

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA

SEDE QUITO

CARRERA: COMUNICACIÓN SOCIAL

**Tesis previa a la obtención del título de: LICENCIADAS EN
COMUNICACIÓN SOCIAL**

TEMA:

**DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DEL DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN
EN EL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DE LA PARROQUIA
RURAL DE GUAYLLABAMBA (GAD-GUAYLLABAMBA).**

AUTORAS:

JOHANNA NATHALY ANDAGOYA ORTEGA

MELINA DEL ROCÍO SILVA SILVA

DIRECTOR:

SEGUNDO SERAFÍN ILVAY

Quito, mayo del 2014

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD Y AUTORIZACIÓN DE USO DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Nosotras, autorizamos a la Universidad Politécnica Salesiana la publicación total o parcial de este trabajo de titulación y su reproducción sin fines de lucro.

Además declaramos que los conceptos y análisis desarrollados y las conclusiones del presente trabajo son exclusiva responsabilidad de las autoras.

Quito, mayo del 2014

Johanna Nataly Andagoya Ortega

C.I: 1722710785

Melina del Rocío Silva Silva

C.I: 1716605504

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de titulación en primer lugar a Dios por significar la esperanza y la paz en mi vida. A mis padres por ser quienes día a día han luchado por darme un futuro mejor. A mis hermanos por ser quienes me levantan y animan en el camino.

Johanna Nataly Andagoya Ortega

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de titulación a Dios que me dio la oportunidad de culminar esta etapa tan trascendental en mi vida. A mis padres por ser mis consejeros, amigos, y sobretodo por brindarme el apoyo incondicional para cumplir mis metas. A mis hermanos, quienes con su ejemplo han sabido enseñarme las mejores cosas de la vida.

Melina del Rocío Silva Silva

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a la Universidad Politécnica Salesiana por haber sido el escenario de nuestra etapa universitaria, en donde adquirimos herramientas valiosas para nuestro futuro y valores importantes para nuestras vidas.

De la misma manera agradecemos a las personas que nos apoyaron en este proceso final de nuestra carrera universitaria, gracias por su tiempo y comprensión.

De una forma muy especial agradecemos al Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Rural de Guayllabamba, por permitirnos realizar este proyecto, que servirá para todos quienes trabajan por la comunicación en la ruralidad.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I.....	3
MARCO TEÓRICO.....	3
1.1 La comunicación	3
1.1.2 Modelos de comunicación	4
1.1.2.1 Modelo tradicional de comunicación.....	5
1.1.2.2 Nuevo modelo de comunicación.....	6
1.1.3 Teorías de la comunicación.....	10
1.1.3.1 Funcionalismo	10
1.1.3.2 Estructuralismo	12
1.1.3.3 Teoría crítica	13
1.1.3.4 Tendencia Latinoamericana	13
1.1.4 Comunicación organizacional.....	16
1.1.4.1 Comunicación interna	17
1.1.4.2 Flujos de comunicación en la organización.....	18
1.1.4.2.1 Comunicación descendente.....	19
1.1.4.2.2 Comunicación ascendente.....	19
1.1.4.2.3 Comunicación horizontal	19
1.1.4.2.4 Comunicación diagonal	19
1.2 El desarrollo	19
1.2.1 Teorías del desarrollo.....	21
1.2.1.1 Orígenes de las teorías del desarrollo; las teorías clásicas.....	21
1.2.2 Principales teorías del desarrollo	21

1.2.2.1 Teoría de la modernización.....	21
1.2.2.2 La teoría de la dependencia.....	22
1.3 La comunicación para el desarrollo	23
1.3.1 Modelos de comunicación y desarrollo.....	25
1.3.1.1 La comunicación de desarrollo	25
1.3.1.2 Comunicación como apoyo al desarrollo	25
1.3.1.3 Comunicación alternativa para el desarrollo democrático	26
1.3.1.4 Comunicación desarrollo o comunicación con desarrollo	26
1.3.2 La comunicación para el desarrollo en América Latina y Ecuador	26
1.4 La Comunicación y las Instituciones Públicas.....	29
1.4.1 Institución Pública.....	29
1.4.2 La Comunicación en las Instituciones Públicas	30
1.4.2.1.1 Comunicación intra-institucional pública	31
1.4.2.1.2 Comunicación extra-institucional	32
1.4.3 Públicos	32
1.4.3.1 Públicos internos de la comunicación institucional	32
1.4.3.2 Públicos externos de la comunicación institucional.....	33
1.5 La Comunicación y los Gobierno Autónomos Descentralizados	34
1.5.1 Gobiernos Autónomos Descentralizados	34
1.5.2 Gobiernos Autónomos Descentralizados Parroquiales	34
1.5.2.1 Estructura orgánica.....	35
1.5.2.2. Funciones y responsabilidades de los GAD Parroquiales (COOTAD, 2011)	35
1.5.3 La Comunicación y Los Gobiernos Parroquiales.....	36
1.6 Comunicación y la comunidad.....	37
1.6.1 La comunicación es un derecho de la comunidad.....	37

1.6.1.1 El derecho a la comunicación hace que la gente se valore	39
1.6.2 La comunicación es acción desde y en las prácticas sociales de la comunidad.....	39
1.6.3 La comunidad y sus problemas de comunicación.....	40
1.6.4 El rol de la comunicación en el desarrollo de la comunidad	42
1.7 Departamento de Comunicación.....	43
1.7.1 Plan de comunicación	45
1.8 Bases legales	46
1.8.1 Ley de Comunicación 2013	46
1.8.2 Código Orgánico de Ordenamiento Territorial Autonomía y Descentralización ..	47
1.8.3 Contraloría General del Estado	48
1.8.4 Consejo Nacional de Gobiernos Parroquiales Rurales del Ecuador	49
1.8.5 Asociación de Juntas Parroquiales Rurales de Pichincha (ASOJUPAR)	49
1.8.6 Consejo de Participación Ciudadana y Control Social	49
CAPÍTULO II	
LA PARROQUIA DE GUAYLLABAMBA Y EL GOBIERNO PARROQUIAL DE GUAYLLABAMBA	5049
2.1 La parroquia de Guayllabamba	50
2.1.1 Antecedentes históricos y culturales	50
2.1.2 Ubicación geográfica	51
2.1.3 Demografía.....	52
2.1.4 Actividad económica.....	54
2.1.5 Población activa	57
2.1.6 Identidad cultural	58
2.1.7 Servicios, infraestructura y equipamiento.....	59
2.1.8 Fuerzas vivas.....	60

2.1.9 Problemática social	61
2.2 Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia de Guayllabamba.....	61
2.2.1 Periodo de gobierno	62
2.2.2 Visión	62
2.2.3 Misión	62
2.2.4 Objetivo general	63
2.2.5 Objetivos específicos	63
2.2.6 Principios y valores	64
2.2.7 Filiales	64
2.2.10 Bases legales	67
2.2.11 Ejes de trabajo	67
2.2.12 Comisiones de trabajo	67
2.2.13 Convenios.....	67
CAPÍTULO III	69
DIAGNÓSTICO COMUNICACIONAL DE LA PARROQUIA DE GUAYLLABAMBA Y DEL GOBIERNO PARROQUIAL DE GUAYLLABAMBA	70
3.1 Diagnóstico comunicacional de la parroquia de Guayllabamba	70
3.1.1 Objetivo.....	70
3.1.2 Fecha de realización	70
3.1.3 Observación.....	70
3.1.4 Entrevistas	70
3.1.5 Encuestas.....	71
3.1.5.1 Muestreo.....	72
3.1.5.2 Lista de preguntas del cuestionario	72
3.1.5.3 Análisis de las encuestas a los habitantes de la parroquia	73

3.1.5.4 Resultados del diagnóstico.....	80
3.2 Diagnóstico comunicacional del Gobierno Parroquial	82
3.2.1 Diagnóstico comunicación interna.....	82
3.2.1.1 Objetivo.....	82
3.2.1.2 Observación.....	82
3.2.1.3 Entrevistas.....	82
3.2.1.4 Encuestas.....	82
3.2.1.5 Fecha.....	83
3.2.1.6 Muestreo.....	83
3.2.1.7 Lista de preguntas	83
3.2.1.8 Análisis de las encuestas realizadas a los miembros del Gobierno Parroquial	84
3.2.2 Diagnóstico de comunicación externa	92
3.2.2.1 Objetivo.....	92
3.2.2.2 Fecha.....	92
3.2.2.3 Observación.....	92
3.2.2.4 Encuestas:.....	92
3.2.2.4.1 Muestreo.....	92
3.2.2.4.2 Lista de preguntas del cuestionario	93
3.3 Análisis de Cuestionario dirigido a los habitantes de la parroquia de Guayllabamba (comunicación externa).....	94
3.4. Resultados de los diagnóstico comunicacionales del Gobierno Parroquial (comunicación interna y externa).....	105
CAPÍTULO IV.....	112
PROPUESTA DEL DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DEL DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN EN EL GOBIERNO PARROQUIAL DE GUAYLLABAMBA ..	112
4.1 Denominación de la propuesta.....	112

4.2	Introducción	112
4.3	Descripción de la propuesta	112
4.4	Análisis de misión y visión	113
4.5	Especificación de problemas.....	115
4.6	Diseño del Departamento de Comunicación.....	116
4.6.1	Ubicación	116
4.6.2	Política de comunicación de la institución.....	116
4.6.2	Misión y visión.....	117
4.6.3	Objetivos del Departamento de Comunicación.....	117
4.6.4	Beneficiarios	118
4.6.5	Estructura del departamento.....	118
4.6.5.1	Recursos	120
4.6.5.2	Organigrama específico del Departamento de Comunicación.....	121
4.6.5.2	Perfil, requisitos y funciones del Director de Comunicación	121
4.6.5.3	Denominación y funciones del equipo de trabajo	122
4.6.5.3	Funciones del Departamento de Comunicación.....	123
4.7	Plan de comunicación	124
4.7.1	Políticas de comunicación.....	124
4.7.2	Ejes del plan de comunicación.....	125
4.7.2.1	Estrategias de comunicación.....	125
4.7.3	Plan de comunicació interno	126
4.7.4	Plan de comunicación externa.....	127
4.7.5	Planificación de las actividades	128
4.7.6	Cronograma de las actividades.....	132
4.7.7	Presupuesto	136

4.8 Ejecución y evaluación	137
4.9 Informe financiero.....	148
4.10 Evaluación general de la ejecución del proyecto	148
CONCLUSIONES	149
RECOMENDACIONES	151
LISTA DE REFERENCIAS	152
ANEXOS	155

