predio para el futuro de los hijos”
- “Porque quiero legalizar mi predio”
- “Para aprovechar la ayuda del gobierno”
- “Para ser propietaria por fin de algo”
- “Porque me interesa ser propietario de mi tierra”
- “Para que cada hermano tuviera su derecho”
- “Para sacar nuestros títulos en limpio, sacar nuestras propias escrituras”.

Se evidencia cómo son los mensajes sobre la gratuidad del Programa, la solución de sucesiones ilíquidas al interior de la familia, sanear la propiedad para poder heredarle la tierra a los hijos, son las afirmaciones que resaltan entre la comunidad entrevistada. Se destaca que estos mensajes no fueron formulados en la estrategia,

y son aquellos que representan las ventajas de la formalización en términos sencillos para los campesinos.

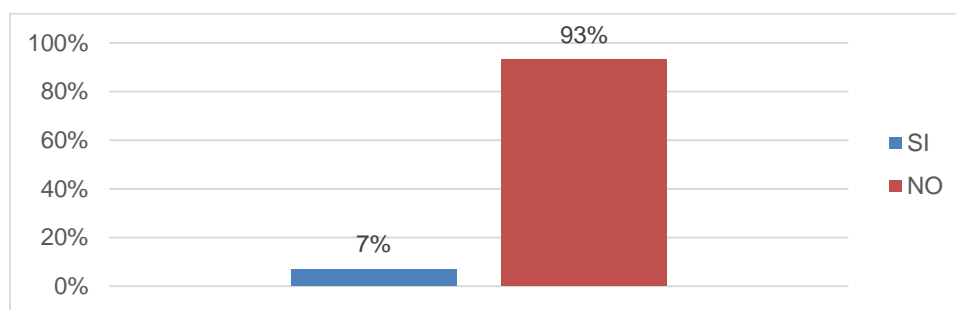
De la misma manera, al preguntar por qué es importante formalizar la tierra, estas fueron las respuestas más frecuentes entre los entrevistados:

- “Para tener todo seguro”
- “Para que le quede la tierra a cada uno”
- “Para que uno quede con los papeles al día”
- “Para ser el dueño y saber lo que tiene”
- “Porque así se sabe qué es de uno”
- “Porque queda ya uno como dueño”
- “Porque con el título tiene uno derecho a tener algún préstamo”
- “Para un préstamo y para sentirse ya uno como propietario”
- “Para tener la propiedad y que nadie nos moleste”
- “Porque se ganan beneficios”
- “Quedan claras las cosas para los hijos”
- “Porque ya uno puede sacar cualquier crédito bancario y puede vender la finca sin ningún problema”
- “Porque tiene su título propio. Porque ya teniendo nuestra escritura pública ya podemos sacar adelante nuestros proyectos”
- “Había informalidad, los muertos eran los dueños”

Estas afirmaciones traducen el objetivo general del Programa de Formalización de la Propiedad Rural en el lenguaje propio de los campesinos, las cuales no están plasmadas en la actual estrategia de comunicaciones. Este insumo permitirá especificar en el mensaje que se plasmará en las piezas informativas y en los diferentes escenarios de encuentro que determine la propuesta de comunicación estratégica que se elaborará a partir de esta investigación.

Continuando con la información de las entrevistas, se preguntó a la población si había tenido dudas de participar e inscribirse en el Programa de Formalización de la Propiedad Rural, pero solo el 7% respondió que sí, sobre el 93% que afirmó no haber tenido dudas (ver Gráfico 17).

Gráfico 17. Dudas de participar en el Programa



Fuente. Creación propia del autor

Por un lado, esta información resalta la importancia que tiene el PFPR del Gobierno Nacional para las zonas rurales del país en pro de resolver la informalidad en la tenencia de la tierra. Por otro lado, la participación de las autoridades y líderes locales ha sido determinante para llegar a la comunidad, pues representan la puerta de entrada a la confianza y participación activa que necesita este proceso.

También se indagó sobre el nivel de confianza que tiene el Programa dentro de la comunidad al preguntar cuáles han sido los compromisos que ha adquirido el Programa:

- “Levantamiento de topografías y los abogados revisaban que se formalizara en dos años”
- “Que todo era gratis y que nos entregaban los papeles al día”
- “Que al pasar por varias etapas ellos nos entregan la escritura”
- “Que nos iban a legalizar nuestro predio y no nos iban a cobrar”
- “Me llevan a ser propietario mediante el proceso del programa”

- “Entregar la topografía y de resto ya legalizar ante la notaría o el juzgado para legalizar la escritura”
- “Entregarle a la gente todos sus papeles/escrituras al día”
- “Que nos sacan las tierras con una escritura”

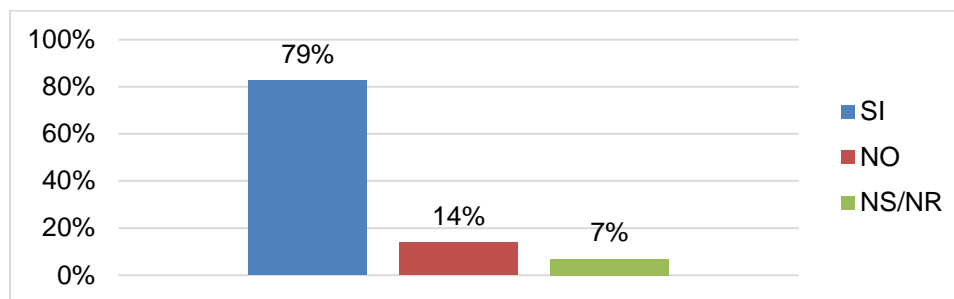
Se observa que los compromisos percibidos por la comunidad están relacionados con la gratuidad del proceso, pero también con las etapas que se deben cumplir para tal fin. Así mismo, relacionan claramente la entrega del título como el producto final de éste acompañamiento.

Aquí se presenta una dificultad en el mensaje frente al producto esperado, pues si bien el Programa acompaña a las familias campesinas en el proceso de formalización, el Programa no es un *formalizador* ni es la autoridad establecida para entregar títulos de propiedad. Esta es una función de los jueces que emiten la sentencia y de los notarios y registradores que culminan el proceso. El papel del Programa culmina en la radicación de demandas con pruebas necesarias que exige la ley para evidenciar la posesión sobre un predio y por parte de un particular, para que sea el juez el que determine los derechos que tiene o no sobre el predio. De ser positiva la sentencia, el Programa retoma el proceso y acompaña a la familia campesina ante la oficina de registro de instrumentos públicos para registrar y expedir el certificado de libertad y tradición, donde se formaliza la figura del dueño real del dominio de un predio determinado.

Esta parte del proceso es lo que el Programa ha denominado la Etapa 3, pero la estrategia actual de comunicaciones es débil en este aspecto, pues en la formulación de los mensajes no hace hincapié en el alcance real que tiene el Programa.

Se preguntó a la comunidad si el Programa de Formalización de la Propiedad Rural, a la fecha, había cumplido con los compromisos adquiridos:

Gráfico 18. Cumplimiento de los compromisos el Programa



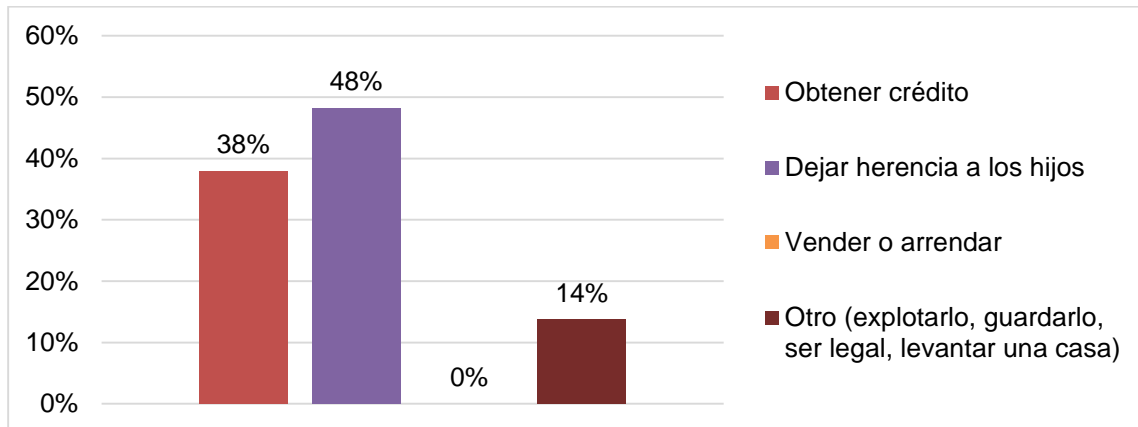
Fuente. Creación propia del autor

Un 83% considera que el Programa si ha cumplido con lo prometido, sobre un 14% que considera lo contrario.

Al respecto, es importante destacar que la presencia permanente en el municipio del GTF representa un gran acierto de la metodología del Programa, para generar confianza entre la comunidad y los actores locales quienes se pueden acercar en cualquier momento a preguntar por el estado de su proceso.

Seguidamente, se indagó entre la comunidad qué era lo que esperaba hacer al obtener el título de propiedad evidenciando que un 48% de la población entrevistada señalo dejar la herencia a los hijos como su principal interés, seguido por un 38% que espera obtener un crédito, y un 14% que considera valioso el titulo para explotar el predio, guardarlo o acceder a un crédito de vivienda.

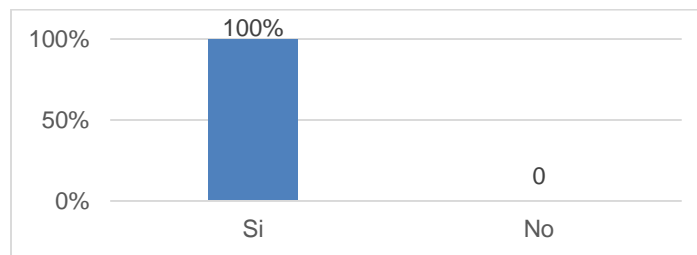
Gráfico 19. Lo más importante al obtener el título



Fuente. Creación propia del autor

Finalmente se consultó si las personas recomendarían el Programa a un vecino o familiar obteniendo un 100% de respuestas positivas (Gráfico 20).

Gráfico 20. Recomendaría el Programa



Fuente. Creación propia del autor

De esta forma es posible afirmar que si bien la estrategia actual de comunicaciones y la misma metodología de formalización establecida por el Programa, presenta aciertos que han llevado a que la población lo conozca y lo recomiende, es necesario fortalecer su formulación, mensajes, medios, piezas informativas en cada una de las etapas del proceso de acuerdo a las características de la población, sus necesidades, aspiraciones e intereses.

Tabla 5. Resumen Entrevistas. Medios de Comunicación

PREGUNTA	RESPUESTA																
	MEDIOS DE COMUNICACIÓN					Radio y TV	Prensa	Internet	Madrugada	Mañana	Tarde	Noche	Todo día	NR	Noticias	Ambos	No ve TV
¿Usa celular?	34	12	2														
¿Accede a internet?		48															
¿Tiene usted o algún miembro de su hogar un correo electrónico?	7	40	1														
¿Qué medio usa con más frecuencia para informarse?:				24	15	9	0	0									
¿En qué horarios ve televisión?									8	16	24						
¿Cuál es su programa favorito de televisión?														33	5	10	
¿Ve usted el canal local/regional de televisión?	0	48															
¿En qué horarios escucha más la radio?									2	35			3	8			

Tabla 6 Resumen Entrevistas. Puntos de Encuentro

PREGUNTA	RESPUESTA											
	JAC	Escuela	Mercado	Otro	Todas	Si	No	Alcalde	JAC	Cura	Varios	Ninguno
¿En qué momentos y lugares se encuentra usted con la comunidad?	15	3	7	10	13							
¿Usted va a misa los domingos?						100	0					
¿En qué personaje de la comunidad cree más usted?								3	5	22	15	3

Tabla 7 Resumen Entrevistas. Percepciones sobre la Formalización

PREGUNTA	RESPUESTA													
	Si	No	NR	Volante	Perifoneo	JAC	Alcalde	Radio	Llamada	Reunión	Crédito	Herencia	Vender/arr endar	Otro
¿Sabe que es la formalización de la propiedad rural?	35	13												
¿Sabe usted cómo legalizar la tenencia de su tierra?	36	12												
Cómo se enteró del Programa de Formalización de la Propiedad Rural?				4	10	4	16	4	7	3				
¿Tiene claro los derechos que tienen las mujeres sobre la tenencia de la tierra?	41	7												
¿Tuvo dudas de participar en el Programa?	45	2												
¿Antes usted intentó formalizar su predio?	25	23												
¿Conoce los pasos para formalizar?	30	13	5											
A la fecha ¿han cumplido con los compromisos del Programa?	38	7	3											
¿Recomendaría usted el programa a un vecino o familiar?	48													
¿Qué es lo más importante para usted al obtener el título?											18	23	0	7

4.4 Resultado de la Encuesta Interna de Percepción sobre la coordinación y la comunicación del Programa de Formalización de la Propiedad Rural

Como se mencionó anteriormente, la estrategia de comunicaciones del Programa no consideró dentro de su formulación el público interno, es decir aquellas personas que desde el nivel central, regional y municipal desarrollan el componente operativo y estratégico del Programa y se convierten en la principal fuente de información con los públicos externos². Por lo tanto, para el desarrollo de esta investigación, se

² El Programa de Formalización de la Propiedad Rural está conformado por 110 colaboradores, contratados mediante la modalidad de prestación de servicios por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural o su operador. La estructura organizacional del Programa, como se explicó en el capítulo 3 (Ilustración 1. Organigrama del Programa de Formalización de la Propiedad Rural), está conformada una Unidad Coordinadora Nacional, 3 oficinas regionales y 30 oficinas municipales, integrados por profesionales jurídicos, técnicos, sociales y administrativos.

realizó una encuesta (anexo 4) para conocer las percepciones sobre la coordinación y comunicación interna.

Se realizó una encuesta virtual a través de la herramienta Google Drive con los colaboradores del Programa en los 30 municipios de intervención.

En total respondieron 68 personas: 43 integrantes de los grupos técnicos de formalización (municipio), 20 de las oficinas regionales y cinco (5) de la Unidad Coordinadora Nacional. Esto representa el 62% de la totalidad de integrantes del Programa.