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Cuadro de población	53
Tabla 2: Ramas por actividad.....	56
Tabla 3: Integrantes de la institución	66
Tabla 4: Lista de preguntas del cuestionario de encuesta 1	72
Tabla 5: Lista de preguntas del cuestionario de encuesta 2	83
Tabla 6: Lista de preguntas del cuestionario de encuesta 3	93
Tabla 7: Resultados del diagnóstico de comunicación del Gobierno Parroquial (Comunicación Interna)	105
Tabla 8: Resultados del diagnóstico de comunicación del Gobierno Parroquial (Comunicación Externa)	155
Tabla 9: Plan de comunicación interna	126
Tabla 10: Plan de comunicación externa	128
Tabla 11: Planificación de actividades.....	130
Tabla 12: Cronograma de actividades.....	135
Tabla 13: Presupuesto del proyecto	140
Tabla 14: Planificación y evaluación	141

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Nuevo modelo de comunicación	8
Figura 2: Parroquia de Guayllabamba	50
Figura 3: Límites de la parroquia de Guayllabamba	52
Figura 4: Zonas de actividad económica	54
Figura 5: Organigrama del Gobierno Parroquial de Guayllabamba	65
Figura 6: Pregunta N° 1	73
Figura 7: Pregunta N° 2	74
Figura 8: Pregunta N° 3	75
Figura 9: Pregunta N° 4	76
Figura 10: Pregunta N° 8	77
Figura 11: Pregunta N° 9	78
Figura 12: Pregunta N° 4	79
Figura 13: Pregunta N° 1	84
Figura 14: Pregunta N° 2	85
Figura 15: Pregunta N° 3	86
Figura 16: Pregunta N° 4	87
Figura 17: Pregunta N° 5	88
Figura 18: Pregunta N° 6	89
Figura 19: Pregunta N° 7	90
Figura 20: Pregunta N° 8	91
Figura 21: Pregunta N° 1	94
Figura 22: Pregunta N° 2	95
Figura 23: Pregunta N° 3	96

Figura 24: Pregunta N° 4	97
Figura 25: Pregunta N° 5	98
Figura 26: Pregunta N° 6	99
Figura 27: Pregunta N° 7	100
Figura 28: Pregunta N° 8	101
Figura 29: Pregunta N° 9	102
Figura 30: Pregunta N° 10	103
Figura 31: Pregunta N° 11	104
Figura 32: Organigrama de la institución.....	119
Figura 33: Organigrama del Departamento de Comunicación	121

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Encuesta de comunicación interna del Gobierno Parroquial	160
Anexo 2: Encuesta de comunicación externa del Gobierno Parroquial.....	161
Anexo 3: Volante informativo (parte anterior)	163
Anexo 4: Volante informativo (parte posterior).....	164
Anexo 5: Encuentros culturales 1	165
Anexo 6: Encuentros culturales 2	166
Anexo 7: Encuentros entre el Gobierno Parroquial y la comunidad 1.....	167
Anexo 8: Encuentros entre el Gobierno Parroquial y la comunidad 2.....	168

RESUMEN

Esta investigación propone un modelo de diseño e implementación del Departamento de Comunicación en el Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia rural de Guayllabamba. Después de una exhaustiva investigación de campo se logró determinar que la parroquia de Guayllabamba enfrenta un grave problema de comunicación, ya que no cuenta con ningún medio de comunicación local, ni está inmersa en proyectos de desarrollo local y comunicación comunitaria. Esto ha generado que la comunidad desconozca los hechos de coyuntura de la parroquia, y al mismo tiempo se evidencia que no es una comunidad incluyente, de diálogo y con participación ciudadana.

Por otro lado el Gobierno Parroquial de Guayllabamba, es la institución encargada de gobernar y de fomentar temas de interés y desarrollo, siendo la principal institución en impulsar la comunicación. Sin embargo, esta institución carece de un plan de comunicación interno y externo.

Frente a esta realidad se plantea la implementación del Departamento de Comunicación en el Gobierno Parroquial, que funcionará mediante un plan de comunicación, de estrategias y políticas comunicacionales. Este proyecto está diseñado desde un marco teórico coherente a la realidad de la comunidad y del gobierno parroquial, y un previo diagnóstico comunicacional. Está planificado y ejecutado en varias fases y será evaluado correspondientemente.

Se pretende que este trabajo de investigación sirva como un modelo para todos aquellos que ejercen la comunicación en las parroquias rurales del Ecuador y en sus gobiernos locales, y emprenden proyectos comunicacionales como la creación de un Departamento de Comunicación. Enfáticamente pretende fomentar la comunicación local y alternativa en las parroquias rurales y gobierno locales del Ecuador.

ABSTRACT

This research proposes a design and implementation of the Department of Communication at the Autonomous Decentralized Government of the rural parish of Guayllabamba. After extensive field research it was determined that the parish of Guayllabamba facing a serious problem of communication because it does not have any local media, and is involved in local development projects and community communication. This has led to the community unaware of the facts situation of the parish, while it is evident that it is not an inclusive community, dialogue and citizen participation. Furthermore Guayllabamba Parish Government is the institution which will administer and promote issues of interest and development, being the leading institution in promoting communication. However, this institution lacks a plan for internal and external communication. Faced with this reality, the implementation of the Department of Communication at the Parish Government, which will operate through a communication plan, policies and communication strategies, arises. This project is designed from a coherent theoretical framework for the reality of the parish community and the government, and a previous diagnosis communication. Is planned and implemented in phases and will be evaluated accordingly. It is intended that this research will serve as a model for all those who practice communication in the rural parishes of Ecuador and its local governments, and undertake communication projects such as the creation of a Department of Communication. Emphatically aims to promote local and alternative communication in rural parishes and local government of Ecuador.

INTRODUCCIÓN

La parroquia rural de Guayllabamba es una de las parroquias más visitadas del cantón Quito. Su ubicación geográfica, gastronomía, atractivos turísticos, entre otros aspectos hacen de esta parroquia una zona activa y dinámica, sin embargo, la comunicación no es parte de su desarrollo, ya que no cuenta con medios de comunicación local, ni con momentos y espacios comunicacionales en donde la comunidad pueda integrarse e informarse de los sucesos que acontecen en la parroquia.

Por otra parte, el Gobierno Autónomo Descentralizado de Guayllabamba, es el organismo encargado de impulsar y trabajar por el desarrollo integral de la parroquia, este es elegido por el mismo pueblo. Entre sus principales funciones destacan la realización de obras viales, agua potable, alcantarrillado y desarrollo cultural. El progreso de la comunidad depende directamente de la parroquia y del gobierno local, por esta razón estos dos actores sociales deben tener y mantener una excelente comunicación.

Sin embargo, después de un proceso de observación y de diagnóstico se identificó que la parroquia de Guayllabamba y su gobierno están atravesando por un problema grave de comunicación, ya que no existe una relación entre estos dos actores sociales. Por un lado la comunidad no expresa sus necesidades, y no participa en los procesos sociales, económicos, políticos, etc, en los que esta inmersa la parroquia, por otra parte el gobierno parroquial ha trabajado por el desarrollo de la parroquia realizando obras importantes como la creación de espacios públicos, pero no ha suplido las necesidades urgentes, tampoco informa sobre su gestión a la comunidad, esto le ha generado una imagen negativa entre los guayllabambeños. Además, la institución internamente también enfrenta problemas de comunicación entre sus miembros, lo que genera un pésimo clima laboral.

Frente a esta problemática se propuso, planificó y ejecutó la creación de un Departamento de Comunicación en el gobierno parroquial, por ser esta la organización responsable de generar espacios y momentos comunicacionales, porque se debe a la

comunidad. Este departamento debe encargarse de utilizar a la comunicación como herramienta fundamental para la gestión del gobierno local, a través de un plan de un plan de comunicación integral, de estrategias y políticas de comunicación, tanto para la comunicación interna como externa. De esta manera este departamento será el corazón de la institución porque estará presente en todos sus procesos, y tiene como objetivo cumplir todas sus metas y requerimientos.

Los beneficios de un Departamento de comunicación son trascendentales para una organización, ya que la consolidará, solucionará los problemas comunicacionales que enfrenta, y sobretodo será ese puente, entre la comunidad y el gobierno local para lograr el desarrollo integral de la comunidad.

A continuación el desarrollo de este proyecto. El objetivo principal del mismo es ser una solución a los problemas comunicacionales que enfrentan las zonas rurales con sus gobiernos, y al mismo tiempo ser un modelo de gestión de comunicación.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 La comunicación

La comunicación es inherente a la especie humana, sin esta la sociedad no podría existir. La comunicación se fundamenta en la relación entre los seres humanos, esto identifica que el hombre no puede vivir aislado, ya que es un ser social. La comunicación ha ido evolucionando según las necesidades de cada grupo humano, es así que las primeras formas de comunicación eran instintivas; a través de sonidos guturales y gestos, después se desarrolló la comunicación mediante el tacto, hasta desembocar en el lenguaje. Y actualmente “la tecnología y la profesionalización de las prácticas han hecho de la comunicación la figura emblemática de las sociedades del tercer milenio” (Armand Mattelart y Michele Mattelart, 1997, pág. 9).

Varios han sido los teóricos a lo largo de la historia, que han estudiado y definido a la comunicación. Por ejemplo, el filósofo griego Aristóteles en 354 AC, definía a la comunicación como el arte de la persuasión, estableciendo el modelo de comunicación más antiguo, que radica en el locutor, discurso y oyente. Por otro lado, los ingenieros estadounidenses, Claude Shannon y Warren Weaver en 1948, padres de la teoría de la información, expresan que la comunicación es un proceso sistemático en donde participan el emisor, mensaje, código y receptor. (Beltrán, 1979)

Por su parte, el comunicólogo italo-venezolano, Antonio Pasquali en 2011, afirma que la comunicación aparece en el instante mismo en que la estructura social comienza a configurarse, y que donde no hay comunicación no puede formarse ninguna estructura social. Para Pasquali el término comunicación es específico a la interrelación humana (al intercambio de mensajes), sean cuales fueren los aparatos intermediarios utilizados para facilitar la interrelación a distancia.

Para la comunicóloga peruana, Rosa María Alfaro (1993) la comunicación es sobre todo una relación de interlocución y diálogo entre los individuos, y al mismo tiempo es un

elemento esencial para la organización humana. En este contexto el ser humano informa, expresa y comparte todos sus saberes, emociones, etc., generando la retroalimentación, proceso en el cual se llega a consensos para el desarrollo individual y colectivo.

Para el comunicólogo boliviano, Luis Ramiro Beltrán (1979) la comunicación es el proceso de interacción social democrático que se basa sobre el intercambio de símbolos por los cuales los seres humanos comparten voluntariamente sus experiencias bajo condiciones de acceso libre e igualitario, diálogo y participación.

La comunicación se caracteriza por ser un proceso cambiante y dinámico, se ajusta al contexto social en el que se produce, por eso siempre está en construcción. La comunicación es la medicina a todos los aspectos de la vida en sociedad, quizá en algunos momentos no es identificada como tal, pero al final resulta ser la más eficaz y cercana a los problemas sociales. Los beneficios y alcances de la comunicación son extraordinarios, solo basta observar todo lo que ha sido capaz la humanidad de crear en cada época. La comunicación ha impulsado cambios y revoluciones sociales, ha instaurado nuevas formas de vida, y hasta el final de la existencia de la especie humana seguirá sorprendiendo al hombre de lo que juntos pueden lograr. (Castañeda, 2005)

En el estudio de la comunicación se han desarrollado diversas investigaciones que se han ido consolidando en los Modelos de Comunicación y Teorías de Comunicación.