Resultados

La población que integra el Programa de Formalización de la Propiedad Rural es relativamente joven pues un 35% tiene entre 18 a 30 años de edad, seguida por un 31 % que tiene entre 31 a 40 años de edad (Gráfico 21). Así mismo se observa que la gran mayoría de los encuestados (40%), llevan menos de un año en el Programa, lo cual denota una alta rotación de personal con retos importantes para el Programa en materia de entrenamiento y capacitación (ver gráfico 22).

Gráfico 21. Edades de los Integrantes del Programa

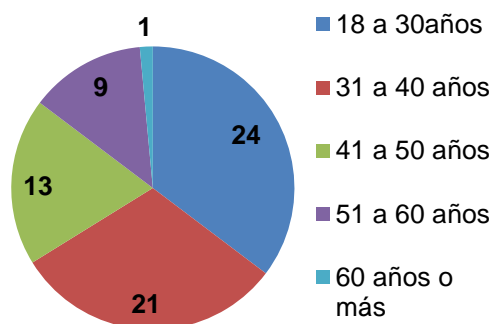
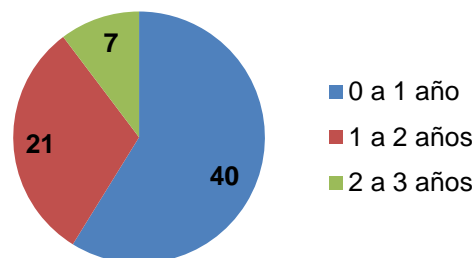


Gráfico 22. Antigüedad en el Programa



Fuente. Creación propia del autor

En la actualidad, el Programa no cuenta con un esquema de capacitación formal para los integrantes en cada uno de los niveles de la organización. Solamente se realizan inducciones que duran cuatro (4) horas y el trabajo de campo generalmente es el que provee el conocimiento y el aprendizaje entre el personal.

Aun así, es interesante observar que, a pesar de estar conformado por un número de personas nuevas (con menos de un año en el Programa), el 99% afirma conocer los objetivos, las metas y las acciones institucionales.

Gráfico 23. Conocimiento de los objetivos del Programa

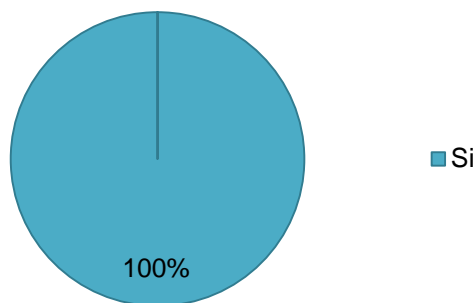
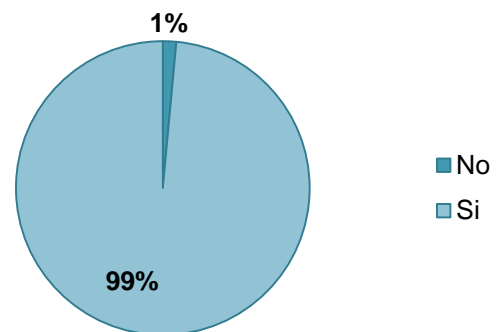


Gráfico 24. Conocimiento de las metas

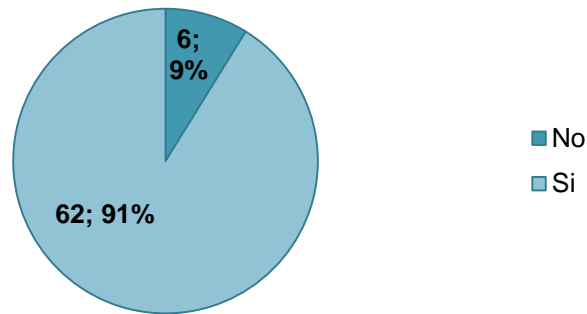


Fuente. Creación propia del autor

Esto obedece principalmente al reducido número de personas que integran el GTF de cada municipio (5 a 6 personas), lo cual facilita la circulación de la información.

Ahora bien, el 62% afirma conocer las acciones que el Programa adelanta para alcanzar las metas (Gráfico 25).

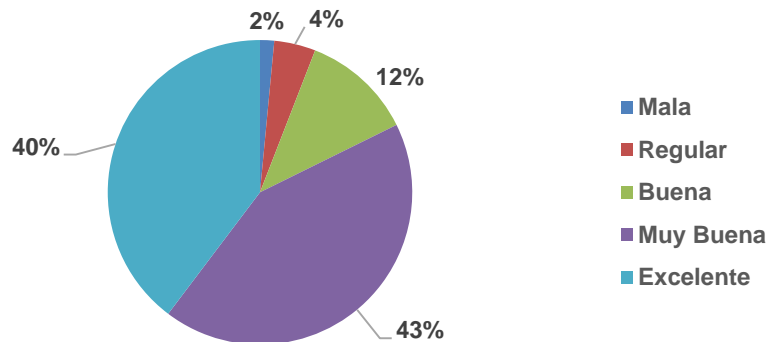
Gráfico 25. Conocimiento de las acciones que se adelantan para alcanzar las metas



Fuente. Creación propia del autor

Es importante mencionar que no existen espacios ni canales de coordinación formalmente establecidos en cada uno de los niveles del Programa. No obstante el 43% califica la coordinación como muy buena (Gráfico 26).

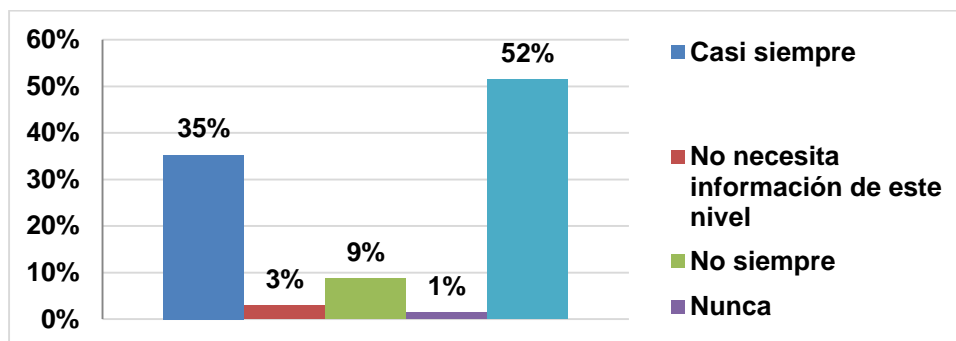
Gráfico 26. Coordinación interna



Fuente. Creación propia del autor

La recepción oportuna de la información para cumplir con las funciones del Programa, es calificada con 52% al percibir que “siempre” la información es suministrada a tiempo (Gráfico 27).

Gráfico 27. Recepción oportuna en la información



Fuente. Creación propia del autor

Así mismo se indagó sobre la confianza que representa la información recibida por parte de cada uno de los niveles, destacando que la información del nivel regional es confiable solo para un 36% de los encuestados, la suministrada por el nivel nacional tiene un 38% de confiabilidad (Gráficos 28, 29 y 30).

Gráfico 28. Confiabilidad que genera la información Local

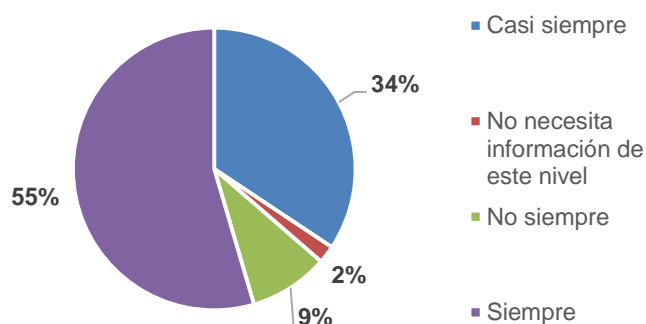


Gráfico 29. Confiabilidad que genera la información regional

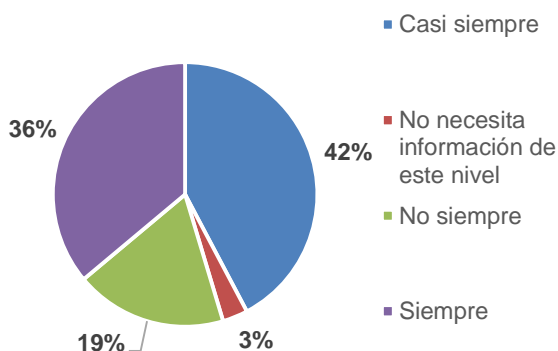
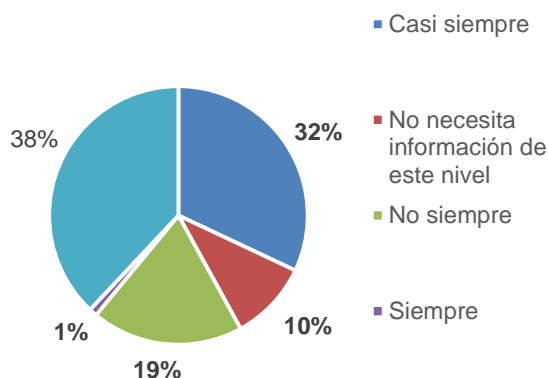


Gráfico 30. Confiabilidad que genera la información nacional



Fuente. Creación propia del autor

Esta percepción negativa sobre la confiabilidad de la información merece especial atención fortalecer los mensajes, medios, frecuencia, escenarios y calidad de la información ya que en la actualidad no existen mensajes ni espacios de comunicación masiva al interior del Programa.

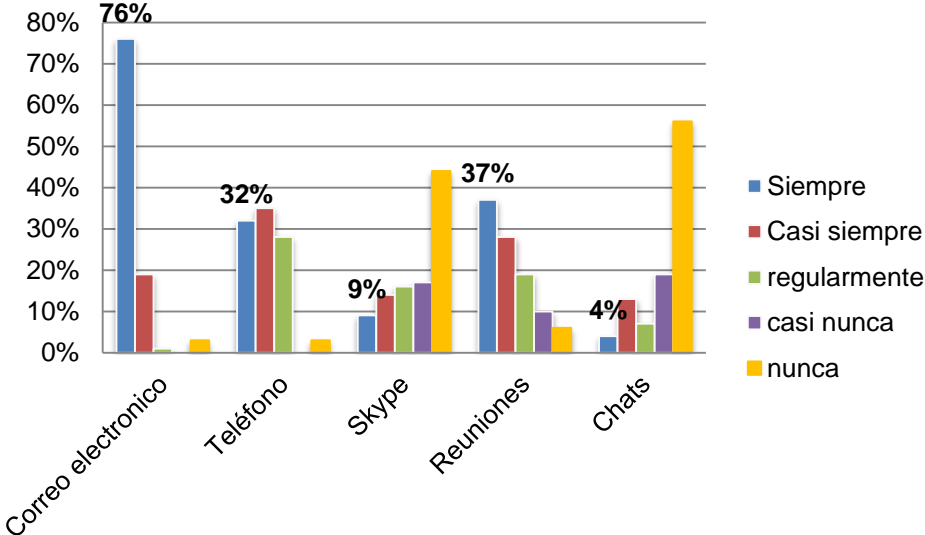
4.4.1.1 Medios y escenarios de comunicación

Al indagar sobre la frecuencia del uso de los medios y escenarios de comunicación a nivel interno, se destacan como los más usados el correo electrónico (76%) seguido de las reuniones presenciales (37%) y en tercer lugar el teléfono (32%) como se puede observar en el Gráfico 31. Es importante mencionar que las cuentas de correo usadas por los funcionarios del nivel local y regional son cuentas personales³ y no institucionales debido a la baja capacidad de almacenamiento de ellas. Esta situación no causa traumatismo a nivel interno, sin embargo el uso de

³ andandoenpaz@gmail.com; bambam02@yahoo.com

dominios como Hotmail.com y Gmail.com reduce el posicionamiento de la marca y la capacidad de recordación de los destinatarios de los mensajes.

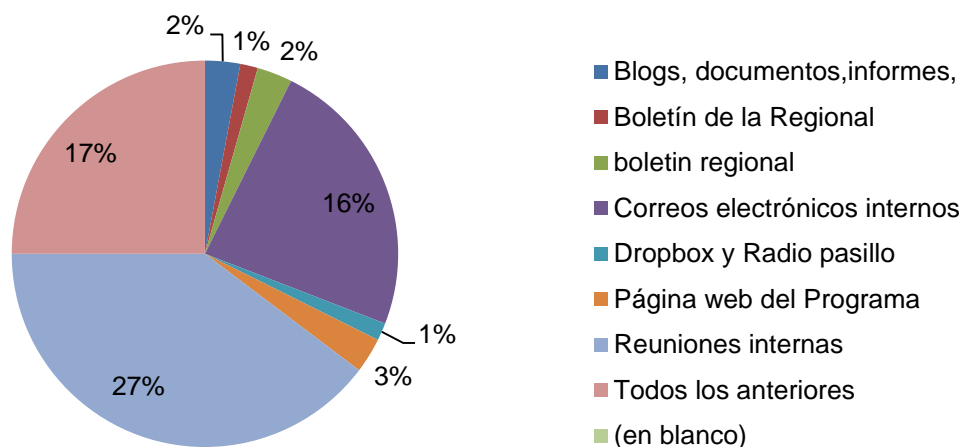
Gráfico 31. Medios y escenarios de comunicación



Fuente. Creación propia del autor

Respecto a los medios y escenarios sugeridos para conocer los avances del Programa, se destacan las reuniones internas (27%) seguidas por los correos electrónicos (24%) (Gráfico 32).

Gráfico 32. Medios usados para conocer los avances del Programa

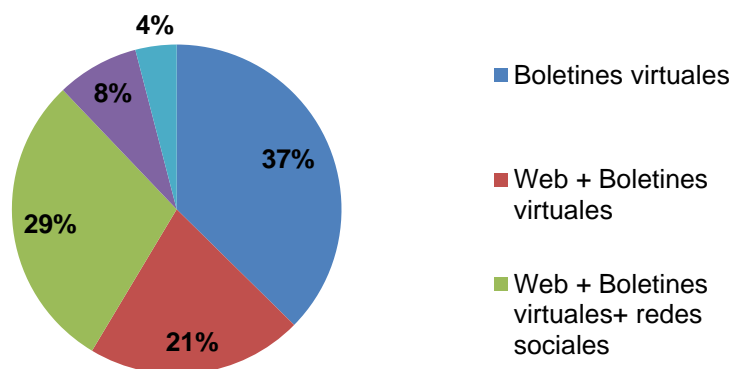


Fuente. Creación propia del autor

Es importante destacar que la página web del PFRP (<http://formalización.minagricultura.gov.co>) es usada por el 3% de las personas que participaron en esta encuesta. La página es una herramienta que se actualiza semanalmente y contiene información de las actividades del orden nacional, regional y municipal, pero no cuenta con actividades de posicionamiento y de divulgación a nivel interno y externo del Programa.

Al indagar sobre los medios o escenarios de comunicación a través de los cuales les gustaría informarse sobre los avances del Programa, el 37% de los encuestados prefiere los boletines virtuales, seguidos de la página web. Esta información representa un insumo importante para la toma el plan de la propuesta de comunicación estratégica (Gráfico 33).

Gráfico 33. Medios deseados



Fuente. Creación propia del autor

Dentro de los comentarios generales que esta encuesta permitió registrar, se sugiere la creación de un eslogan de recordación del Programa entre los beneficiarios así como campañas de comunicación interna y muy especialmente mejorar el proceso de comunicación durante el proceso de contratación pues es percibido como muy demorado e impersonal.

Para concluir este capítulo es importante resumirlo en los siguientes puntos:

La formulación de la estrategia de comunicaciones

- Es dispersa e imprecisa por cuanto no establece metas, alcance, tiempos, responsables, presupuesto y esto hace que las actividades propuestas sean solo enunciadas puesto que también carecen de seguimiento y medición. Esto hace que las actividades propuestas para su implementación sean indefinidas, sin presupuesto, responsables ni cronogramas.
- Los ocho (8) objetivos específicos son similares entre sí, repetitivos, amplios, indeterminados, abstractos, y su enunciación se establece en términos de resultados esperados.
- La estrategia define los públicos objetivos de manera segmentada, lo cual es

importante para determinar los mensajes clave y piezas de comunicación. No obstante, los mensajes también son amplios, indeterminados y las piezas no se han desarrollado en su totalidad.

Implementación de la estrategia de comunicaciones en la vereda Arrayán, municipio de Sáchica, Boyacá

- La estrategia no consideró una caracterización previa de los beneficiarios para seleccionar los medios y escenarios de comunicación más adecuados para su interlocución.
- La estrategia de comunicaciones propone cartillas, volantes, carteles, cuñas de radio, clips de video, perifoneo, chats, mensajes de telefonía móvil y correos electrónicos con la población rural. Es desacertada al proponer de chats y correos electrónicos, los cuales no son usados por la comunidad.
- Se evidenció que el medio de comunicación más usado es la televisión nacional en horas de la noche. Los canales locales o comunitarios de la zona, sugeridos en la estrategia de comunicaciones, no son sintonizados por la comunidad.
- El 72 % la población entrevistada sintoniza la radio en horas de la mañana, una información acertada con lo planteado por la estrategia de comunicaciones del Programa, pero sin orientaciones específicas.
- El salón de la Junta de Acción Comunal, fue señalado como el principal punto de encuentro de la comunidad. No obstante, también se señalaron otros escenarios como el acueducto, familias en acción, la asociación de productores, los grupos de oración, lo cual quiere decir no es posible estandarizar los espacios de encuentro para cada comunidad, según los proyectos institucionales y la organización de la zona.
- El párroco o cura de la comunidad representa el mayor porcentaje de credibilidad entre la población.

- Sobre las percepciones frente a la formalización de la propiedad rural, el 72% de la población manifestó saber qué era la formalización de la propiedad rural y un 76% manifestó conocer los pasos necesarios para alcanzarla. Esto gracias las cinco (5) jornadas o reuniones con la comunidad establecidas en la metodología de formalización, ya que facilitan el diálogo permanente con la comunidad.
- El 86% de la población entrevistada afirmó conocer los derechos de la mujer y el 14% no.
- Mediante esta investigación, se determinaron los siguientes atributos de valor que la comunidad otorga al Programa de Formalización de la Propiedad Rural:
 - Repartir la tierra en partes iguales para no tener problemas en la familia
 - Es gratis
 - Sanear y legalizar el predio para el futuro de los hijos
 - Con el título se pueden aprovechar la ayuda del gobierno
 - Para ser propietaria por fin de algo
 - Tener los papeles al día porque los muertos actualmente son los dueños de las tierras
- Se debe prestar atención a los mensajes de “gratuidad” y “entrega del título” como el producto final de este acompañamiento realizado por el Programa.

La comunicación al interior del Programa

- Es necesario establecer un mecanismo de capacitación permanente sobre la metodología del Programa teniendo en cuenta que existe una alta rotación del personal
- No existen espacios ni canales de coordinación formalmente establecidos en cada uno de los niveles del Programa y los existentes no cuentan con la

formalidad necesaria que garantice seguimiento, ayudas de memorias, ni actas o listados de asistencia.

- Respecto a la oportunidad y confiabilidad de la información que las personas reciben para cumplir con sus funciones tiene una baja calificación, por lo tanto se hace necesario formalizar los canales, medios y escenarios de comunicación para superar esta situación (Gráficos 27 y 28).
- La página web del Programa sólo tiene un 3% de uso entre las personas por su desactualización.
- Se sugiere la creación de eslogan de recordación del Programa entre los beneficiarios así como campañas de comunicación interna, especialmente mejorar el proceso de comunicación durante el proceso de contratación pues se percibe como demorado e impersonal.
- Uso de boletines virtuales, y actualización de la página web son otras de las recomendaciones.

CAPITULO 5. PROPUESTA DE COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA

La propuesta de comunicación estratégica del Programa de Formalización de la Propiedad Rural, tendrá un enfoque que promueva los procesos de diálogo entre sus públicos para que las actividades realizadas tengan validez y sostenibilidad

5.1 Objetivo general

Posicionar el Programa de Formalización de la Propiedad Rural ante sus audiencias de interés mediante mensajes y actividades estratégicas para contribuir en el logro de sus objetivos en un periodo de 3 años.

5.2 Objetivos específicos

- Generar pedagogía en torno a la cultura de la formalización de la propiedad rural a 18000 personas con informalidad en la tenencia de sus predios en los 90 municipios de intervención del Programa de Formalización de la Propiedad Rural durante 3 años
- Posicionar el Programa ante sus diferentes audiencias de interés en 90 municipios de intervención un periodo de 3 años
- Fomentar la coordinación al interior del Programa de Formalización de la Propiedad Rural

A continuación se describen las estrategias para cada objetivo, los públicos mensajes, así como las actividades, metas, indicador y producto de cada una de ellas.

En la tabla número 5 se formula el Plan de Acción donde se consolida la estrategia con el presupuesto, cronograma y responsables de cada actividad.

Objetivo específico 1.

Generar pedagogía en torno a la cultura de la formalización de la propiedad rural a 18000 personas con informalidad en la tenencia de sus predios en los 90 municipios de intervención del Programa de Formalización de la Propiedad Rural durante 3 años.

Es importante recordar que la metodología para formalización masiva de la propiedad rural por barrido predial del Programa, incluyó la realización de cinco (5) jornadas o reuniones con la comunidad, lo cual ha promovido la creación de espacios de diálogo con la comunidad a lo largo de las tres etapas. Por lo tanto se propuso la siguiente estrategia para fortalecer la existente respecto a este punto.

5.2.1.1 Estrategia

Desarrollar una campaña pedagógica para promover, socializar y generar conocimiento sobre la formalización de la propiedad rural a 18.000 personas con informalidad en la tenencia de predios rurales.

5.2.1.2 Público Objetivo

Organizaciones de base y personas con informalidad en la tenencia de predios rurales en cada uno de 90 municipios de intervención del Programa de Formalización de la Propiedad Rural.

5.2.1.3 Temas claves

Los temas clave están focalizados en las ventajas de la formalización, por ello los mensajes deben pretender resolver los siguientes interrogantes.

- ¿Qué es la informalidad en la tenencia de la tierra?
- ¿Cuándo soy informal?

- ¿Tipo de informalidad?
- ¿Cómo se pasa de la informalidad a la formalidad?
- ¿Qué derechos tiene la mujer en la tenencia de la tierra?
- ¿Qué requisitos debemos cumplir para ser formales?
- ¿Cuánto cuesta el proceso de formalización?
- ¿Cuáles son las entidades encargadas de la formalización y qué función tienen?

5.2.1.3.1 Mensajes

Momento 1: Socialización

- *“Con mi título registrado, soy un verdadero propietario”*
- *“Así como a quien madruga Dios le ayuda, a quien registra su título, su tierrita con derechos de propiedad disfruta”*
- *“Ya un préstamo en el banco no me podrán negar, pues con el título de propiedad mi tierrita podré cultivar”*
- *“En la etapa uno, los papeles debo alistar, las escrituras y pago predial debo desempolvar”*
- *“En la etapa dos, atento estaré a la visita de los ingenieros porque medirán mi predio, arreglarán los problemas de linderos y con un plano en las manos, finalizará su trabajo”.*
- *“En la etapa 3, los abogados no me cobrarán por presentar las demandas ante jueces o notarios porque son ellos quienes me dan mis derechos de propiedad”*
- *“En la etapa 3 al día en mis impuesto debo estar”*
- *Que sepan los hombres que las mujeres derechos de propiedad también pueden gozar pues la ley 760 así lo ha de garantizar.*
- *Accederé*

- No le herede problemas a sus hijos: reparta la tierra en partes iguales para los miembros de su familia

Momento 2: Recepción de documentos.

- Con el formulario de inscripción diligenciado y firmado, un abogado e ingeniero del Programa valorará su caso para determinar el tipo de informalidad de su predio (falsa tradición, posesión, ocupación, sucesión ilíquidas) y determinar los documentos adicionales que se deben adjuntar para continuar con el saneamiento del caso
- Cuando el Programa establezca qué documentos hacen falta, se comunicará con usted al teléfono registrado en el formato de inscripción para solicitarle que los haga llegar a la oficina del Programa. Es posible que también el Programa organice una jornada especial de subsanación, para lo cual realizará una jornada especial en su vereda para tal fin, razón por la cual también se le informará a través de una llamada telefónica, los líderes de su comunidad y otros medios como perifoneo o emisoras locales.

Momento 3.

- El Programa ya tiene un estudio jurídico preliminar de las solicitudes de los predios inscritos en la primera etapa y por ello grupo de ingenieros, topógrafos y sociales visitarán los predios para medir su extensión, comprobar los límites y esclarecer el uso que se le da a cada predio.
- La visita se realizará en la siguiente fecha: fechas (cronograma de visitas)
- Para el día de la visita es importante:
 - El solicitante debe estar presente
 - Aportar los documentos que aún no ha podido llevar a la oficina del Programa
 - Limpiar o hacer muy visibles los linderos

- Citar a sus vecinos o colindantes para que firmen las actas de colindancia
 - Tener tres (3) testigos que puedan dar fe del trabajo que usted realiza ahí de manera pacífica e ininterrumpida
- Al terminar de visitar todos los predios de la vereda inscritos en el Programa, se realizará una jornada de exposición pública de resultados donde se hará público el trabajo realizado por el Programa, los predios a formalizar, la ruta jurídica de cada uno, espacio en el cual cualquier persona que se oponga al proceso lo podrá manifestar. Se entregará a cada solicitante el plano de su predio y en los casos donde sea necesario, se firmará un poder para que un abogado del Programa pueda representarlo ante una autoridad judicial.

Momento 4 y 5

- Para casos que se tramitan ante la vía notariales, el Programa lo acompañará ante una notaría para presentar los documentos necesarios para registrar su escritura. El notario estudiara la información aportada y de encontrarse todo el orden, registrará la escritura y posteriormente el Programa lo acompañara a registrarlo ante la oficina de instrumentos de registro público, con el fin de expedir el título o certificado de libertad y tradición donde aparezca el nombre del solicitante como el verdadero dueño del predio
- Para los casos judiciales, el Programa lo acompañará a un juzgado civil municipal para presentar el expediente con la demanda que resolverá su caso. Será el juez quien estudiara la información aportada y otorgara los derechos de Propiedad de la Rural mediante una sentencia judicial. Para ello el juez deberá realizar una visita judicial a su predio, donde comprobará la información aportada por el Programa, y determinará los derechos de propiedad del solicitante. Posteriormente, el Programa lo acompañara a registrar esta sentencia ante la oficina de instrumentos de registro públicos, con el fin de expedir el título o certificado de libertad y tradición donde

aparezca el nombre del solicitante como el verdadero dueño del predio

5.2.1.4 *Actividades*

- Diseñar y aplicar una caracterización a 30 personas por cada uno de los 90 municipios de las zonas a intervenir donde se indague edad, grado de escolaridad, género, expectativas al Programa frente a la población así como puntos de encuentro, medios de comunicación y horarios de consumo
- Sistematizar el análisis de las fichas de caracterización diligenciadas en cada municipio. Este documento estará a disposición del Grupo Técnico de Formalización Municipal y empresas operadoras, teniendo en cuenta el alto grado de rotación del personal
- Diseñar una guía pedagógica detallada sobre los pasos/etapas de la formalización de la propiedad rural y las diversas formas de transmitirlos a la comunidad, presentando dinámicas, juegos, analogías, juegos, etc. con el fin de realizar talleres teóricos-prácticos con las comunidades rurales
- Construir un documento tipo “glosario” que recoja los “temas clave” en un lenguaje coloquial, sencillo y claro para las comunidades rurales
- Diseñar un kit de herramientas pedagógicas para apoyar los talleres teórico-prácticos (cartillas, camisetas, gorras, mensajes radiales, juegos)
- Capacitar a los contratistas del Programa en el uso de las herramientas y documentos diseñados
- Realizar talleres teórico prácticos con 200 personas (de este grupo objetivo) en cada uno de los 90 municipios
- Evaluación el cumplimiento de la estrategia realizando entrevistas a profundidad y grupos focales

5.2.1.5 *Meta*

- 1 ficha de caracterización diseñada

- 30 fichas diligenciadas por municipio
- 90 matrices diligenciadas
- 90 matrices de caracterización social diligenciadas
- 1 guía pedagógica sobre la formalización de la propiedad rural elaborado
- 1 documento sobre la formalización de la propiedad rural en un coloquial, sencillo y claro para las comunidades rurales elaborado
- Kit de herramientas pedagógicas sobre la formalización de la propiedad rural diseñado y elaborado/meta
- 30 capacitaciones a los contratistas del Programa en el uso de herramientas y documentos elaborados
- 18.000 personas capacitadas en 90 municipios del país
- 100 entrevistas al año; 3 grupos focales al año

5.2.1.6 *Indicadores*

- Ficha de caracterización elaboradas / Meta
- Fichas diligenciadas por municipio / Meta
- Matriz diligenciada diseñada / Meta
- Matrices de caracterización social diligenciadas / Meta
- Guía pedagógica sobre la formalización de la propiedad rural elaborado / Meta
- Documentos sobre la formalización de la propiedad rural en un coloquial, sencillo y claro para las comunidades rurales elaborado / Meta
- kit de herramientas pedagógicas sobre la formalización de la propiedad rural diseñado y elaborado / Meta
- Capacitaciones a los contratistas del Programa en el uso de herramientas y documentos elaborados / Meta
- Personas capacitadas / Meta
- Entrevistas y grupos focales / Meta

5.2.1.7 *Productos*

- Fichas de caracterización diligenciadas por municipio
- Una (1) matriz de caracterización social municipal
- Matrices de caracterización social diligenciadas
- Un documento (1) de la guía pedagógica sobre la formalización de la propiedad rural
- Un documento (1) sobre la formalización de la propiedad rural en un coloquial, sencillo y claro para las comunidades rurales
- Un (1) kit de herramientas pedagógicas sobre la formalización de la propiedad rural
- Capacitaciones a los contratistas del Programa en el uso de herramientas y documentos elaborados
- Talleres teórico prácticos con comunidades rurales
- Entrevistas a profundidad y grupos focales para evaluar la estrategia

Objetivo específico 2

Posicionar el Programa ante sus diferentes audiencias de interés en 90 municipios de intervención un periodo de 3 años

5.2.1.8 *Estrategia A*

Desarrollar una campaña informativa en medios de comunicación

5.2.1.8.1 *Público objetivo:*

Familias de zonas rurales y autoridades locales en los 90 municipios de intervención

5.2.1.8.2 *Temas clave*

- ¿Qué es la informalidad en la tenencia de la tierra?