1.1.2 Modelos de Comunicación

Luis Ramiro Beltrán en 1979 en su ensayo “Adios a Aristóteles, la Comunicación Horizontal”, define a los modelos comunicativos como esquemas explicativos del proceso de comunicación y de los elementos que en el intervienen. No existe un modelo único; diversos modelos fueron creados por profesionales del campo, pero todos comparten principios y elementos básicos de la comunicación.

El autor afirma que en las últimas décadas los modelos de comunicación se han encontrado en conflicto, dividiéndose en el modelo tradicional y el modelo actual de comunicación, mismos que son contextualizados y definidos por el autor en el texto.

1.1.2.1 Modelo Tradicional de Comunicación

Para Luis Ramiro Beltrán el modelo tradicional de comunicación es lineal, en donde solo participa el emisor, tratando de persuadir al receptor para que responda a sus intereses. Este modelo es característico de los medios de comunicación masivos, del mismo modo de los grupos de poder.

El primer modelo de comunicación se remonta hasta Aristóteles, quien estableció que se compone de tres elementos: el locutor, el discurso y el oyente, y percibió su propósito como “la búsqueda de todos los medios posibles de persuasión. Esta definición se convierte en la esencia del modelo clásico de comunicación, que ha sido usado por varios siglos” (Beltrán, 1979, pág. 15)

El sociólogo estadounidense, Harol Lasswell, en 1948 llevo adelante a la proposición de Aristóteles añadiéndole dos elementos, en tanto que Aristóteles había identificado el quién, el qué y el a quién de la comunicación, Lasswell refinó el esquema estipulando el cómo y el para qué. La teoría de Lasswell afirma que la comunicación desempeña tres funciones:

1. Vigilancia del medio ambiente.
2. Correlación de los componentes de la sociedad.
3. Transmisión cultural entre generaciones.

Este modelo se basa en estímulo y respuesta, convirtiéndose en un modelo vertical y lineal.

Luego, los ingenieros estadounidenses, Shannon y Weaver en 1971 surgieron con el modelo matemático de la comunicación, compuesto por cinco partes esenciales:

1. Una fuente de información que produce un mensaje o secuencia de mensajes para ser comunicados al terminal receptor.
2. Un transmisor que opera sobre el mensaje en forma de producir una señal susceptible de transmisión por el canal.
3. El canal es solamente el medio usado para transmitir la señal.

4. El receptor ordinariamente lleva a cabo la operación inversa a la que hace el transmisor, reconstruyendo el mensaje a partir de la señal.
5. El destinatario es la persona a la que va dirigido el mensaje.

El comunicólogo David K. Berlo basado en el modelo de Shannon y Weaver, en la década de los setenta desarrolla un modelo con el que a diferencia de sus antecesores considera que en el contexto de la comunicación entre personas, la fuente y el codificador se deben agrupar en un solo elemento. Al igual que el decodificador y el receptor ya que ambas funciones –codificar y emitir o recibir y decodificar- son efectuadas de manera simultánea por la misma persona respectivamente. Según Berlo el objetivo fundamental de la comunicación humana es modificar el entorno. (Berlo, 2000, pág. 15)

Finalmente, el modelo tradicional de comunicación se deriva de las conceptualizaciones reseñadas anteriormente, concluyendo en los siguientes elementos: fuente, mensaje, canal, decodificador, receptor y efecto, y su propósito primordial la persuasión. La definición tradicional de comunicación se define como el acto o proceso de transmisión de mensajes de fuentes y receptores a través del intercambio de símbolos (pertenecientes a códigos compartidos por ellos) por medio de canales transportadores de señales. En este paradigma clásico, el objetivo de la comunicación es el intento del comunicador de afectar en una dirección dada el comportamiento del receptor; es decir, producir efectos sobre la manera de sentir, pensar y actuar del que recibe la comunicación o la persuasión. La retroalimentación se considera instrumental para asegurar el logro de objetivos del comunicador. (Beltrán, 1979, pág. 10)

La conceptualización tradicional de la comunicación y su paradigma clásico fueron el resultado de la experiencia de comunicación en Estados Unidos de América y en Europa Occidental. Este modelo ha tenido una influencia muy fuerte, lo que le ha permitido seguir vigente hasta los tiempos actuales.

1.1.2.2 Nuevo Modelo de Comunicación

Luis Beltrán (1979) define al nuevo modelo de comunicación como el proceso de interacción social democrático, que se basa sobre el intercambio de símbolos por los

cuales los seres humanos comparten voluntariamente sus experiencias, bajo condiciones de acceso libre e igualitario, de dialogo y participación. Los seres humanos se comunican con varios objetivos, pero el principal no es influenciar en el comportamiento de los demás, sino la necesidad de expresare y dejar conocer sus inquietudes comunicacionales.

El nuevo modelo de comunicación nace frente a las críticas de las prácticas del modelo de comunicación tradicional, ya que sus resultados han sido devastadores sobre todo en regiones como América Latina. Varios estudiosos de la comunicación como los comunicólogo estadounidenses Wilbur Schramm y David K. Berlo, entre otros, fueron los promotores de estas críticas afirmando lo siguiente:

- Las definiciones y los modelos tradicionales son unilineales, y erróneamente proponen la noción mecánica de la comunicación como transmisión de información de fuentes activas a receptores pasivos. En realidad, no hay transmisión; sólo hay provocación de significados ya existentes en la gente, que al decodificar los símbolos participa activamente.
- Esos modelos se basan, además, en la noción errónea de que la comunicación es un acto, un fenómeno estático en el cual la fuente es la privilegiada; la comunicación es en realidad un proceso en el cual todos los elementos actúan dinámicamente. Por tanto, es eminentemente un caso de relaciones sociales, un fenómeno de intercambio múltiple de experiencias y no un ejercicio unilateral de influencia individual.
- Los modelos, finalmente, inducen a confusión entre la información que puede transferirse por un acto unilateral y la comunicación que es diferente y más amplia.
- El modelo de comunicación tradicional es un instrumento de persuasión utilizado por el Status Quo en diferentes ámbitos como la educación, el marketing y la política.

Los comunicólogos de América Latina han sido muy influyentes en el planteamiento de nuevos modelos de comunicación. Antonio Pascuali, Díaz Bordenave, Luis Beltrán,

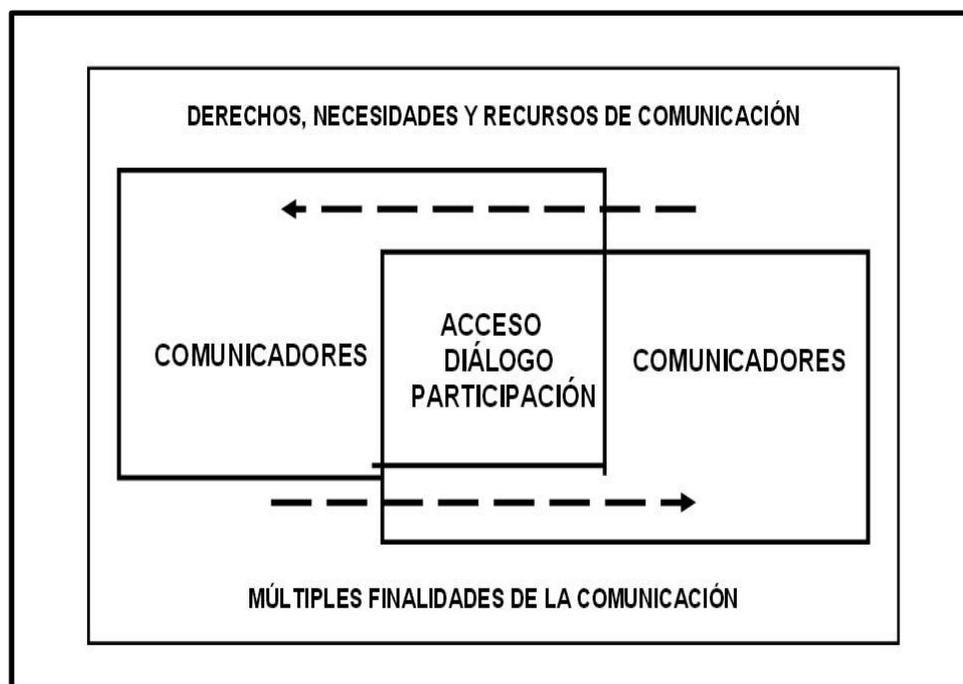
entre otros han aportado significativamente a la conceptualización de nuevas propuestas comunicativas.

Todas las críticas al modelo de comunicación tradicional se vertieron a la conceptualización de la comunicación horizontal o democrática en donde el proceso comunicativo es cara a cara, denotando en el nuevo modelo de comunicación.

Elementos del proceso comunicativo del Nuevo Modelo de Comunicación

Según el comunicólogo Beltrán, los elementos del proceso de comunicación determinan los modelos comunicativos. A continuación los elementos del proceso de comunicación del nuevo modelo comunicativo. (Beltrán, 1979, pág. 35)

Figura 1: Nuevo Modelo de Comunicación



Fuente: "Adios a Aristóteles" de Luis Ramiro Beltrán, 1979, pág.35

Acceso: es el ejercicio efectivo del derecho a recibir mensajes.

Diálogo: es el ejercicio efectivo del derecho a recibir y al mismo tiempo emitir mensajes.

Participación: es el ejercicio efectivo del derecho a emitir mensajes.

Comunicadores: son todos los seres humanos aptos tanto para recibir mensajes como para emitirlos.

Derecho a la comunicación: es el derecho natural de todo ser humano a emitir y recibir mensajes intermitentemente o al mismo tiempo.

Necesidad de comunicación: es tanto una demanda natural individual como un requerimiento de la existencia social para usar los recursos de comunicación a fin de entrar a compartir las experiencias por interacción mediada por símbolos.

Recurso de comunicación: es cualquier elemento energía/materia – cognoscitivo, afectivo o físico– utilizable para hacer posible el intercambio de símbolos entre los seres humanos.

Libertad: es un concepto relativo. La libertad absoluta no es deseable ni viable. La libertad de cada individuo está limitada por la de otros y esa restricción es el producto del acuerdo de responsabilidad social al servicio del bien común. La libertad de cada sociedad está condicionada a la libertad de las demás sociedades.

El igualitarismo: es un concepto relativo. La absoluta igualdad no es posible. No puede lograrse la simetría total en la distribución de las oportunidades para emitir y recibir mensajes. Las oportunidades similares son posibles en la medida en que resulte factible expandir las oportunidades de recepción y en la medida en que el reducir significativamente la concentración de las oportunidades de emisión pueda no resultar imposible. Por tanto, se busca un equilibrio justo de las proporciones; no la equivalencia matemática.