- ¿Cuándo una propietario está en la informal?
- ¿Qué tipos de informalidad existen?
- ¿Cómo se pasa de informalidad a la formalidad?
- ¿Qué derechos tiene la mujer en la tenencia de la tierra?
- ¿Qué requisitos debemos cumplir para ser formales?
- ¿Cuánto cuesta el proceso de formalización?
- ¿Cuáles son las entidades encargadas de la formalización y qué función tienen?

5.2.1.8.3 Mensajes

- El Programa de Formalización de la Propiedad llegó a este municipio para apoyar gratuitamente la formalización de los predios en posesión, falsa tradición, ocupación, sucesiones ilíquidas.
- Para ello el Programa invertirá *20 mil millones* para formalizar aproximadamente 10.500 predios en lo que resta del cuatrienio.
- El impacto más tangible es el mayor acceso a recursos de crédito y el incremento en el flujo de subsidios y servicios del Estado cuya entrega se facilita por la existencia de garantías reales.
- El trabajo de formalizar la propiedad en un enfoque territorial con participación de entidades de los ámbitos nacional y local, genera confianza hacia el Estado en la población intervenida, permite que toda la comunidad se involucre en el control social

5.2.1.8.4 Actividades

- Conformar el grupo de prensa del área de comunicaciones para poder implementar esta propuesta de comunicación estratégica. Es necesario contratar los servicios profesionales de 2 periodistas, un comunicador con enfoque para el desarrollo, un diseñador gráfico y un camarógrafo

(esporádico)

- Diseñar un taller teórico práctico para periodistas la formalización de la propiedad rural
- Realizar talleres teórico práctico para periodistas locales y regionales
- Construir el ABC de la formalización, documento que resuelva las principales inquietudes sobre este tema
- Kit de prensa: creación herramientas para entregar a las audiencias en los que se explique qué es el la formalización y en qué consiste su trabajo (Fotos, comunicados de prensa, preguntas frecuentes, mensajes específicos).
- Creación de redes sociales para da conocer el trabajo del Programa
- Boletines de prensa informando los avances del Proceso
- Conformar el grupo de prensa del área de comunicaciones
- Diseñar un taller teórico práctico para periodistas la formalización de la propiedad rural
- Realizar talleres teórico prácticos para periodistas locales y regionales

5.2.1.8.5 Meta

- Personas contratadas
- 1 taller para periodistas
- Talleres teóricos prácticos para periodistas
- ABC de la formalización
- 1 kit de prensa
- 3 redes sociales creadas
- 4 boletines de prensa mensuales

5.2.1.8.6 *Indicador*

- Personas contratadas/meta
- Documentos proyectados/documentos elaborados
- Talleres con periodistas realizados/meta
- Kits de prensa elaborados/meta
- Numero de redes sociales creadas/meta
- Numero de boletines enviados/meta

5.2.1.8.7 *Productos*

- Equipo del área de comunicaciones contratado
- Un (1) documento metodológico para realizar talleres para periodistas
- Talleres teóricos-prácticos para periodistas
- Un (1) documento de ABC de la formalización
- Un (1) Kit de prensa
- Redes sociales activas
- Boletines de prensa enviados

5.2.1.9 *Estrategia B*

Fomentar las acciones de coordinación institucional en el nivel nacional, en 13 departamentos y 90 municipios del país.

5.2.1.9.1 *Público objetivo*

- Instituto Geográfico Agustín Codazzi, IGAC
- Instituto Colombiano de Desarrollo Rural, INCODER
- Unidad de Planificación de Tierras Rurales, Adecuación y Usos

Agropecuarios UPRA

- Superintendencia de Notariado y Registro SNR
- Consejo Superior de la Judicatura
- Departamento Nacional de Planeación
- Gobernaciones
- Alcaldías
- Corporaciones Autónomas Regionales
- Ministerio Público (procuradores agrarios, personeros)
- Instituciones de Educación
- Juntas de acción comunal
- Cooperación internacional
- Academia

5.2.1.9.2 Temas clave

- Objetivos del Programa de Formalización de la Propiedad Rural
- Estrategias de acción
- Metodología de trabajo
- Masificación

5.2.1.9.3 Mensaje

- El Programa de Formalización de la Propiedad Rural trabaja articuladamente con los entes territoriales para seleccionar las zonas masivas de formalización.
- Además de los impactos directos en el bienestar de los habitantes de las zonas rurales, la formalización tiene impacto en la gobernabilidad por parte de la Nación y las entidades territoriales. La generación de información estratégica acerca del inventario de la tenencia predial como insumo

fundamental para el Ordenamiento Social de la Propiedad, es herramienta fundamental para facilitar la gestión del territorio y de los recursos naturales.

- La incorporación de los predios formalizados en el Sistema de catastro – registro impacta en la sostenibilidad del proceso en el largo plazo y dinamiza un mercado de tierras haciéndolo cada vez más transparente y seguro, no solo para la realización de transacciones tradicionales como la compra y venta de inmuebles sino para promover otro tipo de transacciones como el arriendo de tierras y las concesiones de uso de los recursos que se encuentran sobre el suelo.
- El Programa se adelanta en tres etapas: una social, una técnica y otra jurídica y acompaña gratuitamente a las familias campesinas durante este proceso.
- La masificación de la formalización de la propiedad rural se dará de forma progresiva

5.2.1.9.4 Actividades

- Realizar consejos nacionales de formalización, espacios donde se protocolice su creación, objetivos, alcance y se presenten avances y construyan soluciones
- Realizar consejos municipales de formalización espacios donde se protocolice su creación, objetivos, alcance se presenten avances y construyan soluciones
- Realizar consejos departamentales de formalización, se presenten avances y construyan soluciones
- Reuniones con gobernadores por parte del Ministro y la Dirección Nacional del Programa para coordinar acciones conjuntas
- Foro Internacional de Formalización de la Propiedad Rural
- Foro regional sobre formalización de la Propiedad Rural
- Lanzamiento oficial del Programa en los nuevos municipios de intervención

5.2.1.9.5 Meta

- 2 consejos nacionales realizados
- 180 consejos municipales realizados
- 9 consejos departamentales realizados
- Reuniones con 14 gobernaciones
- 1 foro internacional
- 5 foros regionales
- 60 lanzamientos municipales

5.2.1.9.6 Indicador

- Número de consejos nacionales realizados/meta
- Número de consejos municipales realizados/meta
- Número de consejos departamentales realizados/meta
- Número de reuniones con gobernadores/meta
- Número de foros internacionales realizados/neta
- Número de foros internacionales realizados/neta
- Número de actos de lanzamiento/meta.

5.2.1.9.7 Producto

- Actas y listados de asistencia a los consejos nacionales de formalización de la propiedad rural
- Actas y listados de asistencia a los consejos departamentales de formalización de la propiedad rural
- Actas y listados de asistencia a los municipales de formalización de la propiedad rural
- Actas y listados de asistencia con gobernadores
- Memorias del foro internacional

- Memorias del foro regional

Objetivo 3

Fomentar la coordinación y el sentido de pertenencia al interior del Programa de Formalización de la Propiedad Rural

5.2.1.10 Estrategia A

Rediseñar el logotipo del Programa

5.2.1.10.1 Público objetivo

Funcionarios y contratistas del Programa de Formalización de la Propiedad Rural

5.2.1.10.2 Temas clave

Pertenencia, familias campesinas, tierra

5.2.1.10.3 Mensaje

- El logotipo debe connotar el poder de la familia campesina sobre sus tierras
- Libertad, prosperidad y derechos sobre sus tierras

5.2.1.10.4 Actividades

- Rediseñar el logo y el manual de identidad corporativa del Programa
- Lanzamiento del nuevo logo al interior del Programa
- Producción de piezas de identificación (chalecos, gorras, botones, maletines, pendones, carnets)
- Evaluar los resultados de la estrategia revisando el uso del nuevo logo al

interior del Programa

5.2.1.10.5 Meta

- 1 manual de identidad corporativa diseñado
- 1 acto de lanzamiento realizado
- Piezas de identificación elaboradas
- 1 evaluación

5.2.1.10.6 Indicador

- Logos diseñados / Meta
- Actos de lanzamiento / Meta
- Piezas elaboradas / Meta
- evaluaciones realizadas / Meta

5.2.1.10.7 Productos

- Un (1) manual de identidad corporativa
- Un (1) acto de lanzamiento
- Piezas de identificación elaboradas
- Evaluación de la estrategia de acuerdo al objetivo
-

Se propone la siguiente imagen que empodera la figura del campesino sobre sus tierras. Se representan las familias campesinas conformadas por madre, padre e hijos, con una posición de superioridad sobre sus tierras.

Ilustración 7. Propuesta de Logotipo



Su título de propiedad, es su mayor seguridad

Fuente. Creación propia del autor

5.2.1.11 Estrategia B

Crear medios y escenarios de comunicación para fomentar el flujo de información y coordinación

5.2.1.11.1 Público objetivo

Colaboradores del Programa de Formalización de la Propiedad Rural

5.2.1.11.2 Temas clave

Metas, avances, cuellos de botella, estrategias, seguimiento y evaluación

5.2.1.11.3 Mensaje

- El Programa de formalización de la propiedad rural promueve el trabajo colaborativo al interior de su organización en la definición e implementación de estrategias tendientes al logro de sus objetivos

5.2.1.11.4 Actividades

- Generar espacios participativos al interior del Programa para construir la planeación estratégica referida a la misión, visión, valores, principios, metas

e indicadores de gestión.

- Realizar inducciones y capacitaciones a los nuevos colaboradores
- Definición de un protocolo de comunicación interna que promueva la participación y comunicación de sus integrantes
- Diseño y divulgación de boletín virtual
- Pantallas digitales con mensajes clave en las oficinas municipales
- Desayuno con colaboradores donde la Dirección Nacional UCN se reúna con todo el equipo de colaboradores de una zona o de un municipio para intercambiar información
- Evaluar los resultados de la estrategia realizando una encuesta cualitativa sobre el nivel de coordinación interna del Programa

5.2.1.11.5 Meta

- 1 Plan estratégico anual diseñado
- capacitaciones
- 1 protocolo creado
- 1 boletín virtual mensual enviado
- 50 pantallas digitales diseñadas
- 30 reuniones
- 100 encuestas

5.2.1.11.6 Indicador

- Planes estratégicos elaborados / Meta
- Capacitaciones / Meta
- protocolo de comunicación creado / Meta
- Número de boletines virtuales / Meta
- Pantallas digitales / Meta

- reuniones realizadas / Meta
- Encuestas realizadas / Meta

5.2.1.11.7Producto

- Un (1) plan estratégico anual del Programa
- Capacitaciones
- Un (1) documento de protocolo de comunicación interna
- Boletín virtual
- Pantallas digitales
- Actas y listados de asistencia
- Encuestas

Tabla 8. Plan Estratégico de Comunicaciones

Objetivo 1	Generar pedagogía en torno a la cultura de la formalización de la propiedad rural a 18000 personas con informalidad en la tenencia de sus predios en los 90 municipios de intervención del Programa de Formalización de la Propiedad Rural durante 3 años.										
Estrategia	Desarrollar una campaña pedagógica para promover, socializar y generar conocimiento sobre la formalización de la propiedad rural a 18.000 personas con informalidad en la tenencia de predios rurales.										
Público Objetivo	Organizaciones de base y personas campesinas con informalidad en la tenencia de sus predios en los 90 municipios de intervención del Programa de Formalización de la Propiedad Rural										
Indicador	18,000 personas campesinas capacitadas entorno a la cultura de la formalización en 3 años										
Temas claves	¿Qué es la informalidad en la tenencia de la tierra? • ¿Cuándo soy informal? • ¿Tipo de informalidad? • ¿Cómo se pasa de informalidad a la formalidad? • ¿Qué derechos tiene la mujer en la tenencia de la tierra? • ¿Qué requisitos debemos cumplir para ser formales? • ¿Cuánto cuesta el proceso de formalización? • ¿Cuáles son las entidades encargadas de la formalización y qué función tienen? • ¿Cuáles son las etapas?										
Actividad	Producto	Meta	Indicador%	Responsable	Costo	Cronograma semestral					
						1	2	3	4	5	6
Diseñar una ficha de a caracterización para indagar sobre grado de escolaridad, género, expectativas al Programa frente a la población así como puntos de encuentro, medios de comunicación y horarios de consumo/sintonía.	Ficha de caracterización	1 ficha	Ficha de caracterización elaboradas/Meta	Área Social y de Comunicaciones UCN	\$ -						
Aplicar la ficha de caracterización a 30 que habiten en las zonas de formalización masiva de los 90 municipios seleccionados	Fichas de caracterización diligenciadas por municipio	30 fichas diligenciadas por municipio	Fichas diligenciadas por municipio/Meta	Líderes y apoyos sociales municipales	\$ -						
Diseñar una matriz para consolidar el resultado de la caracterización realizada por cada municipio	Una matriz de caracterización social municipal	90 matrices diligenciadas	Matriz diligenciada diseñada/meta	Área Social y de Comunicaciones UCN	\$ -						
Documentar el análisis de las fichas de caracterización diligenciadas en cada	Matrices de caracterización social diligenciadas	90 matrices de caracterización social diligenciadas	Matrices de caracterización social diligenciadas/Meta	Líderes y apoyos Sociales municipales	\$ -						

Diseñar una guía pedagógica sobre la formalización de la propiedad rural, con el fin de para realizar talleres teórico prácticos con las comunidades rurales	Documento de la guía pedagógica sobre la formalización de la propiedad rural	1 guía pedagógica sobre la formalización de la propiedad rural elaborado	Guía pedagógica sobre la formalización de la propiedad rural elaborado/Meta	Área Social y de Comunicaciones UCN	\$ 50.000.000						
Construir un documento que recoja los temas clave en un lenguaje coloquial, sencillo y claro para las comunidades rurales	Documento sobre la formalización de la propiedad rural en un coloquial, sencillo y claro para las comunidades rurales	1 documento sobre la formalización de la propiedad rural en un coloquial, sencillo y claro para las comunidades rurales elaborado	Documentos sobre la formalización de la propiedad rural en un coloquial, sencillo y claro para las comunidades rurales elaborado/meta	Área Social y de Comunicaciones UCN	\$ 10.000.000						
Diseñar un kit de herramientas pedagógicas para apoyar los Talleres teórico (cartillas, mensajes radiales, juegos)	Un kit de herramientas pedagógicas sobre la formalización de la propiedad rural	Kit de herramientas pedagógicas sobre la formalización de la propiedad rural diseñado y elaborado/meta	kit de herramientas pedagógicas sobre la formalización de la propiedad rural diseñado y elaborado/meta	Área Social y de Comunicaciones UCN	\$ 100.000.000						
Capacitar a los contratistas del Programa en el uso de las herramientas y documentos diseñados	Capacitaciones a los contratistas del Programa en el uso de herramientas y documentos elaborados	30 capacitaciones a los contratistas del Programa en el uso de herramientas y documentos elaborados	Capacitaciones a los contratistas del Programa en el uso de herramientas y documentos elaborados/meta	Área Social y de Comunicaciones UCN	\$ 60.000.000						
Realizar talleres teórico prácticos con 200 personas (de este grupo objetivo) en cada uno de los 90 municipios	Talleres teórico prácticos con comunidades rurales	18.000 personas capacitadas en 90 municipios del país	Personas capacitadas /meta	Área Social y de Comunicaciones UCN/Coordinador regional, líderes sociales regionales							

Evaluación del cumplimiento del objetivo (entrevista profundidad, focus groups)	Entrevistas a profundidad, focus groups	100 entrevistas al año; 3 grupos focales al año	Entrevistas y grupos focales/meta	Área Social y de Comunicaciones UCN	\$ 30.000.000						
Objetivo 2	Posicionar el Programa ante sus diferentes audiencias de interés en 90 municipios de intervención un periodo de 3 años										
Estrategia A	Desarrollar una campaña informativa en medios de comunicación										
Público Objetivo	Periodistas, familias de zonas rurales y autoridades locales en los 90 municipios de intervención										
Temas claves	Qué es la informalidad en la tenencia de la tierra? • ¿Cuándo soy informal? • ¿Tipo de informalidad? • ¿Cómo se pasa de informalidad a la formalidad? • ¿Qué derechos tiene la mujer en la tenencia de la tierra? • ¿Qué requisitos debemos cumplir para ser formales? • ¿Cuánto cuesta el proceso de formalización? • ¿Cuáles son las entidades encargadas de la formalización y qué función tienen?										
Actividad	Producto	Meta	Indicador	Responsable	Costo	Cronograma semestral					
						1	2	3	4	5	6
Conformar el grupo de prensa del área de comunicaciones	2 periodistas, un comunicador social con énfasis en comunicación para el desarrollo, un diseñador, un camarógrafo	5 personas contratadas	Personas contratadas/meta	Dirección Nacional UCN	\$ 10.000.000						
Diseñar un taller teórico práctico para periodistas la formalización de la propiedad rural	Documento metodológico para realizar talleres para periodistas	1 taller para periodistas	Documentos proyectados/documentos elaborados	Área Social y de Comunicaciones UCN	\$ 30.000.000						
Realizar talleres teórico práctico para periodistas locales y regionales	Talleres teóricos - prácticos para periodistas	5 talleres teóricos prácticos para periodistas	Talleres con periodistas realizados/meta		\$ 12.000.000						
Construir el ABC de la formalización, documento que resuelva las principales inquietudes sobre este tema	ABC de la formalización	1 ABC construido	Documentos proyectados/documentos elaborados	Dirección Nacional UCN	\$ -						
Kit de prensa: Creación herramientas para entregar a las audiencias en los que se explique qué es el la formalización y en qué consiste su trabajo (Fotos,	Kit de prensa	1 kit de prensa	kits de prensa elaborados/meta	Área Social y de Comunicaciones UCN	\$ 80.000.000						

comunicado de prensa, preguntas frecuentes, mensajes específicos).											
Creación de redes sociales para da conocer el trabajo del Programa para promover el Número de seguidores	Redes sociales activas	1000 seguidores redes sociales creadas	Seguidores en redes sociales/meta	Área Social y de Comunicaciones UCN	\$ 10.000.000						
Boletines de prensa informando los avances del Proceso	Boletines de prensa enviados	4 boletines de prensa mensuales	Número de boletines enviados/meta	Área Social y de Comunicaciones UCN	\$ -						
Evaluación de la estrategia evaluación a los periodistas capacitados y uso de herramientas como google analytics para medir la afluencia a las pagina, registro en medios regionales de información y tipo de información publicada	Evaluación	3	evaluaciones realizadas/meta	Área Social y de Comunicaciones UCN	\$ -						
Estrategia B	Fomentar las acciones de coordinación institucional en el nivel nacional, en 13 departamentos y 90 municipios del país										
Público Objetivo	<ul style="list-style-type: none"> • Instituto Geográfico Agustín Codazzi, IGAC • Instituto Colombiano de Desarrollo Rural, INCODER • Unidad de Planificación de Tierras Rurales, Adecuación y Usos Agropecuarios UPRA • Superintendencia de Notariado y Registro SNR • Consejo Superior de la Judicatura • Departamento Nacional de Planeación. • Servicio Nacional de Aprendizaje SENA • Gobernaciones • Alcaldías • Corporaciones Autónomas Regionales • Ministerio Público (procuradores agrarios, personeros). • Instituciones de Educación • Juntas de acción comunal • Cooperación internacional • Academia 										
Temas claves	Objetivos del Programa, estrategias de acción y metodologías de trabajo.										
Actividad	Producto	Meta	Indicador	Responsable	Costo	Cronograma semestral					
						1	2	3	4	5	6
Realizar consejos nacionales de formalización, espacios donde se protocolice su creación, objetivos, alcance y se presenten avances y construyan soluciones	Actas y listados de asistencia	2 consejos nacionales realizados	Número de consejos nacionales realizados/meta	Ministro/Dirección Nacional	\$ -						

Realizar consejos municipales de formalización espacios donde se protocolice su creación, objetivos, alcance se presenten avances y construyan soluciones	Actas y listados de asistencia	180 consejos municipales realizados	Número de consejos municipales realizados/meta	Líderes municipales de formalización	\$ -						
Realizar consejos departamentales de formalización, se presenten avances y construyan soluciones	Actas y listados de asistencia	9 consejos departamentales realizados	Número de consejos departamentales realizados/meta		\$ -						
Reuniones con gobernadores por parte del Ministro y la Dirección Nacional del Programa para coordinar acciones conjuntas	Actas y listados de asistencia	Reuniones con 14 gobernaciones	número de reuniones/meta	Ministro/Dirección Nacional	\$ -						
Diseño y divulgación de un boletín virtual	Boletín virtual	1 boletín virtual mensual	Número de boletines virtuales/meta	Área Social y de Comunicaciones UCN							
Foro Internacional de Formalización de la Propiedad Rural	Memorias del foro internacional	1	Número de foros internacionales realizados/neta	Dirección Nacional UCN	\$ 20.000.000						
Foro regional sobre formalización de la Propiedad Rural	Memorias del foro regional	5	Número de foros internacionales realizados/neta	Dirección Nacional UCN	\$ 100.000.000						
Lanzamiento oficial del Programa en los nuevos municipios de intervención	Actos de lanzamiento municipales	60	Número de actos de lanzamiento/meta	Área Social y de Comunicaciones UCN	\$ 60.000.000						
Evaluar los resultados de la estrategia realizando una encuesta cualitativa sobre el liderazgo del Programa(nivel de conocimiento del Programa, sus funciones y sus avances) al público objetivo	Evaluación de percepción de liderazgo del Programa	30	Numero de encuestas/meta	Área Social y de Comunicaciones UCN	\$ 20.000.000						

Objetivo 3	Fomentar coordinación y el sentido de pertenencia al interior del Programa de Formalización de la Propiedad Rural										
Estrategia A	Rediseñar el logotipo del Programa										
Público Objetivo	Programa de Formalización de la Propiedad Rural										
Temas claves	Pertenencia, formalidad, legalidad, gratuidad										
Actividad	Producto	Meta	Indicador	Responsable	Costo	Cronograma semestral					
						1	2	3	4	5	6
Rediseñar el logo y el manual de identidad corporativa del Programa	Manual de identidad corporativa	1 manual de identidad corporativa diseñado	Logos diseñados/meta	Área Social y de Comunicaciones UCN	\$ 2.000.000						
Lanzamiento del nuevo logo al interior del Programa	Acto de lanzamiento	1 acto de lanzamiento	Actos de lanzamiento/meta	Área Social y de Comunicaciones UCN	\$ 4.000.000						
Producción de piezas de identificación (chalecos, gorras, botones, maletines, pendones, carnets)	Piezas de identificación elaboradas	5 Piezas de identificación elaboradas	Piezas elaboradas/meta	Área Social y de Comunicaciones UCN	\$ 40.000.000						
Evaluar los resultados de la estrategia revisando el uso del nuevo logo al interior del Programa	Evaluación	1	evaluaciones realizadas/meta	Área Social y de Comunicaciones UCN	\$ -						
Estrategia B	Crear medios y escenarios para fomentar el flujo de información y comunicación										
Público Objetivo	Colaboradores del Programa de Formalización de la Propiedad Rural										
Temas claves	metas, avances, cuellos de botella, estrategias, seguimiento y evaluación										
Actividad	Producto	Meta	Indicador	Responsable	Costo	Cronograma semestral					
						1	2	3	4	5	6
Generar espacios participativos al interior del Programa para construir la planeación estratégica referida a la misión, visión, valores, principios, metas e indicadores de gestión.	Plan estratégico anual del Programa	1 Plan estratégico anual	Planes estratégicos elaborados/meta	Dirección Nacional UCN	\$ 10.000.000						
Realizar inducciones y capacitaciones a los nuevos colaboradores	Capacitaciones	10 capacitaciones	Capacitaciones/meta	Área Social y de Comunicaciones UCN	\$ 300.000.000						

Definición de un protocolo de comunicación interna que promueva la participación y comunicación de sus integrantes	Protocolo de comunicación interna	1 protocolo creado	protocolo de comunicación creado/meta	Área Social y de Comunicaciones UCN	\$ 2.000.000						
Diseño y divulgación de boletín virtual	Boletín virtual	1 boletín virtual mensual	Número de boletines virtuales/meta	Área Social y de Comunicaciones UCN	\$ -						
Pantallas digitales con mensajes clave en las oficinas municipales	Pantallas digitales	50 pantallas digitales	Pantallas digitales/meta	Área Social y de Comunicaciones UCN	\$ 50.000.000						
Desayuno con colaboradores donde la Dirección Nacional UCN se reúne con todo el equipo de colaboradores de una zona o de un municipio para intercambiar información	Actas y listados de asistencia	30 reuniones	reuniones realizadas/meta	Área Social y de Comunicaciones UCN	\$ 5.000.000						
Evaluar los resultados de la estrategia realizando una encuesta cualitativa sobre el nivel de coordinación interna del Programa	Encuestas	100 encuestas	Encuestas realizadas/meta	Área Social y de Comunicaciones UCN	0						

COSTO TOTAL: \$ 665.000.000

Costo anual: 221.000.000

Tiempo: 3 años

CAPÍTULO 6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Los proyectos y programas de desarrollo rural integral, especialmente los relacionados con un tema sensible como los derechos de propiedad sobre la tierra en Colombia, deben incluir la participación activa de la comunidad desde la etapa inicial hasta su culminación, con el fin de construir un producto o servicio que intente resolver las verdaderas las necesidades y expectativas de la comunidad.

Es por ello que el papel de la comunicación estratégica debe estar durante el proceso de planeación de proyectos o programas de impacto social, pues en esta fase se formula la visión estratégica de la comunicación para el logro de sus objetivos, la cual va más allá de la elaboración de piezas y medios informativos.

En lo que respecta al Programa de Formalización de la Propiedad Rural del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, la estrategia de comunicaciones se formuló en su fase de planificación, lo cual evidencia el interés del Programa por este tipo de procesos estratégicos. Por ello después de dos (2) años de su formulación y aplicación, se realizó una evaluación estrategia para evidenciar sus aciertos y desaciertos con el fin realimentar al programa y formular unos lineamientos al respecto.

Es importante resaltar que la metodología para formalización masiva de la propiedad rural por barrido predial diseñado por el Programa, descrita en el Capítulo 3, incluyó la realización de cinco (5) jornadas o reuniones con la comunidad, lo cual ha promovido la creación de espacios de diálogo con la comunidad a lo largo de las tres etapas. Por lo tanto se propuso una estrategia para fortalecer la existente en estos escenarios.