La influencia: sobre el comportamiento es una finalidad lícita sujeta a la condición de que no sea unilateral, autoritaria o manipulatoria. Es decir, la persuasión que al menos

potencialmente es mutua y que en efecto respete la dignidad humana no tiene por qué descartarse como un propósito de la comunicación. Aún en ese caso, sin embargo, la persuasión no es sino una entre las diversas metas de la comunicación y no debe considerarse como la más importante.

La participación: es la culminación de la comunicación horizontal porque sin oportunidades similares para todas las personas de emitir los mensajes el proceso permanecería gobernado por la minoría.

La retroalimentación: es un elemento clave del diálogo cuando opera en forma multidireccional equilibrada por la cual todas y cada una de las personas envueltas en una situación de comunicación la dan y la reciben en condiciones similares. La retroalimentación es contraria al diálogo cuando es unidireccional ya que así está al servicio de la dependencia, no de la interdependencia equilibrada.

1.1.3 Teorías de la Comunicación

El estudio de la comunicación a lo largo del tiempo ha desarrollado diferentes teorías. Los comunicólogos definen a las teorías de la comunicación como el conjunto de ideas que pueden ayudar a explicar un fenómeno y predecir una consecuencia. (McQuail, 1985)

Estas teorías se clasifican en: Funcionalismo, Positivismo, Estructuralismo, Teoría Crítica, Tendencia Latinoamericana, Teoría general de los sistemas, Teoría informacional sobre la percepción, Teoría de la comunicación humana, entre otras.

1.1.3.1 Funcionalismo

Armand Mattelart y Michele Mattelart definen a la teoría del funcionalismo desde la perspectiva de la comunicación, como la teoría de la persuasión en donde los medios de masas siempre tratan de manipular a los espectadores y para lograr este objetivo se deben formular las siguientes preguntas: ¿Quién dice?, ¿Qué dice?, ¿En que canal?, ¿A quién? y ¿Con qué efecto?

Denominan que Harold D. Lasswell y Paul Lazarsfeld, son los investigadores pioneros de esta teoría, ya que aportan los elementos básicos de donde parten todos los estudios

funcionalistas. Según Lasswell el proceso de comunicación cumple tres funciones principales en la sociedad:

- a) La vigilancia del entorno, revelando todo lo que podría amenazar o afectar al sistema de valores de una comunidad o de las partes que la componen.
- b) La puesta en relación de los componentes de la sociedad para producir una respuesta al entorno.
- c) La transmisión de la herencia social.
- d) Los teóricos, Paul Lazarsfeld y Robert K. Merton, añaden a estas tres funciones una cuarta, el entretenimiento.

Para Lazarsfeld, la caracterización funcionalista de los medios de comunicación se resume en dos grandes funciones sociales y una disfunción:

- a) Función para conferir prestigio: la posición social de personas, acciones o grupos se ve prestigiada y enaltecida cuando consigue atraer atención favorable de los medios.
- b) Función de reforzar las normas sociales: al dar publicidad a las conductas desviadas se acorta la distancia entre la moralidad pública y las actitudes privadas, ejerciendo presión para que se establezca una moral única.
- c) Disfunción narcotizante: los medios disminuyen el tiempo dedicado a la acción organizada; el hombre “informado” tiende a considerarse participante, cuando en realidad no desarrolla acción social alguna: conoce los problemas pero no actúa para resolverlos.

Esta teoría plantea que los medios de comunicación son utilizados para controlar, vigilar, y transmitir la herencia social desde el gobierno y los grupos de poder. El emisor tiene el control sobre el proceso comunicativo, mientras que el receptor responde a la persuasión e intereses del emisor, haciendo de la comunicación un proceso lineal y vertical.

1.1.3.2 Estructuralismo

Armand y Michele Mattelart afirman que el estructuralismo aparece como un método de las ciencias humanas y sociales que se basa en lo humano como un sistema, y dicho sistema tiene una estructura que es la que hay que conocer. Esta misma corriente filosófica se caracteriza por proclamar que el ser humano ya no es un objeto de estudio. Esta tendencia teórica surgió en Francia, en la década de 1960.

Según estos autores el estructuralismo tiene sus raíces en la lingüística de Ferdinand de Saussure, cuya principal propuesta es que el “lenguaje no es ni una forma ni una sustancia”. Para el lingüista suizo la lengua es una institución social, mientras que la palabra es un acto individual. Por otro lado, el semiólogo Ronald Barthes también realizó aportes notables en esta teoría, partiendo desde la siguiente afirmación: “la lengua es un sistema organizado de signos, cada signo presenta un significado y significante, entre estos dos elementos pasa la relación de significación”. Los principales teóricos del movimiento estructuralista fueron, Michel Foucault, Jacques Lacan, Luis Althusser, Jacques Derrida, entre otros. (Armand y Michele Mattelart, 1997, pág. 25)

Esta teoría concibe a la sociedad como un elemento con determinadas reglas o estructuras que producen sentidos, los mismos que son productos de las normas que los hombres han asimilado en sociedad, y que les permite compartir significados comunes.

El enfoque estructuralista sostiene que los sentidos no son confiables, y por esta razón la comunicación se debe estudiar mediante la construcción de estructuras lógicas, que permitan evidenciar las interrelaciones creadoras del sentido y las reglas que constituyen a las normas sociales.

Con este enfoque, que imita los procedimientos de las ciencias físicas, los estructuralistas tratan de esbozar estrategias investigativas capaces de aclarar las relaciones sistemáticas y constantes que existen en el comportamiento humano, individual y colectivo. Las investigaciones estructuralistas tienden a hacer resaltar lo inconsciente y los condicionamientos de la conciencia o la libertad humana.

1.1.3.3 Teoría crítica

Los Mattelart exponen que la teoría crítica originalmente, se definió en oposición a la teoría tradicional, exponiendo los efectos negativos que tiene la modernidad en las sociedades; tanto en las grandes ciudades como en los pueblos más rurales, y como en este contexto los medios de comunicación han sido los canales para erradiar la modernidad globalmente. (Armand Mattelart, 1997)

A mediados de los años cuarenta los teóricos Teodoro Adorno y Max Horkheimer (1997) crean el concepto de “industria cultural”, analizan la producción industrial de los bienes culturales como mercancía. Los productos culturales, las películas, los programas radiofónicos, las revistas, etc., manifiestan una racionalidad técnica, es decir, el mismo esquema de organización y planificación de la industria.

La industria cultural establece la quiebra de la cultura; la concibe como una mercancía. La transformación del acto cultural en un valor destruye la capacidad crítica e impide la experiencia auténtica. El análisis de la industria cultural constituye el punto de partida de esta teoría.

El sociólogo, Herbert Marcuse ha aportado significativamente a esta teoría, identifica las nuevas formas de dominación política: bajo la apariencia de racionalidad de un mundo cada vez más conformado por la tecnología y la ciencia. La racionalidad técnica, la razón instrumental, han reducido el discurso y el pensamiento a una dimensión única que hace concordar la cosa y su función, la realidad y la apariencia, la esencia y la existencia.

Es muy conocido que la mayor parte de los medios de comunicación responden a una lógica mercantilista, no producen nuevos programas y no incentivan a los espectadores a formar un pensamiento crítico, solo se han dedicado a transmitir programas enlatados que producen personas homogéneas listas para consumir todo lo que en ellos se anuncia. (Herbert Marcuse, 1971)

1.1.3.4 Tendencia Latinoamericana

Luis Ramiro Beltrán en el año 2005 publica el texto “La Comunicación para el Desarrollo en América Latina” en donde expone cronológicamente como se ha

conformado esta tendencia, a través de un estudio exhaustivo de la comunicación en América Latina. Por tal razón, este autor es considerado como el pionero de la Escuela Latinoamericana de Comunicación.

Beltrán parte de los siguientes ejes para contextualizar la tendencia latinoamericana.

- Crítica a los modelos extranjeros: se critica la importación de los modelos teóricos tradicionales y funcionalistas principalmente norteamericanos, que han sido aplicados en América Latina, los mismos que ha dominado la manera de pensar, actuar, y sentir de los latinoamericanos, aplicando la ley del poder del emisor sobre el receptor, pues Estados Unidos es el emisor y Latinoamérica el receptor pasivo.
- Difusión de innovaciones y dependencia: Beltrán critica el modelo clásico de difusión de innovaciones tecnológicas, basado en la teoría de la modernización. Se pretende aplicar a América Latina modelos de desarrollo de los países ricos (EE.UU), los mismos que no corresponden a la realidad de América Latina.
- Dominación cultural: los Estados Unidos a través de los medios de comunicación inserta su cultura a todos los países Latinoamericanos.
- Políticas Nacionales de Comunicación: se propuso un nuevo orden mundial de la información y la comunicación. (NOMIC), para romper con la dependencia informativa y se pasase a transmitir las informaciones desde el punto de vista de las realidades latinoamericanas.
- Comunicación horizontal: para Beltrán: Comunicación implica relaciones de reciprocidad emisor – receptor. La comunicación debe ser anclada en tres pilares: en el acceso en el diálogo en la participación.

La tendencia latinoamericana se fundamenta desde las críticas al modelo tradicional de comunicación por parte de los comunicólogos de América Latina; estos plantean alternativas de como debe ser la comunicación en esta región.

Por ejemplo, Mario Kaplún (1998), destacado educador uruguayo, siempre cuestionó el modelo de comunicación unidireccional que ha sido el preferido por los

medios de comunicación. Este teórico propone potenciar al destinatario al punto de transformarlo en un nuevo emisor, en el mismo proceso y desde la propia práctica de comunicación.

Este autor expone que el lenguaje es la base para la construcción del pensamiento e instrumento fundamental del desarrollo intelectual, y este se adquiere en la comunicación; en ese constante intercambio entre las personas. “No basta reflexionar (leer u oír) una palabra para incorporarla al repertorio personal; para que se suscite su efectiva apropiación es preciso que el sujeto la use y la ejercite, la pronuncie, la escriba, la aplique; ejercicio que solo puede darse en la comunicación con otros sujetos, escuchando y leyendo a otros, hablando y escribiendo para otros”. (Kaplún, 1998, pág. 6)

Antonio Pasquali, propone ante la realidad comunicacional latinoamericana que la comunicación ocurre cuando hay "interacción recíproca entre los dos polos de la estructura relacional (Transmisor-Receptor)" realizando la "ley de bivalencia", en la que todo transmisor puede ser receptor, y todo receptor puede ser transmisor. Los únicos entes capaces de presentar comportamientos comunicacionales y sociales, de transmitir y recibir intelectual y sensorialmente son los seres racionales, (los seres humanos) los cuales poseen lo que Pasquali denominó el "con-saber" de la conciencia (el saber que existen dos presencias, la del "otro" y la propia), que interactúan simétricamente tratando de acondicionar la voluntad de entendimiento mutuo, es lo que se denomina diálogo. (Pasquali, 1995, pág. 38)

Por otra parte, Martín Barbero (1999), uno de los comunicadores más representantes de Latinoamérica, trabajó en la articulación de los lenguajes de masas (la telenovela, principalmente, aunque la radio ocupó un lugar importante en sus análisis iniciales) con la cultura popular. Este autor encuentra, las diversas maneras en que esta comunicación se ancla en las culturas populares.

La tendencia Latinoamericana aborda en cambiar los paradigmas de los modelos tradicionales de comunicación, ya que estos no se ajustan a la realidad de los pueblos latinoamericanos. Se propone que se trabaje desde el diálogo y la comunicación

participativa, para generar procesos comunicacionales, en donde el emisor sea el receptor y viceversa, manteniendo como objetivo la retroalimentación. (Barbero, 1999)

Rosa María Alfaro explica que esta tendencia llevó a concientizar a los grupos populares y a entender a los medios de comunicación como aparatos de dominación que están a merced de los grupos de poder y que invisibilizan la identidad de los pueblos latinoamericanos, pero al mismo tiempo se reconoce que los medios de comunicación tienen características positivas que deben ser utilizadas para el desarrollo de la comunidad, de esta manera se les dio una nueva visión a los medios de comunicación, denominándolos ya no como medios de comunicación de masas sino como medios de comunicación alternativos o para el desarrollo. (Alfaro, 2005)

1.1.4 Comunicación Organizacional

El término organización proviene del griego *órganon*, que significa instrumento. Por tanto desde el punto de vista etimológico se considera a la organización como un medio para hacer algo. Para el investigador mexicano, Carlos Fernández Collado (1999) la organización es un sistema social en el que la acción cotidiana y la interrelación de individuos conducen mediante la división del trabajo a la consecución de fines comunes.

El autor afirma que las organizaciones se dividen en formales e informales. Las organizaciones formales tienen delimitación de funciones; la delegación de actividades y de responsabilidad. Poseen un sistema de división del trabajo, las actividades son coordinadas para conseguir un objetivo predeterminado. Esta organización implica que sus integrantes sean capaces de comunicarse entre sí, estén dispuestos a actuar y participen con un propósito común.

Collado explica que las organizaciones informales nacen del agrupamiento espontáneo de miembros pertenecientes a una organización formal. Éste obedece a motivos diferentes a las actividades que carecen de un propósito consciente de grupo, aun cuando las mismas contribuyan posiblemente a la consecución de resultados comunes no determinados previamente.

En su texto “La comunicación en las organizaciones”, Carlos Fernández Collado (1999) explica que la comunicación que se aplica en las organizaciones es denominada comunicación organizacional. Esta comunicación se da naturalmente en toda organización, cualquiera que sea su tipo o su tamaño y en consecuencia no es posible imaginar una organización sin comunicación. Bajo esta perspectiva, la comunicación organizacional es el conjunto total de mensajes que se intercambian entre los integrantes de una organización, y entre ésta y su medio.

Según el teórico, Gary Kreps, la comunicación organizacional es el proceso por medio del cual los miembros recolectan información pertinente acerca de su organización y los cambios que ocurren dentro de ella". Para autores como Carlos Ramón Padilla la comunicación organizacional es “la esencia, el corazón mismo, el alma y la fuerza dominante dentro de una organización". (Kreps, 1995)

La comunicación organizacional según Fernández Collado se articula en comunicación interna y externa.

1.1.4.1 Comunicación Interna

Collado define a la Comunicación Interna: como el conjunto de actividades efectuadas por cualquier organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros, a través del uso de diferentes medios de comunicación que los mantenga informados, integrados y motivados para contribuir con su trabajo al logro de los objetivos organizacionales. (Fernández, 1999)

La comunicación interna está dirigida específicamente al personal de la organización (directivos, gerencia, empleados y obreros). La comunicación interna debe ser asertiva, debe tener pro actividad y reactividad. Esta comunicación busca la integración de todos sus miembros para lograr en conjunto el cumplimiento de las metas y objetivos de la organización para el beneficio de todos.

Los medios de comunicación que se utilizan en este tipo de comunicación varían según las necesidades de cada organización, los más comunes son: internet, intranet, correos electrónicos, cartelera, circulares, reuniones informativas, buzón de sugerencias, videoconferencias, volantes, manuales, oficios, entre otros.

Por varios años la comunicación interna ha estado desapercibida por las organizaciones, del mismo modo estas organizaciones sufrían graves conflictos con sus integrantes. En las últimas décadas la comunicación ha sido parte de las organizaciones, porque han reconocido los beneficios para su gestión. Actualmente, la mayor parte de las organizaciones cuenta con un plan de comunicación interno, aquellas que no lo tienen se quedan resagadas en la dinámica social.

1.1.4.2 Comunicación Externa

Según el comunicólogo Carlos Fernández Collado (1999) la Comunicación Externa: se define como el conjunto de mensajes emitidos por cualquier organización hacia sus diferentes públicos externos, encaminados a mantener o mejorar sus relaciones con ellos, y a proyectar una imagen favorable.

La comunicación externa es un proceso fundamental para lograr vínculos con la sociedad, de esta manera se construye la opinión pública. Cuando una organización carece de comunicación externa enfrenta problemas que amenazan contra su desarrollo y permanencia.

La publicidad, el marketing y las relaciones públicas son algunas de las formas de comunicación externa. La organización debe realizar un plan de comunicación específico a su realidad. Los medios de comunicación que usualmente se utilizan en este tipo de comunicación son la página web, revista, medios digitales, radio entre otros.

Un elemento importante de la comunicación externa es su inherencia a la imagen de la organización, ya que todo tipo de organización produce un servicio o bien, por lo tanto es esencial que la institución cuente con una imagen positiva dentro de la sociedad, porque de eso dependerá en gran medida su permanencia.

1.1.4.3 Flujos de comunicación en la organización.

El autor Carlos Fernández Collado en su texto “La comunicación en las organizaciones”, expone que dentro de la organización se dan los siguientes flujos de comunicación.

1.1.4.3.1 Comunicación Descendente

Es la comunicación que fluye desde los niveles más altos de una organización hasta los más bajos. Estas comunicaciones que van del superior al subordinado son básicamente de cinco tipos: instrucciones de trabajo, explicación razonada del trabajo, información sobre procedimientos y prácticas organizacionales, retroalimentación al subordinado respecto a la ejecución, información de carácter ideológico para iniciar la noción de una misión por cumplir.

1.1.4.3.2 Comunicación Ascendente

Fluye desde los niveles más bajos de la organización hasta los más altos. Incluye buzones de sugerencias, reuniones de grupo y procedimientos de presentación de quejas.

1.1.4.3.3 Comunicación Horizontal

Es la comunicación que fluye entre funciones, necesaria para coordinar e integrar los distintos trabajos en una organización.

1.1.4.3.4 Comunicación Diagonal

Es la que cruza distintas funciones y niveles de una organización y es importante cuando los miembros de la misma no pueden comunicarse por medio de los demás canales de comunicación.

1.2 El Desarrollo

Luis Ramiro Beltrán en su ensayo “La Comunicación para el Desarrollo en Latinoamérica” en el año 2005, hace un recuento de la contextualización del desarrollo, exponiendo que el desarrollo es entendido como la acción de mejorar las condiciones de vida de las personas. Desde las primeras conceptualizaciones el desarrollo ha estado unido con los modelos economicistas de las grandes potencias. La acumulación del capital ha sido el eje central del desarrollo y se ha basado en la ampliación del sector moderno industrial de la sociedad.

La primera vez que se escucha hablar de desarrollo fue a final de la primera guerra mundial con el discurso “de los catorce puntos” del presidente estadounidense Woodrow Wilson, quien propone la reconstrucción del continente y un nuevo orden mundial a

través de la desaparición de las barreras económicas y el derecho a la autodeterminación de los pueblos, entre otros puntos. De esta manera se entiende la necesidad de desarrollar a los países pobres como el requisito para alcanzar la paz. (Beltrán, 2005, pág. 3)

Al referirse al desarrollo se entendía que las potencias mundiales (compuestos por Estados Unidos y Europa) han establecido un modelo económico que los conduciría a la acumulación de bienes, se creía que este modelo era la panacea para todos los países, por lo que todos debían aplicarlo, ya que se estimaba que este modelo sacaría de la pobreza a varios países.

Resultado que la aplicación de este modelo de desarrollo era la austeridad de las potencias, porque se aprovecharon de los recursos de los países pobres. Obtenían materia prima a bajos costos, los procesaban y los devolvían como mercancías a altos costos a estos países, esto generó más distancias económicas entre los países pobres y ricos, generando la división mundial entre países desarrollados y los subdesarrollados.

América Latina fue una de las regiones que evidenciaron los efectos devastadores de este modelo de desarrollo. Este no solo afectó a la economía sino también a su cultura, ya que este modelo de desarrollo traía consigo tintes de colonización ideológica; atribuyendo que cualquier cosa que no provenga del modelo de los países desarrollados no tenía ninguna validez.

Frente a esta realidad en América Latina se levantaron nuevas ideologías de crítica, rechazo y propuestas para un desarrollo diferente. Proponiendo que el desarrollo debe radicar en el cambio social y desarrollo humano. Cuando se habla de este desarrollo se hace referencia a una visión distinta de los paradigmas económicos, ya que no se puede confiar en el aumento de producción de cierto país para tener la certeza que ha aumentado el nivel de vida de las personas. Por eso se afirma que el desarrollo debe presentar una dimensión del crecimiento de la calidad de vida de los individuos.

En este contexto se define al desarrollo como una práctica comunicativa-cultural y como una búsqueda de un estado de bienestar. El desarrollo y la comunicación trabajan a partir de la planificación, con el objetivo de llegar a una meta.

1.2.1 Teorías del Desarrollo

El teórico Enrique Iglesias en 1992 publica el texto “Reflexiones sobre el desarrollo económico” en donde plantea que las teorías del desarrollo se han ido conceptualizando con el pasar del tiempo para dar un enfoque más preciso al concepto de desarrollo. Estableciendo a continuación las siguientes teorías.

1.2.1.1 Orígenes de las teorías del desarrollo; las teorías clásicas

Las teorías clásicas del desarrollo se basan primordialmente en el problema del crecimiento económico, a partir del sistema agrario. Con la sobrepoblación, las tierras se convierten en un factor limitativo, ya que no podían abastecer al gran número de pobladores que con el tiempo fue aumentando, así las tierras agrícolas requerían una mayor cantidad de trabajo sin dar los resultados esperados, es decir, la producción era escasa. De esta manera, el hombre solo podía conseguir con su trabajo lo necesario para su subsistencia.

1.2.2 Principales teorías del desarrollo: Iglesias determina las siguientes teorías como la base del desarrollo, mismas que contextualiza y define.