Una vez realizado el análisis de la formulación de la estrategia y su aplicación (tomando como caso de estudio la vereda Arrayán, municipio de Sáchica en Boyacá) se concluye lo siguiente:

- El objetivo de la estrategia de comunicaciones es limitado e impreciso frente a los objetivos del Programa y su metodología de trabajo, pues se condiciona a informar y convocar proponer informar, sensibilizar y convocar sobre la importancia de formalizar la propiedad rural.
- Sus ocho (8) objetivos son imprecisos y repetitivos.
- Si bien la estrategia cuenta con la segmentación de cuatro (4) públicos objetivos, su clasificación es confusa frente a la delimitación de cada uno.
- Las actividades y mensajes de la estrategia cuentan con muy pocos detalles sobre la forma de implementarla.
- La estrategia no plantea tiempos, presupuesto, responsables evaluación e indicadores, y como consecuencia la estrategia no se ha desarrollado en su totalidad, impidiendo determinar su efectividad.
- Se destaca que reconoce el papel de las organizaciones de base como un actor determinante que facilita la intervención en el municipio.
- El medio de comunicación más usado por la población beneficiaria es la televisión nacional en horas de la noche, seguido de la radio en horas de la mañana. Sin embargo, no es conveniente enviar un mensaje masivo cuando la oferta del Estado, representada en el Programa de Formalización de la Propiedad Rural, está focalizada en 30 municipios del país. Se deberá considerar cuando la cobertura esté por encima del 80% del territorio nacional.
- El salón de la Junta de Acción Comunal, fue señalado como el principal punto de encuentro de la comunidad, seguido del día de mercado.

- El mayor nivel de confianza por parte de la comunidad está depositado en cura o el párroco.
- Los siguientes son los atributos de valor otorgados por la comunidad a la formalización y al Programa

Formalización de la propiedad rural

- Es importante sanear y legalizar el predio para el futuro de los hijos
- Con el título registrado, se puede aprovechar la ayuda del gobierno
- Es importante tener los papeles al día porque los muertos actualmente son los dueños de las tierra

Programa Formalización de la propiedad rural

- Facilita el repartir la tierra en partes iguales entre los miembros de la familia
 - Acompaña a las familias de manera gratuita
- En relación al público interno, la estrategia de comunicaciones no consideró este público como la principal fuente de información con los públicos externos del Programa, por lo cual no hay actividades de capacitación ni inducción. Llama la atención la poca confianza que genera entre los colaboradores la información suministrada por la Unidad Coordinadora y el poco uso de la página web del Programa como medio información sobre el mismo debido a su desactualización.

Con estas evidencias, la propuesta de comunicación estratégica formulada en el quinto capítulo tiene como fin Posicionar el Programa de Formalización de la Propiedad Rural ante sus audiencias de interés mediante mensajes y actividades estratégicas para contribuir en el logro de sus objetivos en un periodo de tres (3) años.

Para lograrlo, se establecen tres (3) objetivos específicos con sus respectivas estrategias, públicos, mensajes, actividades, productos, metas, indicadores, responsables, presupuesto, evaluación y cronograma de implementación.

- Los objetivos específicos de la estrategia aquí propuesta se caracterizan por ser concretos, medibles, y apuntar a un solo fin:
 - El primer objetivo tiene como propósito generar pedagogía de la formalización de la propiedad rural entre las familias campesinas en los municipios objeto de intervención, el cual supera la intención de informar, sensibilizar y convocar sobre la necesidad de formalizar que tiene el objetivo general de la estrategia actual de comunicaciones del Programa.
Este objetivo parte de una caracterización por cada municipio con el fin de establecer los medios de comunicación, escenarios de encuentro y perfecciones frente a la formalización, por cuanto es complejo estandarizar estos aspectos en un territorio nacional con una amplia diversidad cultural, geográfica y social.
 - El segundo objetivo consiste en posicionar el Programa entre sus audiencias de interés mediante una estrategia con mensajes estratégicos en medios de comunicación propios del Programa, teniendo en cuenta que su intervención no es nacional. En la medida que el Programa defina con claridad su masificación y su nivel de intervención, será ajustada la intervención en medios de comunicación masivos.
 - Con la formulación del tercer objetivo se busca fortalecer los procesos de coordinación al interior del Programa desde el proceso de planeación estratégica para definir una misión y visión institucional,

así como los objetivos de cada área, las metas anuales y realizar actividades de seguimiento y evaluación.

Se sugieren diversas actividades mediante las cuales se capacita al personal y se genera un compromiso frente al proceso, los resultados y las metas.

- Es importante fortalecer el área de comunicaciones, lo cual incluye la conformación de un equipo interdisciplinario, conformado por periodistas, comunicadores para el desarrollo y un diseñador que fortalezca la imagen y las piezas del Programa.
- Contar con un logotipo que no solo genere recordación entre el público es necesario para generar identidad con el Programa
- La evaluación hace parte integral de la estrategia de comunicaciones para determinar la efectividad de las actividades desarrolladas, las lecciones aprendidas y realizar los ajustes necesarios.

BIBLIOGRAFIA

- Abello, R. (2009). LA INVESTIGACIÓN EN CIENCIAS SOCIALES : Sugerencias prácticas sobre el proceso Research in social sciences. Investigación Y Desarrollo Vol 17, No 1, 17, 208–229.
- Alcaldía Municipal de Sáchica (2015). Plan de Desarrollo Sáchica Boyacá 2012 - 2015. Sáchica, Boyacá, Colombia: Alcaldía de Sáchica.
- Atehortúa, Fabián Hernando Ramirez; Zwerg-Villegas, Anne Marie (2012). Metodología de la investigación: más que una receta. Universidad EAFIT,
- Banco Mundial. (2003). Strategic Communication for Delevopment Projects. On Overview. Washington, D.C., USA: World Bank.
- Bernal Alarcón, H., Beltrán, L. R., Bonilla de Ramos, E., Castaño, R., Cuellar, D., & Gutierrez Sánchez, J. (1985). Desarrollo y Comunicación, de la Teoría a la Praxis. Bogotá, Bogotá, Colombia.
- BID. (2002, July). El acceso a la tierra en la agenda de desarrollo rural. BID, 82. Recuperado de <http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=360463>
- Bonilla-Castro, Elssy; Rodriguez Sehk, Penélope. (2005). Más allá del diseño de los métodos. Bogotá: Universidad de Los Andes
- Constitución Política de Colombia (1991)
- Dirven, M., Perico, R. E., Sabalain, C., Baeza, D. C., & Faiguenbaum, S. (2011). Hacia una nueva definición de “rural ” con fines estadísticos en América Latina Martine Dirven David Candia Baeza. CEPAL, Colección Documentos de Proyectos, 107.
- DNP. (2014). Misión para la Transformación del Campo revela situación de zonas rurales. Recuperado de <https://www.dnp.gov.co/Paginas/mision-para-la-transformacion-del-campo-revela-situacion-de-zonas-rurales.aspx>
- FAO - Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación. (2000). Directrices sobre comunicación para el desarrollo rural: guía para los responsables de la planificación del desarrollo y la formulación de proyectos. Recuperado el 28 de Abril de 2013, de <http://www.fao.org/docrep/T7974S/T7974S00.htm>
- FAO - Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. (2013). Recuperado el 1 de 5 de 2013, de <http://www.fao.org/oek/communication-for-development/es/>
- FIDA. (2012, May). La seguridad de la tenencia de la tierra y la reducción de la pobreza. FIDA, 4. Recuperado de <http://www.ifad.org/pub/factsheet/land/s.pdf>
- Foros Semana. (24 de junio de 2014). Formalización de predios vital para el desarrollo de vivienda rural. Obtenido de Foros Semana: http://www.forsemana.com/articulo/id/2060/formalizacion_de_predios_vital_para_el_desarrollo_de_vivienda_rural
- Gumucio Dagron, Alfonso. (Mayo 2014). El Cuarto Mosquetero: la comunicación para el cambio social. Investigación y Desarrollo, 12, 02-23.
- Ibañez, A. M., Gáfaró, M., & Zarruk, D. (2012, October). Equidad y eficiencia rural en Colombia: una discusión de políticas para el acceso a la tierra. Universidad de Los Andes, 80. Recuperado de [https://economia.uniandes.edu.co/component/booklibrary/478/view/46/Documentos CEDE/136/equidad-y-eficiencia-rural-en-colombia-una-discusion-de-politicas-para-el-acceso-a-la-tierra](https://economia.uniandes.edu.co/component/booklibrary/478/view/46/Documentos%20CEDE/136/equidad-y-eficiencia-rural-en-colombia-una-discusion-de-politicas-para-el-acceso-a-la-tierra)

- Leibovich, J., Nigrinis, M., & Ramos, M. (s.f.). Banco de la República. Recuperado el 23 de Abril de 2013
- Lerma, H. D. (2009). METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN. PROPUESTA, ANTEPROYECTO, PROYECTO (Ecoe). Bogotá, Colombia.
- MADR - Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. (2013). Guía Metodológica de Formalización de la Propiedad Rural por Barrido Predial. (M. de A. y D. Rural, Ed.). Bogotá, Colombia. Recuperado de <http://formalizacion.minagricultura.gov.co/procedimiento/proceso>
- Mora, Jorge; Sumpsi, José María. (2003). Desarrollo Rural: nuevos enfoques y perspectivas. Santiago de Chile: Fodepal.
- Nogueira, M. C., & Nogueira, L. C. (2001). Cuestiones de metodología cualitativa. *Empiria Revista De Metodología De Ciencias Sociales*, 4, 165–190. Recuperado de <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=aph&AN=22023995&lang=es&site=ehost-live>
- Perez, Edelmira. (2001). Una nueva ruralidad en América Latina. Buenos Aires: CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales
- Pizzolante, Ítalo. La Geometría *Empresarial. Razón y Palabra*. [En línea] Número 34. Agosto – Septiembre 2003. [fecha consulta: 20 de febrero de 2015] Disponible en <http://www.razonypalabra.org.mx/antecedentes/n34/ipizzolante.html>
- PNUD. (2011). Colombia rural. Razones para la esperanza. En Informe Nacional de Desarrollo Humano. Bogotá: INDH PNUD. Obtenido de Informe Nacional de Desarrollo Humano: http://hdr.undp.org/sites/default/files/nhdr_colombia_2011_es_resumen_low.pdf
- Redacción política. (19 de junio de 2013). Hay \$298.000 millones para actualizar el catastro rural del país. Obtenido de El tiempo.com: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-12882291>
- Revista Semana. (2012, March 17). Así es la Colombia rural. *Revista Semana*, p. 2. Bogotá, Colombia. Recuperado de <http://www.semana.com/especiales/pilares-tierra/index.html>
- Revista Semana. (2012, March 17). Así es la Colombia rural. *Revista Semana*, p. 2. Bogotá, Colombia. Recuperado de <http://www.semana.com/especiales/pilares-tierra/index.html>
- Roberto, M. C., & Sampieri, H. (1991). Metodología de la investigación (McGRAW - H). Naucalpan de Juárez, Mexico. Recuperado de http://www.upsin.edu.mx/mec/digital/metod_invest.pdf
- Santucci, F. M. (2005). Strategic Communication for Rural Development. *Electronic Media*, (July), 128. Recuperado de <http://documentos.bancomundial.org/curated/es/2005/07/8415058/strategic-communication-rural-development>
- Servaes, J. (2012). Comunicación para el desarrollo sostenible y el cambio social. Una visión general. *CIC Cuadernos de Información y Comunicación*, 17-40.
- Universidad Externado de Colombia. Centro de Investigación sobre Dinámica Social (2007) Ciudad, espacio y población: el proceso de urbanización en Colombia. 7-70
- Valcarcel-Resalt, G. (n.d.). Desarrollo rural con enfoque local. Desarrollo sustentable.

ANEXO 1

RESOLUCIÓN NÚMERO 347 DE 2013

“Por la cual se adopta la Guía Metodológica para la Formalización Masiva de la
Propiedad Rural por Barrido Predial”

EL MINISTRO DE AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL

En ejercicio de las facultades conferidas por el numeral 3 del artículo 59 de la Ley
489 de 1998, la Ley 1561 de 2012, el artículo 4 de la Resolución No. 181 de

2013, y,

CONSIDERANDO

Que la puesta en marcha de estrategias para la formalización de la propiedad rural y la consolidación del proceso de formación y actualización del catastro rural, son instrumentos aptos para mejorar el acceso a los activos físicos (tierra, agua) y financieros, así como para desarrollar la capacidad de aprovechamiento de éstos por la población campesina en el marco de una política integral de tierras que, entre otros, facilite la seguridad en los derechos de propiedad, según lo formula el Gobierno Nacional en el documento "Bases del Plan Nacional de Desarrollo 2010-

2014 Prosperidad para Todos¹, el cual hace parte de la Ley 1450 de 2011 según lo dispuesto en su artículo 2.

Que el Congreso de la República expidió Ley 1561 de 2012 con el objeto de promover el acceso a la propiedad, mediante un proceso especial destinado a otorgar título de propiedad al poseedor material de bienes inmuebles urbanos y rurales de pequeña entidad económica, y para sanear títulos que conlleven la llamada falsa tradición, con el fin de garantizar seguridad jurídica en los derechos sobre inmuebles, propiciar el desarrollo sostenible y prevenir el despojo o abandono forzado de inmuebles.

Que el inciso final del artículo 12 de la Ley 1561 de 2012, señala que en aquellas áreas donde se implemente el Programa Nacional de Formalización de la Propiedad Rural que lidera el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, se levantarán los respectivos informes técnico-jurídicos, planos y actas de colindancias, las cuales serán valoradas por el juez como prueba suficiente de la identificación, ubicación, situación jurídica, social, económica, uso y destinación del inmueble a formalizar.

Que de conformidad con la Resolución 0452 de 2010, modificada por la Resolución 181 de 2013, el Ministro de Agricultura y Desarrollo Rural creó el Programa Nacional de Formalización de la Propiedad Rural, la cual tiene como objetivo promover el acceso a la propiedad de los predios rurales y mejorar la calidad de vida de los campesinos. En tal virtud, impulsará y coordinará acciones para apoyar las gestiones tendientes a formalizar el derecho de dominio en predios rurales privados, el saneamiento de títulos que conlleven la falsa tradición y acompañar a los

interesados en la realización de los trámites administrativos, notariales y registrales no cumplidos oportunamente.

Que el artículo 4 de la Resolución No. 181 de 2013, por la cual se modifica la Resolución No. 0452 de 2010 y se dictan otras disposiciones, establece que el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural por medio de acto administrativo, declarará las Zonas de Formalización Masiva mediante la metodología definida por el mismo para los efectos.

Que la Dirección de Ordenamiento Social de la Propiedad Rural y Uso Productivo del Suelo del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, es la encargada de proponer normas, instrumentos y procedimientos que permitan la titulación, formalización, restitución y en general la regularización de la propiedad de las tierras rurales, de acuerdo con los lineamientos definidos por la Unidad de Planificación de Tierras Rurales, Adecuación de Tierras y Usos Agropecuarios - UPRA.

Que para el logro de los fines constitucionales y legales y de las metas señalados al Programa Nacional de Formalización de la Propiedad Rural, con la contribución de las entidades involucradas en la formalización y las que proveen de información a dichos procesos, el Programa ha diseñado un procedimiento especial, público, participativo y oficioso que tiene por objeto compilar, complementar y consolidar masivamente en las Zonas de Formalización Masiva a declarar por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural la información necesaria para formalizar como derecho de dominio la posesión en predios de particulares, sanear los títulos que conlleven falsa tradición, y acompañar a los interesados en la realización de los trámites judiciales, administrativos, notariales y registrales no cumplidos oportunamente por éstos.

Que dicha metodología es instrumento idóneo para programar, planear y realizar las actividades conducentes a la elaboración de los documentos probatorios a que se refiere el artículo 12 de la Ley 1561 de 2012 y para contribuir a la solución del problema de la informalidad de la propiedad en el medio rural, por lo cual se requiere aplicarlo masivamente en las Zonas de Formalización que implemente el Programa Nacional de Formalización de la Propiedad Rural

Que en mérito de lo expuesto,

RESUELVE

ARTÍCULO 1. ADOPCIÓN. Adóptese la “Guía Metodológica para la Formalización Masiva de la Propiedad Rural por Barrido Predial” como la principal herramienta orientadora y de consulta para los agentes que participan directa o indirectamente en la ejecución de las etapas de los proyectos de formalización masiva en las Zonas de Formalización Masiva declaradas por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural.

Continuación de la Resolución: "Por la cual se adopta la Guía Metodológica para la Formalización Masiva de la Propiedad Rural por Barrido Predial".

PARÁGRAFO. De acuerdo a las necesidades que se vayan presentando en la aplicación del método de barrido predial, la Dirección de Ordenamiento Social de la Propiedad Rural y Uso Productivo del suelo - Programa Nacional de Formalización de la Propiedad Rural, podrá modificar la “Guía Metodológica para la Formalización Masiva de la Propiedad Rural por Barrido Predial” previa justificación comunicada al Ministro de Agricultura y Desarrollo Rural. Dichas modificaciones deberán ser

publicadas en la Página Web del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural para su correspondiente conocimiento.

ARTÍCULO 2. VIGENCIA. La presente resolución rige desde la fecha de su publicación en el Diario Oficial y deroga las disposiciones que le sean contrarias.

PUBLÍQUESE Y CÚMPLASE

Dada en Bogotá, D.C., a los 7 días de octubre de 2013



RUBEN DARIO LIZARRALDE MONTOYA
Ministro de Agricultura y Desarrollo Rural

Proyectó: GBamey Revisó. Averal - Oí



ANEXO 2

Lineamientos estratégicos de comunicación

En concordancia con el mandato constitucional de promover el acceso progresivo a la propiedad de la tierra y elevar la calidad de vida de los trabajadores agrarios y en el contexto de la política integral de tierras, en 2010, mediante Resolución 0452 el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural creó el Programa de Formalización de la Propiedad Rural y su correspondiente Unidad Coordinadora, compuesta por un equipo interdisciplinario encargado de implementarlo y desarrollarlo.

El Programa tiene como objeto impulsar, coordinar y apoyar las acciones necesarias para que las capas más vulnerables de la población campesina formalicen la posesión y tenencia de sus predios.

La comunicación es parte central del Programa para potenciar estas acciones y fomentar y consolidar una cultura de la formalización en el país.

Este documento señala los lineamientos estratégicos de comunicación para el Programa de Formalización de la Propiedad Rural y destaca algunos aspectos a tener en cuenta, tales como la relación con las organizaciones sociales de base y acciones afirmativas para las mujeres y las minorías étnicas. Incluye anexos con propuesta de contenidos, términos de referencia y bases de datos útiles para el desarrollo de la estrategia.

Organizaciones sociales de base

El conocimiento y caracterización de organizaciones sociales de base contribuirá a una mejor aplicación de la estrategia de comunicación y permitirá afianzar las acciones en la perspectiva de construir una cultura de la formalización. Cada regional habrá de levantar un mapa de aquéllas en las que se apoyará para sus convocatorias y acciones. Del amplio espectro nacional destacan dos por su trayectoria y cobertura.

Los comités municipales de cafeteros constituyen una importante red social a tener en cuenta, pues tienen presencia en 366 municipios y reflejan una de las dinámicas de agrupamiento solidario de mayor tradición, cuyo origen se remonta a 1927; se agrupan en 15 comités departamentales que confluyen en la Federación Nacional, cuyo órgano rector es un comité en el que hay representación mixta de los productores y el gobierno. El cafetero es el sector agrícola más organizado del país y puntal del desarrollo rural en el que convergen prácticas ancestrales de cultivo y acceso a mercados globales, paradójicamente afectado por alta informalidad en la tenencia de la tierra. La producción colombiana de café proviene de 563 mil fincas que en su mayoría no superan las 5 hectáreas⁴, 36 % de las cuales corresponden a familias poseedoras sin título de propiedad registrado, situación que se busca superar mediante un convenio entre el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural y la Federación Nacional de Cafeteros para aplicar la metodología de barrido masivo predio a predio⁵.

Las Juntas de Acción Comunal (JAC) surgidas a finales de la década de 1950 como organizaciones comunitarias para la construcción de obras civiles vecinales son definidas por la Ley 743 de 2002 como “expresión social organizada, autónoma y solidaria de la sociedad civil, cuyo propósito es promover un desarrollo integral, sostenible y sustentable construido a partir del ejercicio de la democracia participativa en la gestión del desarrollo de la comunidad”. En el Ministerio del Interior, al cual están adscritas, se registran 45.000 agrupadas en 800 asociaciones de otros tantos

⁴ Los comités se constituyen en municipios que acrediten por lo menos 440 productores con cédula cafetera y una producción anual igual o superior a 60 mil arrobas. <http://www.cafedecolombia.com>

⁵ “La alianza que hoy sellamos con el gremio cafetero se multiplicará para cumplir la meta de convertir la tierra en verdadero patrimonio y asegurar los derechos de más de medio millón de familias cafeteras colombianas que por generaciones forjaron un modelo de vida rural digna”. Intervención del ministro Juan Camilo Restrepo en Pitalito, Huila, 17 de marzo de 2012.

municipios (75 %) que convergen en 32 federaciones departamentales. Aunque parte del movimiento está afectado por la burocratización y el clientelismo, también es cierto que acoge a un sector significativo de líderes sociales y rurales. De ahí que convenga contar con ellas como interlocutoras del proceso y factor de movilización por la formalización, siempre a criterio de los ejecutores del Programa, que evaluarán las condiciones y circunstancias locales⁶.

Mujer y minorías⁷

La desigual división del trabajo entre hombres y mujeres, la inequitativa distribución de la tierra y los bienes, y la baja participación y representación social de las mujeres así como el índice cada vez mayor de mujeres cabeza de hogar en la zona rural, son aspectos relevantes en función de la estrategia de comunicación.

En un contexto de sensibilización y formación pedagógica sobre las normas vigentes en materia de derechos económicos y sociales, prevención de la violencia y discriminación contra las mujeres, es recomendable que el Programa incorpore acciones afirmativas a favor de las mujeres cabeza de familia como contempla el Plan Nacional de Desarrollo y las leyes de Mujer Rural y Desarrollo Rural, entre otras referidas a la adecuada y efectiva participación de la mujer para garantizar el uso, goce y libre disposición de los predios de su propiedad.

⁶ Para el 27 de julio de 2012 están convocadas elecciones nacionales de Juntas de Acción Comunal en las que se elegirán presidentes, vice-presidentes, tesoreros, secretarios generales y fiscales por un periodo de cuatro años.

⁷ Anexo documento "Acciones afirmativas para las mujeres".

Tanto en lo que respecta a la mujer como a las minorías étnicas, las acciones comunicativas deberán atender las particularidades de los sectores indígena, afro descendiente, y el pueblo Rom.

Lineamientos para el diseño y ejecución de la estrategia de comunicaciones

Imagen institucional

Poco después de su creación, el Programa empezó a utilizar como identidad visual una imagen de formato rectangular, aparentemente tomada de internet y adaptada y facilitada en su momento por la oficina de comunicaciones de la Organización Internacional de Migraciones: en la parte superior sobre un fondo azul, plano, destaca un árbol frondoso, y en el tercio inferior sobre verde, se ven las raíces, de color café. Llama la atención la ausencia o sugerencia de personas. Se podría afirmar que la simpleza de los trazos y los colores planos contrastantes contribuyen a facilitar la identificación. Probablemente, en el ámbito institucional en el que hasta ahora ha circulado, existe cierta recordación e identificación.

Sin embargo, vale la pena preguntar qué tanto refleja esta imagen el concepto del Programa y si es necesario adoptar una totalmente nueva, modificarla sustancialmente, o a partir de ella, construir otra más estructurada que atienda a los requerimientos de identidad y funcionalidad que se necesitan para desarrollar la acción comunicativa que se propone en estos lineamientos.

La exposición permanente en medios de comunicación masiva y directa de los mensajes que emiten las agencias y programas estatales del sector agrario exige una clara definición de los elementos identificativos de cada instancia para facilitar la comunicación y hacerla más eficaz.

El desarrollo de la imagen institucional del Programa de Formalización de la Propiedad Rural conlleva no solo la creación de un logotipo, que es la expresión más sintética -

abstracta o simbólica- sino también la conceptualización y formulación de lemas, del tono y el acento que exige una buena y acertada actividad comunicativa. Complemento esencial son los respectivos protocolos y manuales de uso para su aplicación en piezas impresas, sonoras, audiovisuales y digitales. La identidad corporativa de las sedes del Programa y las prendas que usen sus funcionarios y agentes en el trabajo de campo, han de llevar este sello.

Objetivo básico de comunicación

Informar, sensibilizar y convocar sobre la importancia, necesidad y maneras de formalizar la propiedad rural dentro de los parámetros de la política estatal de tierras.

Objetivos específicos

- Posicionar el Programa como la instancia estatal de referencia para la formalización de la propiedad rural
- Divulgar entre las autoridades nacionales, regionales y locales los propósitos y bondades del Programa
- Generar credibilidad con respecto a las entidades que intervienen en la formalización de la propiedad rural
- Despertar interés entre los poseedores de tierra sin títulos de propiedad sobre los beneficios que reporta la formalización
- Motivar a los poseedores de tierras sin título a formalizar y legalizar
- Informar los lugares, procedimientos y requisitos para formalizar la propiedad
- Movilizar orientar y acompañar a las comunidades de los municipios donde se valide y aplique el método de barrido predial
- Fomentar en la comunidad rural la cultura de formalización

En función de estos objetivos se desarrollarán acciones de comunicación encaminadas a facilitar el acceso a las instancias y trámites para hacer efectiva la formalización.

Ventajas y problemas de la formalización a considerar en los mensajes

Problemas:

- Costo de los trámites
- Temor a incurrir en pagos de impuestos
- Temor a suscitar conflictos familiares como resultado del proceso de formalización
- Presión de actores externos para la venta del predio formalizado
-

Ventajas:

- Seguridad en la tenencia y prevención del despojo
- Acceso a créditos hipotecando el predio
- Valorización de los predios
- Dinamización del mercado de tierras
- Facilidades para vender o alquilar
- Información confiable sobre linderos y títulos
- Reducción de conflictos entre familiares y vecinos
- Transparencia y claridad de las relaciones entre herederos
- Acceso a programas estatales de desarrollo rural
- Acceso a proyectos de certificación de calidad, medio ambiente y comercio justo
- Incremento de ingresos y sustentabilidad fiscal municipal

- Mayor conocimiento sobre el estado de conservación de áreas naturales protegidas y de reserva
- Capacitación de personal de la región en aspectos técnicos, legales y sociales.

Público objetivo

Para crear las condiciones de garantía y eficacia de los mensajes es necesario segmentar la población en distintos públicos objetivo. Cuando se requiera, se definirán manejos particulares por segmento y por etapa de la estrategia.

Segmentos

1. **Institucional:** Organismos gubernamentales y no gubernamentales.
2. **Gubernamentales:** entidades y dependencias que convergen en la Mesa Técnica de Formalización, instancias que intervienen en etapas del proceso, y son aliados naturales de Programa: Instituto Colombiano para el Desarrollo Rural (Incoder); Instituto Geográfico Agustín Codazzi (IGAC); Catastro de Antioquia, Unidad Administrativa Especial de Gestión de Restitución de Tierras Despojadas; Superintendencia de Notariado y Registro - Delegada para la Protección, Restitución y Formalización de Tierras; dependencias correspondientes en los ministerios del Interior, de Justicia, de Ambiente y Desarrollo Sostenible; Federación Nacional de Departamentos; alcaldías municipales; Corporaciones Autónomas Regionales (CAR); Federación Nacional de Cafeteros.
3. **No gubernamentales:** agencias de cooperación, gremios, banca multilateral, etc.
4. **Población en general con énfasis en organizaciones sociales:** Habitantes de los cascos urbanos y zonas rurales de todo el país, dado que

la informalidad en la tenencia de la tierra es un fenómeno nacional. Juntas de Acción Comunal, ligas de usuarios campesinos, comités de cafeteros, cooperativas de productores agrícolas, instituciones educativas y organizaciones de la sociedad civil.

5. **Población rural municipal:** en este nivel la comunicación se entiende como local y masiva, en la medida en que se orientará a todos los habitantes de los municipios y veredas donde se ha declarado la Zona de Formalización Masiva e interviene directamente el Programa.
6. **Mujer:** aunque el acento de género será transversal a todo el proceso comunicativo, se considera como un público particular a efecto de ejecutar acciones afirmativas a manera de compensación por el desconocimiento histórico de sus derechos sobre la tierra.

¿Qué se va a comunicar?

La esencia de la comunicación será informar sobre el Programa de Formalización de la Propiedad Rural, beneficios que reporta, y cómo acceder a él.

Acorde con la particularización de los públicos objetivo se definen acciones, contenidos y herramientas de comunicación.

Primer segmento: Institucional: Organismos gubernamentales y no gubernamentales

1. Qué comunicar :

-

- a) Tenemos un mandato legal y un compromiso

- b) Existe del Programa de Formalización de la Propiedad Rural que despacha en el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural
- c) El Programa tiene una Unidad Coordinadora Nacional encargada del diseño y ejecución de las actividades del Programa
- d) La Unidad Coordinadora Nacional se apoya en una Mesa Técnica en la que participan las entidades del orden nacional involucradas en la ejecución del Programa
- e) Hay representantes de la Unidad Coordinadora en cinco regiones del país
- f) Existen Grupos técnicos de Formalización instalados en los municipios donde se adelanta el Programa
- g) Hay sitios virtuales en los que se puede consultar acerca de las metas y los avances del Programa

-

2. Piezas de comunicación para el segmento:

En un primer momento basta una **presentación audiovisual** del Programa y su **versión impresa**.