1.2.2.1 Teoría de la modernización

En los años 50 y 60 lo principal era un enfoque desarrollista enfocado en la economía, es decir la acumulación del capital. La teoría de la modernización ha sido generalmente identificada con las posiciones neo evolucionistas de las ciencias sociales.

Una sociedad es más avanzada que otra por varias razones históricas, esta teoría supone que las sociedades menos desarrolladas deben llegar a ser como las desarrolladas mediante la planificación social, este proceso tendrá que ser acelerado y requiere de la voluntad de sus gobernantes.

La teoría de la modernización se caracteriza por establecer que:

- La modernización es un proceso homogenizador, en este sentido solo podemos decir que la modernización genera tendencia hacia la convergencia entre sociedades.

- La modernización es un proceso europeo y americano; en la literatura modernizadora hay una actitud complaciente hacia Europa Occidental y Estados Unidos. Se tienen la concepción que estos países poseen una prosperidad económica y política imitable.
- Además la modernización es un proceso que se evidencia como irreversible. En otras palabras, una vez que los países del tercer mundo entren en contacto con el Occidente, no serán capaces de resistirse al impetuoso proceso de modernización.
- La modernización es un proceso progresivo que a largo plazo es solo inevitable sino deseable, dentro de la perspectiva de la teoría de la modernización.
- Por último, la modernización es un proceso largo. Es un cambio basado más en la evolución, que un salto revolucionario. Tardará generaciones e incluso siglos para que culmine, y su impacto profundo sólo se sentirá a través del tiempo. Todos estos supuestos se fundamentan en la teoría evolucionaria desarrollada en Europa y Estados Unidos.

1.2.2.2 La Teoría de la Dependencia

Esta teoría surgió en los años 60 impulsada por el economista argentino Raúl Prebisch y la CEPAL. Esta teoría abarca a un conjunto de modelos y teorías que tratan de explicar las dificultades que tienen algunos países para el despegue y el desarrollo económico. Los países desarrollados han surgido a expensas de los subdesarrollados.

El modelo centro-periferia describe la relación entre la economía central, autosuficiente y próspera, y las economías periféricas, aisladas entre sí, débiles y poco competitivas. Frente a la idea clásica de que el comercio internacional beneficiará a todos los participantes, estos modelos propugnan que solo las economías centrales son las que se benefician. La dependencia económica es una situación en la que la producción y riqueza de algunos países está condicionada por el desarrollo y condiciones coyunturales de otros países a los cuales quedan sometidos.

El subdesarrollo ha sido y es aún generado por el mismo proceso histórico que genera también el desarrollo económico del propio capitalismo, y no es consecuencia de la

supervivencia de instituciones arcaicas, de la falta de capitales en las regiones que se han mantenido alejadas de la historia del mundo.

El sistema capitalista considera a las economías periféricas como exportadores de materias primas, productores agrícolas y consumidores importantes de productos industriales y tecnológicamente avanzados. De esta manera las economías centrales acumulan más capital, mientras que las periferias se ven en déficit.

Cuando las economías de la periferia crecen, sus importaciones tienden a aumentar mientras que sus exportaciones disminuyen. Como consecuencia de estas ideas los países latinoamericanos aplicaron una estrategia de desarrollo basada en el proteccionismo comercial y la sustitución de las importaciones. Lo que generó una vez más una brecha de desigualdad entre los países desarrollados y subdesarrollados, sus economías nunca serán iguales. De esta manera se entiende que el factor económico es la piedra angular del desarrollo. Por otro lado, el desarrollo que se propone en América Latina conlleva principalmente el desarrollo humano, y como consecuencia de este el desarrollo económico.

1.3 La Comunicación para el Desarrollo

Antecedentes:

Estados Unidos fue el pionero en el estudio científico de masas, teniendo en cuenta dos objetivos fundamentales: en lo económico le interesaba expandir los mercados para lo cual la comunicación debía entenderse como recurso para medir el grado de receptividad de los consumidores de bienes de la publicidad. “En lo político le interesaba legitimar la democracia basada en el sistema electoral como forma de gobierno, por lo que la comunicación debía servir para medir el grado de influencia ideológica de la propaganda”. (Armas, 1995, pág. 10)

Posteriormente, Wilbur Schramm afirmaba que los países atrasados requieren a la comunicación moderna para alcanzar su desarrollo, y que el creciente flujo de información sería un elemento importante para configurar un sentimiento nacionalista a favor del desarrollo. Esta propuesta influyó en la UNESCO (Organización de las

Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura), organismo que llegó a reconocer que los medios de comunicación de masas juegan un papel decisivo en el mantenimiento del equilibrio internacional, y que tenían un importante papel que cumplir en los procesos económicos y educativos para la aceleración de los procesos de desarrollo. (Moragas, 1981, pág. 65)

América Latina tuvo un papel trascendental en la unidad del desarrollo y la comunicación, mediante críticas, reflexiones y propuestas ante la realidad que se estaba viviendo. El modelo económico y el sistema de comunicación de esta zona, ha sido impuesta por los países desarrollados, sin embargo, trajo consigo desigualdad y tintes de colonización ideológica. Los comunicadores latinoamericanos proponen la comunicación para el desarrollo, entendiéndose como el mejoramiento de las condiciones de vida de la comunidad, y a la vez la ampliación de oportunidades de los sujetos para decidir sobre su propio futuro, utilizando a la comunicación como el medio para ese fin. Se respeta y valora la identidad de los pueblos latinoamericanos, y se busca el desarrollo integral de la comunidad. (Beltrán, 2005)

Definición:

La Comunicación para el Desarrollo alude al tipo de comunicación que debe estar intencionalmente dirigida y sistemáticamente planificada a la consecución de cambios concretos en la sociedad, en las instituciones y en los individuos. Cuando la comunicación está ligada al desarrollo, lo hace no sólo como aporte auxiliar y metodológico, sino como objeto mismo de transformación de la sociedad, constituyéndose, por lo tanto, en medio y fin. (Hermosilla, 2007)

La Comunicación para el desarrollo tiene como fin facilitar la participación de la población en todos los niveles del proceso de desarrollo, para identificar e implementar políticas apropiadas, programas y tecnologías para prevenir y reducir la pobreza con el fin de mejorar la vida de la población de una manera sostenible. (FAO, 2008)

Rosa María Alfaro (1993) en su texto Una comunicación para otro desarrollo, expone las perspectivas e implicaciones de la comunicación para el desarrollo, afirmando que lo comunicativo es una dimensión básica de la vida de las relaciones humanas y

socioculturales, toda acción de desarrollo se sitúa entonces en las relaciones intersubjetivas; en donde se da la construcción de la identidad y las personas se enriquecen, y al mismo tiempo logran consensos.

La comunicación para el desarrollo busca ampliar capacidades, información, libertades, derechos y deberes, autoestima y equidad. Se convierte en responsabilidad de todos (estado, ciudadano, organizaciones e instituciones).

1.3.1 Modelos de Comunicación y Desarrollo

Luis Ramiro Beltrán (2005), afirma que las experiencias de comunicación y desarrollo se clasifican de la siguiente manera:

1.3.1.1 La Comunicación de Desarrollo

Entiende que los medios masivos de comunicación tienen la capacidad de crear una atmósfera pública favorable al cambio, la que se considera indispensable para la modernización de sociedades tradicionales por medio del progreso tecnológico y el crecimiento económico.

Los medios son objetos complejos que operan socialmente desde diversas dimensiones: económica, política cultural, social, tecnológica, etc., por ello la articulación entre medios de comunicación, política y vida social debería ser más recíproca, no solamente en emitir sin opción a recibir un feedback, “hoy mismo, pensamos, debería trabajarse una mejor conexión entre medios, sociedades y política, basado en el desarrollo colectivo y progreso socio-cultural. Se plantea a los medios como gestores de consenso, creadores de puntos convergentes hacia un cambio”. (Beltrán, 2005, pág. 55)

1.3.1.2 Comunicación como apoyo al desarrollo

Esta propuesta gira en torno a la ordenación y distribución de los objetivos integrales del desarrollo, y la comunicación forma parte de cada campo de acción y complementación que sea necesario. Estas variaciones de intensidad son creaciones específicas de intereses particulares, alejados de condiciones de desarrollo, la comunicación de apoyo al desarrollo es una premisa que las instituciones deberían

aplicar al momento de plantear objetivos para que a futuro vean clarificados esos esfuerzos en una correcta organización.

El orden es una base para la comunicación al interior de una organización, y la comunicación interna es la clave para la motivación, es lo que permite que la gente se sienta integrada y valorada en la organización.

1.3.1.3 Comunicación alternativa para el desarrollo democrático

Se propone la noción de expandir y equilibrar el acceso y la participación de la gente en el proceso de comunicación. El desarrollo debe asegurar la justicia social, la libertad para todos y el gobierno de la mayoría. Al extender la comunicación democrática no solo se actúa de manera material sino que además se incide en el campo de la justicia social, de libertad y democracia, es decir, de participación. En este nivel de comunicación la participación interpersonal es fundamental para lograr los objetivos.

1.3.1.4 Comunicación desarrollo o comunicación con desarrollo

Se trata de un desarrollo no constituido o prediseñado, es decir, un desarrollo apuntando hacia las prioridades y requerimientos que cada sector necesite. Se plantea la comunicación y el desarrollo desde la cultura, desde la definición propia de la sociedad, desde sus propias realidades, condiciones y necesidades, desde sus demandas y prioridades, implica aprender de esa cultura y sus experiencias.

De esta manera se valora y mantiene las culturas de los pueblos, y se da la iniciativa de participación de las comunidades, para que sean los actores de su desarrollo.

1.3.2 La comunicación para el desarrollo en América latina y Ecuador

En América Latina

El comunicólogo Luis Ramiro Beltran (2005) en su ensayo la “Comunicación para el Desarrollo en Latinoamérica” expone que los primeros pasos de la comunicación para el desarrollo se realizaron a través de la radio. Este medio de alcance masivo encajaba perfectamente a la realidad de las comunidades latinoamericanas por varias razones, una

de ellas era que no se requería que la gente sea alfabetizada para comprender el mensaje radial, llegando así hasta los lugares más apartados.

El alcance de la radio en América Latina ha sido muy favorable. A través de la programación cultural popular se ha logrado el contacto directo con la población, y de alguna forma influenciar en la opinión de la comunidad. Otro emprendimiento significativo fue la conformación de agrupaciones de comunicadores latinoamericanos en los años 70, precursores de propuestas y alternativas para la realidad comunicativa de la de la región. Estas agrupaciones fueron la Asociación Latinoamericana de Escuelas Radiofónicas (ALER), Federación Latinoamericana de Periodistas (FELAP), la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIIC), el Instituto de Investigación de la Comunicación (ININCO) en Venezuela, el Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (CIESPAL) en Ecuador y la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación (FELAFACS), estas instituciones se han comprometido a fondo con el ideal de la democratización de la comunicación y del desarrollo.