Se recomienda evaluar la conveniencia de un **boletín virtual** que circule con regularidad y dé cuenta de los avances del Programa.

De utilidad un **glosario de términos** como herramienta de trabajo para los integrantes de la Mesa Técnica y una guía de conceptos y convenciones acordadas tales como que las metas cuantitativas del Programa se refieren a familias y predios atendidos y no a hectáreas y extensión.

3. Comentario:

La existencia de la Mesa Técnica interinstitucional se presenta como una ventaja para el propósito de comunicación y la homologación de la información en los niveles nacional, departamental y municipal. Es espacio generado por la Mesa

Técnica permite nivelar el conocimiento sobre legislación, procedimientos, infraestructura, planes de acción y servicios por parte de las distintas entidades. De otra parte, la Mesa Técnica permite posicionar al Programa como la cabeza del proceso y ganar socios y aliados. Es de valor estratégico la relación y articulación con otros programas y proyectos del sector rural: Proyectos de Desarrollo Rural; Restitución de Tierras, Alianzas Productivas; Oportunidades Rurales; Desarrollo Rural con Equidad; Vivienda Rural, Programa Unidos.

Segundo segmento: Población en general con énfasis en organizaciones sociales

1. Qué comunicar :

-

- a) El Estado tiene un programa que ayuda a los campesinos a adelantar las gestiones frente a los jueces, el Incoder, los notarios o las oficinas de registro para formalizar la tenencia de los predios
- b) Ser propietario de los predios trae ventajas
- c) El Programa de Formalización de la Propiedad Rural va hasta su municipio y veredera
- d) Acceder al Programa de Formalización es fácil, ahorra tiempo y dinero

-

2. Piezas de comunicación:

De acuerdo con el plan de acción nacional, regional y local se utilizarán distintas piezas de comunicación.

La **presentación audiovisual** del programa será útil y necesaria en la socialización.

Versiones de la presentación en **plegable** o **folleto**, deberán usarse a discreción como apoyo de los diálogos con autoridades y líderes sociales y de la orientación personalizada. No es conveniente repartirlos indiscriminadamente.

Afiches con información sobre el propósito general del Programa y los pasos a seguir para formalizar los predios constituyen pieza central de la divulgación; deberán ponerse en lugar visible de las gobernaciones, alcaldías municipales, las personerías, los hospitales, las escuelas, las casas de la cultura, los telecentros, las plaza de mercado, los terminales de transporte, las comisarías y otros lugares de afluencia permanente de público, incluso en algunas tiendas y supermercados.

3. Comentario:

Se recomienda aproximarse y abordar las autoridades del nivel regional⁸ y municipal⁹ y líderes de comunidades simultáneamente desde distintos frentes y con diversos mecanismos.

Inicialmente conviene el contacto directo con líderes comunitarios a los que se informe al detalle, pues legitima el Programa, los convierte en potenciales agentes y facilita la apertura de espacios de diálogo. Instancias organizativas propias de la comunidad como las juntas de vecinos, los comités por vereda y las asambleas de cooperativas son adecuadas para socializar los propósitos y explicar el acompañamiento que se ofrece.

⁸ Anexo Base de Datos de Gobernadores registrados en la Federación de Departamentos. Marzo de 2012.

⁹ Anexo Base de Datos de Alcaldes registrados en la Federación Colombiana de Municipios. Febrero de 2012.

En el caso de los comités de cafeteros, y otros que respondan a estructuras regionales o nacionales con las que se tenga convenio, habrá de concertarse con las directivas el momento más propicio para las jornadas informativas, recomendando adecuarse a sus tiempos y rutinas.

Las instituciones educativas son instancias de gran reconocimiento y prestigio y habitualmente cuentan con infraestructura para realizar asambleas y concentraciones. Informar a la comunidad educativa de la existencia del Programa es una buena forma de irradiarlo y contribuye a ‘sembrar’ una cultura de la formalidad.

El conocimiento de la zona y las dinámicas locales es decisivo en la aplicación de la estrategia. A mejor información sobre hábitos, tradiciones e intereses, mayores serán los aciertos en la transmisión de los mensajes, y mejor la receptividad. El eventual apoyo de organizaciones religiosas y pastorales deberá ser evaluado cuidadosamente para evitar situaciones que reviertan negativamente, lo que no excluye brindarles información clara y suficiente para ganar su colaboración tácita o explícita.

Tercer segmento: población municipal

1. Qué comunicar :

-

- a) El Programa de Formalización llegó al municipio
- b) El Programa tiene un equipo de expertos que orienta y acompaña
- c) Formalizar es posible y trae ventajas
- d) Vamos a formalizar
- e) Estamos formalizando

-

2. Piezas de comunicación:

A las piezas de comunicación descritas en los segmentos anteriores se sumará una **cartilla** que contextualice el Programa y oriente en el paso a paso para acceder a él. Se complementará y reforzará con otras piezas de carácter masivo como **volantes** impresos con la información puntual de las jornadas; **carteles de convocatoria** a asambleas informativas. Dispositivos de ‘**tome uno**’ con **folletos** que indiquen la ruta de la formalización se pondrán en bancos, centros de salud, comisarias, telecentros y otros lugares donde los trámites exijan un cierto tiempo de espera.

Se pautarán **cuñas de radio**¹⁰ en emisoras locales cívicas, comerciales o comunitarias de acuerdo con el plan de medios que en su momento se defina. Otro tanto se recomienda para emitir **clips de video** con mensajes institucionales del Programa en canales de televisión regionales, cívicos y comunitarios¹¹. No descartar alianzas con canales comerciales y sus departamentos de responsabilidad social.

En lo posible, y mediante la modalidad de ‘free press’, habrán de buscarse espacios en los que se hagan **entrevistas** a los responsables del Programa y autoridades afines al proceso, y se registren **testimonios** de usuarios que hablen de su experiencia y conviden a formalizar.

¹⁰ Anexo Base de Datos de concesionarios del Servicio de Radiodifusión Sonora Comunitaria en Frecuencia Modulada (FM), registrados en el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. Enero de 2012.

¹¹ Anexo Base de Datos de Canales de Televisión Pública y Privada, registrados en la Comisión Nacional de Televisión. Marzo de 2012.

El **perifoneo** será de gran ayuda y ampliará la cobertura de la divulgación, siempre y cuando siga una ruta y horarios previa y adecuadamente trazados. Se recomienda para la víspera y el día de las jornadas públicas de recepción de solicitudes y de exposición pública de resultados preliminares.

Modalidades que cobran cada vez más preponderancia son las de **mensajes de telefonía móvil, correos electrónicos, chats**, y en general las correspondientes a las nuevas tecnologías de la información. Su utilidad radica en el carácter directo que tienen. Son eficaces para citaciones puntuales lo que implica que los destinatarios han suministrado previamente su número o dirección electrónica, están de acuerdo en que los contacten a través de ese medio y, por lo tanto, estarán pendientes. Deberá establecerse un convenio con los operadores de telefonía móvil para efectos de no cargar el costo de los mensajes a los usuarios. No son aconsejables mensajes masivos indiscriminados.

Vallas al ingreso del pueblo dando la bienvenida con mensajes del tono “Aquí estamos formalizando. La meta son tantos predios registrados” pueden reflejar el compromiso de las autoridades municipales y denotar orgullo por estar a la vanguardia de un proceso que retribuirá beneficios colectivos.

Se contemplará la producción y distribución de **piezas recordatorias** de las jornadas, en particular la de registro masivo, con la imagen institucional del Programa y la fecha: abanicos, bolígrafos, broches, libretas, sombrillas, viseras, llaveros etc.

Porque en sí mismas afirman la existencia del Programa, también se considerarán piezas de comunicación todas aquellas que exija la ‘puesta en escena’ de las jornadas tales como **banderines, gallardetes, pendones, carteleras** informativas, **carpas** y **mostradores** y demás mobiliario de exhibición y atención al público con la imagen institucional.

3. Comentario:

Las acciones comunicativas incorporadas a la cotidianidad del Programa se reforzarán en ciertas etapas y de acuerdo con el plan de acción. Los momentos de mayor intensidad en la actividad de divulgación masiva corresponderán a los días previos a hitos del proceso como son: declaratoria de Zona de Formalización; visitas de campo y barrido predio a predio; exposición pública de resultados, y jornadas masivas de registro. Será entonces cuando las cuñas radiales institucionales se refuercen con una pauta de mayor frecuencia para informar fechas, lugares y propósito de las jornadas.

Vale tener en cuenta el calendario de ferias y fiestas patronales del municipio por ser momentos propicios para la movilización y concentración. Servirán para propagandizar masivamente el Programa, pero habrá de evaluarse la oportunidad y conveniencia de realizar jornadas simultáneas porque podrían distorsionar la convocatoria.

Cuarto segmento: mujer

1. Qué comunicar :

-

- a) Las mujeres tienen derecho a la propiedad
- b) El Programa da trato especial a las mujeres
- c) Las mujeres con propiedad ganan autonomía
- d) Las mujeres están a la cabeza del hogar y de la formalización

-

2. Piezas de comunicación para el segmento:

Un **plegable, cuñas de radio**, mensajes **testimoniales** e incluso **dramatizados**, pueden contribuir a establecer el diálogo con las mujeres potenciales usuarias del Programa.

3. Comentario:

Es importante analizar y evaluar en cada caso el uso de piezas con enfoque de género, y la programación y convocatoria a actividades específicas para las mujeres, para evitar fricciones y malos entendidos en el grupo familiar y su entorno social.

La imagen de la mujer deberá estar presente en el conjunto de piezas de la campaña, no solamente en las específicas dirigidas a este segmento. El manejo del lenguaje atenderá la perspectiva de género sin caer en retóricas postizas que resten eficacia a la comunicación.

Valga señalar la importancia de que las imágenes y el lenguaje textual y de contexto reflejen la realidad de las comunidades en lo que atañe a características étnicas y prácticas culturales.

Establecer que las mujeres son un público específico no implica fragmentar la campaña ni la información general, sino atender la especificidad de este sector social para establecer con él un diálogo que redunde en la mayor eficacia de la comunicación y acertar en los mensajes.

Las piezas deben incluir la información general del Programa, y la orientación pertinente al ejercicio de los derechos económicos y sociales ante situaciones de tenencia y formalización de la propiedad en casos tales como: matrimonio o unión de hecho, divorcio y separación, viudez, sucesiones, herencias, etc.

Es un hecho que cada vez hay más mujeres cabeza de hogar. Enfocarse en esta franja poblacional con características, condiciones e intereses precisos implicará resaltar el liderazgo familiar, y la importancia de construir un futuro cierto para el grupo.

ANEXO 3

PERFIL:
Nombre: _____
Edad: _____
Vereda-municipio: _____
Tiempo de residencia:
0- 1 año _____ 2 a 5 años _____ 6 a 10 años _____ Mas de 10 años _____
Sexo: F _____ M _____
Ocupación: _____
Ultimo grado cursado: _____
Nivel de lectura: Alto _____ Medio _____ Bajo _____ No sabe leer _____
Nivel de escritura: Alto _____ Medio: _____ Bajo: _____ No sabe escribir _____

A. MEDIOS Y ESCENARIOS DE COMUNICACIÓN

1. ¿Usa celular? Sí _____ No _____
2. ¿Accede a internet? Sí _____ No _____
 - ¿En qué lugar? Casa _____ Compartel _____ otro: _____
 - ¿Cada cuánto? Diario _____ Semanal _____ Mensual _____
3. ¿Tiene usted o algún miembro de su hogar un correo electrónico? Sí _____ No _____
4. ¿Qué medio usa con más frecuencia para informarse?:
 - Televisión: _____ Radio: _____ Prensa: _____ Internet: _____
5. ¿En qué horarios ve televisión?
 - Madrugada _____ Mañana: _____ Tarde: _____ Noche: _____
6. ¿Cuál es su programa favorito de televisión?

7. ¿Ve usted el canal local/regional de televisión?
 - Sí _____ No _____
8. ¿En qué horarios escucha más la radio?
 - Madrugada _____ Mañana: _____ Tarde: _____ Noche: _____
9. ¿Qué emisora le gusta más? _____
10. ¿Qué Programa le gusta más? _____
11. ¿Lo escucha mientras trabaja o en familia? _____
12. ¿Lee algún periódico?
 - Sí _____ No _____ Cual? _____
13. ¿Con qué frecuencia lo lee?
 - Diario _____ Semanal _____ Mensual _____
14. ¿En qué momentos y lugares se encuentra usted con la comunidad?
 - Reuniones de las JAC _____ Reuniones de la escuela _____
 - Día de mercado _____
 - OTRO _____

15. ¿Usted va a misa los domingos? Sí _____ No _____
16. ¿En qué personaje de la comunidad cree más usted?
- Alcalde _____ Presidente JAC _____ Cura _____
 - Otro _____

-
-

B. PERCEPCIONES

17. ¿Sabe que es la formalización de la propiedad rural?
- Si _____
Explique _____
 - No _____
18. ¿Sabe usted cómo legalizar la tenencia de su tierra?
- Si _____
 - Explique _____
 - No _____
19. ¿Cómo se enteró del Programa de Formalización de la Propiedad Rural?
- Volante _____ Perifoneo _____ Presidente de la JAC _____
 - Otro _____
20. ¿Por qué decidió inscribirse?
- _____
21. ¿Tiene claro los derechos que tienen las mujeres sobre la tenencia de la tierra?
- Sí _____ No _____
22. ¿Tuvo dudas de participar en el Programa?
- Si _____
 - ¿Cuáles? _____
 - No _____
23. ¿Antes usted intentó formalizar su predio?
- si _____ ¿Recibió ayuda de alguna entidad? Si _____ No _____
 - No _____ ¿Recibió ayuda antes de una entidad o particular?
24. ¿Para _____ usted _____ por _____ qué _____ es _____ importante formalizar? _____
25. Conoce los pasos para formalizar?
- Sí _____ No _____
26. ¿Cuáles son los compromisos que ha adquirido el programa con su caso? _____
27. A la fecha ¿han cumplido?

- Si _____
 - No _____ Por qué? _____
 - ¿Recomendaría usted el programa a un vecino o familiar? _____
 - Sí _____ No _____
28. ¿Qué es lo más importante para usted al obtener el título?
- Obtener un crédito _____ Dejar herencia a los hijos _____
 - Vender o arrendar la tierra _____
 - Otro _____