Los comunicadores destacado fueron el brasileño José Marques de Melo, el paraguayo Juan Díaz Bordenave, el costarricense Francisco Gutiérrez, el argentino Daniel Prieto, el colombiano Jesús Martín Barbero, el venezolano Antonio Pascual, el argentino Washington Uranga, la peruana Rosa María Alfaro, entre otros, quienes promulgan una comunicación para el desarrollo rural, la comunicación participativa, comunicación democrática, entre otros temas importantes para la comunicación.

En las últimas décadas la comunicación en América Latina ha logrado progresos significativos, sin embargo, el contexto político, económico y cultural que envuelve actualmente al mundo producen efectos que son difíciles de contrarrestar. Frente a esto se han implementado importantes proyectos de comunicación alternativa en la región para el desarrollo de la comunidad, pero no se logrado cumplir el objetivo de estos proyectos en su totalidad, uno de los principales motivos es porque no existen políticas de comunicación en los países latinoamericanos.

La mayoría de los medios de comunicación de América Latina están en manos de la empresa privada, mismos que utilizan a la comunicación como mercancía. Ante este panorama, la batalla por ejercer la comunicación no como ente de instrumentalización sino como mediación para los procesos y cambios sociales para el desarrollo, sigue en pie. Los comunicadores latinoamericanos a través de sus aportes teóricos y prácticos trabajan por cumplir la utopía planteada desde el momento en que la agresión ideológica azotó la cultura e identidad de los pueblos latinoamericanos.

No cabe duda que la comunicación en América Latina aún tiene camino por recorrer, pero también el camino recorrido ha sido sustancial y significativo, ahora más que nunca, existe una concientización en los países latinoamericanos por la valorización de la cultura e identidad, y el reconocimiento de las intenciones del sistema económico-social actual por alienar y desojar la identidad y la cultura de los pueblos de América Latina. (Alfaro, 2005)

En el Ecuador

Los primeros indicios de comunicación para el desarrollo en el Ecuador se dieron a través de la radio popular en la ciudad de Latacunga. Del mismo modo a inicio de la década de los 60 se crea la institución CIESPAL, que avala los proyectos de comunicación para el desarrollo en América Latina. (Beltrán, 2005)

En el año 2008 cuando en la Constitución de Montecristi se trata el tema de desarrollo nacional del Buen Vivir Sumak kawsay, se define al desarrollo como la consecución del buen vivir de todos y todas, es decir, el crecimiento del país será el proceso que conducirá a una mejor forma de vida. (SENPLADES, 2008)

De acuerdo con Rubén Bravo, profesor de comunicación de la UPS, el Buen Vivir “presupone que las libertades, oportunidades, capacidades y potencialidades reales de los individuos se amplíen de modo que permitan lograr simultáneamente aquello que la sociedad, los territorios, las diversas identidades colectivas y cada uno valora como objetivo de vida deseable” ,por otro lado, el Sumak kawsay es una cosmovisión andina “de un proceso civilizatorio que nada tiene que ver con la modernidad y por lo tanto es una manera de vivir lejos de todo crecimiento económico” . Estos dos términos buscan

un ejercicio pleno de las capacidades humanas con el fin de producir bienestar. (Rubén Bravo, 2011)

Este plan del Buen Vivir se ha instaurado en las instituciones públicas como parte de sus proyectos de comunicación. En el país estos últimos años se tiene una visión más clara de la comunicación como un elemento democrático, además de un elemento de cambio social porque permite “que los pueblos y comunidades se encaminen hacia la equidad, la justicia, la libertad, el respeto al otro, la interculturalidad, la ética, etc. (Rubén Bravo, 2011)

Según el sociólogo, Alexis Núñez, profesor de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad Central (FACSO) en los últimos años la comunicación para el desarrollo ha sido mejor entendida por parte de las instituciones y ecuatorianos en general, se ha dado más oportunidades a proyectos dentro de las comunidades. El marco legal ha sido fundamental para que la comunicación para el desarrollo progrese, pues esta la ampara, un ejemplo es la reciente aprobada Ley de Comunicación, que avala el desarrollo local. Sin embargo, todavía queda un largo camino para que lo que se dice se haga, a pesar de que se habla del desarrollo de las comunidades y el respeto a la pluralidad, no se ha logrado llegar a este discurso totalmente. (Núñez, 2013)

1.4 La Comunicación y las Instituciones Públicas

El desarrollo de este tema se basa en el documento “Comunicación Institucional” del docente Romero Campos Ortega de la Universidad Nacional de Loja, publicado en el año 2011, en donde se explica la dinámica comunicacional en las instituciones públicas.

1.4.1 Institución Pública

Las Instituciones Públicas se definen como el sistema coordinador entre la institución y sus públicos que actúan para facilitar la consecución de objetivos específicos de ambos y, a través de ello contribuir al desarrollo nacional.

Las Instituciones Públicas responden o deberían responder a los intereses de la nación. Estas organizaciones son administradas por el Estado, y se caracterizan por las

actividades que el gobierno requiere realizar para la gestión del bien común. Señalando que cada institución efectúa funciones diferentes y a la vez buscan alcanzar objetivos diferentes.

Para Jiménez Castro: “la administración pública es la actividad que realiza el Estado para satisfacer sus fines a través del conjunto del gobierno, y de los procedimientos que llevan a cabo los otros organismos del Estado”. (Romero, 2011, pág. 5)

Según Fichert: “la institución pública actúa primariamente para satisfacer las necesidades de administración general y de orden público de la sociedad”. (Romero, 2011, pág. 6)

Dentro de la institución pública encontramos ramas como: la policía, lo militar, los sistemas de designación y elección para cargos públicos, y las relaciones diplomáticas con los países extranjeros. También se encuentran otras instituciones públicas como las de servicio social, encargadas de prestar servicios como: la seguridad social, salud pública y educación nacional. Del mismo modo, cuentan con las instituciones coercitivas, que ejercen control sobre los individuos.

Los servicios que brindan las instituciones públicas por lo general son gratuitos y se solventan a través de los impuestos y de otros ingresos que percibe el Estado. Por ejemplo, el Presupuesto Nacional se encarga de determinar cuántos fondos recibe cada organismo gubernamental. En algunos casos, los organismos gubernamentales también generan sus propios fondos o parte de ellos.

Todas las personas que ejercen actividades en estas instituciones son denominadas servidores públicos, y se ajustan a los reglamentos de la misma.

Como todo tipo de institución las organizaciones públicas se basan en estatutos y reglamentos.

1.4.2 La Comunicación en las Instituciones Públicas

La comunicación en las instituciones públicas parte desde la comunicación organizacional, sin embargo, se ajusta a la realidad de la institución. Estás

organizaciones deben utilizar a la comunicación de una manera diferente que las empresas u otras instituciones privadas, ya que se deben a la comunidad y buscan suplir sus necesidades, en este contexto la comunicación debe ser una herramienta estratégica de gestión para las entidades estatales. (Castañeda, 2005)

Las instituciones gubernamentales se configuran en diferentes niveles, por ejemplo, prefecturas, municipios, gobiernos parroquiales, ministerios, etc., cada uno de estos refleja distintos contextos y necesidades, por lo tanto, la comunicación debe responder a estos escenarios. Las instituciones gubernamentales por lo general cuentan con un plan de comunicación, aunque este no sea el más preciso y adecuado para su realidad comunicacional, mientras que en las instituciones gubernamentales ubicadas en la ruralidad carecen por completo de estos planes.

La escasa e incompleta comunicación en las instituciones gubernamentales limita el cumplimiento de la misión y visión de estas organizaciones. Un factor importante de esta problemática es el desconocimiento de estrategias comunicacionales específicas para la institución. Sin las estrategias de comunicación claras y propias para en el contexto comunicacional de la institución no será posible una percepción adecuada del accionar institucional, y esta no a más de no cumplir su misión y visión encomendadas, no alcanzará sus metas, y tendrá una imagen negativa entre los públicos externos.

1.4.2.1 Estructuras del sistema de comunicación en las Instituciones Públicas

El sistema de comunicación institucional público esta compuestos por dos estructuras

1. Las estructuras propias de la institución que están integradas a esta como subsistema.
2. Las estructuras externas a la institución que le brindan servicios, integrando temporal y parcialmente a ésta. Esta estructura conduce a que se límite y fije linderos en la comunicación institucional. ”. (Romero, 2011)

1.4.2.1.1 Comunicación intra-institucional pública

Este sistema de comunicación institucional establece el nexo entre los componentes individuales o públicos internos de la institución. La comunicación intra-institucional tiene como objetivo la coordinación interna para hacer más eficiente la operación en la

institución. Para esto la comunicación es bien elaborada, planificada y emitida intencionalmente por la organización, mediante los comunicadores sociales de la misma, para difundir el pensamiento de las autoridades a los integrantes de la institución.

1.4.2.1.2 Comunicación extra-institucional

Este sistema establece la unión entre la institución y los públicos externos a ella. La función de este tipo de comunicación es llevar información fuera del sistema institucional a públicos externos (otras instituciones, clientes naturales y opinión pública). Para contribuir a la coordinación de la institución y lograr sus objetivos.

1.4.3 Públicos

Un elemento muy importante dentro de la comunicación institucional es el concepto de “público” que se denomina como el conjunto de individuos unidos entre si temporalmente o permanentemente, en función de un interés en común.

En este contexto la comunicación institucional entiende por público a todo grupo social con un interés determinado. Tradicionalmente los públicos de una organización se suelen clasificar en dos grupos: públicos internos y públicos externos. Los públicos internos son los grupos sociales que integran el organigrama de la institución, mientras que los públicos externos son todos aquellos que tienen un determinado interés que vincula a sus miembros entre si, y que no forma parte del organigrama de la organización de que se trata. (Romero, 2011, pág. 10)

Para Mc Quail: “el público consiste en un grupo de personas que se nuclean de manera espontánea alrededor de una discusión acerca de algún acontecimiento público y llega a una decisión u opinión colectiva”. (Romero, 2011)

1.4.3.1 Públicos internos de la comunicación institucional

Para el docente Carlos Romero, los públicos internos están formados por las personas que se encuentran vinculadas directamente a la institución. Estos públicos se ubican en el interior de la institución y están conformados por dos grupos, que son los directivos, jefes o presidentes y los subordinados. La importancia de este público interno es definitiva para la institución ya que sus miembros dependen, por una parte, de que la

institución realice acciones que les permitan alcanzar sus objetivos y, por otra, de ellos depende también en gran medida la imagen que esta (institución) proyecte frente a la mayoría de sus públicos externos.

Para que los miembros se constituyan en eficientes trabajadores y adecuados portadores de la imagen institucional es necesario que se establezcan óptimas relaciones de cordialidad y confianza entre ellos, y la institución debe basarse esencialmente en el establecimiento de relaciones satisfactorias de trabajo entre ambos. Para lograr lo señalado se hace necesaria la efectividad de la comunicación entre todos los miembros del público interno, estos no solo deben sentir que son componentes de la institución, sino parte esencial de ella.

1.4.3.2 Públicos externos de la comunicación institucional

Los públicos externos o extra-institucionales están constituidos por las personas o sistemas sociales que forman parte del medio ambiente externo del sistema de la institución y que lo afectan y/o son afectados por él, en mayor o menor grado, en función del logro de los objetivos de ambos: institución y públicos.

La importancia de la comunicación institucional externa es porque se da entre la institución y sus públicos externos; mediante este proceso la institución entra en contacto con su medio ambiente. De esta manera la institución percibe las necesidades y requerimientos de los públicos para que se implementen o mejoren los servicios.

En los públicos externos encontramos dos clases de públicos: generales y específicos. Los públicos generales están constituidos por la comunidad nacional e internacional, ubicados al nivel de macro sistema social de la institución, con los que ésta entra en contacto aunque en forma mediatizada por los públicos específicos. Por públicos específicos se entiende a los individuos sociales externos vinculados en alto grado y directamente a la institución en virtud de los objetivos específicos de ambos, y que forma parte del supra sistema o medio ambiente inmediato a la institución. (Romero, 2011)

1.5 La Comunicación y los Gobierno Autónomos Descentralizados

1.5.1 Gobiernos Autónomos Descentralizados

El tema de Gobiernos Autónomos Descentralizados surge a partir del año 1998 pero se afianza en la Constitución del 2008. “Los gobiernos autónomos descentralizados gozarán de autonomía política, administrativa y financiera, y se regirán por los principios de solidaridad, subsidiariedad, equidad, interterritorial, integración y participación ciudadana; esto responde a un gobierno y a un proyecto de descentralización en el cual existe un gobierno central y gobiernos territoriales en cada una de las circunscripciones”. (Constitución del Ecuador, 2008)

Bajo estas condiciones son considerados como gobiernos autónomos descentralizados (GAD) las juntas parroquiales rurales, concejos municipales, concejos metropolitanos, concejos provinciales y concejos regionales que mediante la emisión del Código Orgánico de Ordenamiento Territorial Autonomía y Descentralización (COOTAD) se implanta una nueva organización territorial de Estado ecuatoriano.

Estos gobiernos están integrados por ciudadanos electos democráticamente siendo ellos quienes ejerzan la representación política de cada territorio.

Los gobiernos Autónomos Descentralizados se dividen en gobierno autónomo descentralizado regional, provincial, municipal y parroquial rural.

Este proyecto se enfoca específicamente en los Gobiernos Autónomos Descentralizados Parroquiales Rurales.

1.5.2 Gobiernos Autónomos Descentralizados Parroquiales

Los gobiernos parroquiales eran conocidos como juntas parroquiales, que eran organismos encargados de los sectores rurales que se constituían en un comité que establecía las necesidades de la población, desarrollaban políticas pero con la condición que el tema presupuestario sea tratado con el municipio, por lo tanto, las parroquias rurales no tenían una autonomía financiera, política y administrativa, y estaban sometidos a las decisiones de las alcaldías.

Con la constitución del 2008 se da resurgimiento al ámbito local y ya se reconoce a las juntas parroquiales rurales como gobiernos autónomos descentralizados que tienen el poder de actuar ante su jurisdicción, entregándoles los recursos necesarios para cumplir con sus competencias según el (COOTAD). Desde este momento los gobiernos locales empiezan a tener protagonismo político. La autonomía les permite a las juntas parroquiales tener mayor ejecución de obras.

Los gobiernos parroquiales descentralizados tienen la responsabilidad de presentar sus descargos ante las entidades reguladoras como son la Contraloría General del Estado, institución que se encarga de monitorear los gastos de todas las entidades públicas, de esta manera se busca que los procesos de los GADS sean transparentes.

1.5.2.1 Estructura Orgánica

Los GAD-Parroquiales están conformados por el poder legislativo y ejecutivo, por un presidente, vicepresidente, y cinco vocales, todos ellos serán elegidos por votación popular en el periodo de elecciones asignado por el Estado, los mismos se mantendrán en el cargo por cuatro años. (COOTAD, 2011)

1.5.2.2. Funciones y Responsabilidades de los GAD Parroquiales (COOTAD, 2011)

Según la ley de Ordenamiento Territorial (COOTAD) que rige a los gobiernos locales, las funciones de los gobiernos parroquiales son las siguientes:

- Promover el desarrollo sustentable de su circunscripción territorial parroquial, para garantizar la realización del buen vivir a través de la implementación de políticas públicas parroquiales, en el marco de sus competencias constitucionales y legales.
- Diseñar e impulsar políticas de promoción y construcción de equidad e inclusión en su territorio en el marco de sus competencias constitucionales y legales.
- Implementar un sistema de participación ciudadana para el ejercicio de los derechos y avanzar en la gestión democrática de la acción parroquial.
- Elaborar el plan parroquial rural de desarrollo: el de ordenamiento territorial y las políticas públicas; ejecutar las acciones de ámbito parroquial que se deriven de sus competencias, de manera coordinada con la planificación cantonal y

provincial; y, realizar en forma permanente, el seguimiento y rendición de cuentas sobre el cumplimiento de las metas establecidas.

- Ejecutar las competencias exclusivas y concurrentes reconocidas por la Ley y la Constitución.
- Vigilar la ejecución de obras y la calidad de los servicios públicos y propiciar la organización de la ciudadanía en la parroquia.
- Articular a los actores de la economía popular y solidaria a la provisión de bienes y servicios públicos.
- Promover y patrocinar las culturas, las artes, actividades deportivas y recreativas en beneficio de la colectividad.
- Prestar los servicios públicos que les sean expresamente delegados o descentralizados con criterios de calidad, eficacia y eficiencia; y observando los principios de universalidad, accesibilidad, regularidad y continuidad previstos en la Constitución.
- Promover los sistemas de protección integral a los grupos de atención prioritaria para garantizar los derechos consagrados en la Constitución, en el marco de sus competencias.
- Promover y coordinar la colaboración de los moradores de su circunscripción territorial en mingas o cualquier otra forma de participación social, para la realización de obras de interés comunitario.

1.5.3 La Comunicación y Los Gobiernos Parroquiales

Los Gobiernos Parroquiales son instituciones del Estado, por lo tanto, se rigen a estatutos y competencias. Estos gobiernos al ser autónomos tienen la independencia de realizar proyectos de desarrollo o implementar elementos a su organigrama. En este caso el uso de la comunicación depende de cada gobierno local.

En el manual de la asociación Calandria (2005) “Comunicación y Desarrollo Local”, se plantea como debería ser la comunicación en los gobiernos locales de la ruralidad. Como primer punto se debe mirar a la comunicación desde dos perspectivas, la primera

institucionalmente y la segunda en su contexto, es decir, en este punto es inherente a la participación de la comunidad.

Como todo organismo e institución es recomendable que los gobiernos parroquiales utilicen a la comunicación organizacional (comunicación interna y externa), debe contar con un plan de comunicación y este debe ser el resultado de un diagnóstico de la realidad comunicacional del gobierno local y de la comunidad, y al mismo tiempo debe responder a la viabilidad del cumplimiento de las metas y objetivos de la institución. Este plan de comunicación debe constar con políticas de comunicación y debe ser construido con todos los miembros de la institución.

La comunicación en los gobiernos locales debe permitir y apoyar el logro de los objetivos de la institución y al mismo tiempo impulsar a relación entre la institución y la comunidad.

La creación de un Departamento de Comunicación es importante dentro de los gobiernos parroquiales, sin embargo, su creación depende del presupuesto y realidad comunicacional de cada gobierno.

La comunicación en los gobiernos locales debe responsabilizarse con el desarrollo de la comunidad, realizando programas, proyectos, momentos y espacios comunicacionales para lograr una relación genuina con la población, impulsando a la comunicación participativa y comunitaria.

1.6 Comunicación y la Comunidad

La comunidad constituye una riqueza tangible e intangible, en los últimos años esta riqueza se ha visto amenazada por varios factores, es ahí en donde la comunicación juega un papel fundamental para fortalecer todos los procesos de la comunidad con el objetivo que esta se desarrolle y permanezca.

1.6.1 La comunicación es un derecho de la comunidad

El destacado comunicólogo argentino, Washington Urranga, en su texto “Comunicación Popular y Derecho a la Comunicación” expone que el derecho a la comunicación puede entenderse como aquella potestad de todos los ciudadanos para expresarse en igualdad

de oportunidades y en equidad de condiciones. “Esto significa que todos los miembros de la comunidad incluyen dentro de los derechos humanos, el derecho de comunicarse. Sin embargo, este no puede ser un derecho solamente demandado, deben existir condiciones materiales que lo garanticen”. (Urranga, 2008, pág. 2)

Para hablar del derecho a la comunicación es fundamental entender el escenario en el que se desenvuelve la comunidad. Una sociedad con desigualdad económica, política, cultural y social, no es un escenario propicio para que se desarrolle el derecho a la comunicación, porque este tipo de sociedad no reconoce la diversidad y la pluralidad como un componente esencial, sino se constituyen como una sociedad autoritaria en donde los niveles de participación son mínimos.

Para llegar al derecho de la comunicación, primero hay que modificar las condiciones sociales, ya que este derecho y los derechos ciudadanos van de la mano generando condiciones mutuas. No existen sociedades democráticas sin comunicación democrática y viceversa. Trabajar por el derecho de todos y todas a expresarse y comunicarse desde la diversidad de miradas y pluralidad de perspectivas es aportar a la construcción de una sociedad donde tengan vigencia los derechos ciudadanos.

En este contexto la noción de derecho a la comunicación va más allá de los conceptos de libertad de expresión, libertad de prensa, opinión y asociación, pues este derecho se vincula directamente con la posibilidad de los ciudadanos de acceder a los derechos sociales, políticos y civiles, reduciendo así los niveles de desigualdad en las relaciones de poder.

Gozar del derecho a la comunicación se encuentra en el compromiso de todos y todas, de instituciones públicas y privadas, y de toda la comunidad en general, de exigir condiciones sociales favorables para todos, en denunciar los atropellos a la diversidad por parte de los grupos de poder. El ejercicio del derecho a la comunicación se da en encuentros comunicativos de la población, en donde se dialoga a través de la participación de todos los actores sociales sobre la realidad de la comunidad para su desarrollo. (Alfaro, 2005)

1.6.1.1 El derecho a la comunicación hace que la gente se valore

Rosa María Alfaro (2006) rescata el rol del derecho a la comunicación como elemento de valores y como mecanismo de integración social. De este derecho se derivan otros derechos, como el acceso a la información, el derecho a estar bien informado, el de tener información veraz y oportuna, y otros que contribuyen a la conformación de un pensamiento crítico de parte de la sociedad, como elemento válido para la toma de decisiones acertadas. Este derecho es el valor fundamental para la construcción de la ciudadanía.

En los años 60 y 70 se inicia a hablar del tema del derecho a la comunicación, cuando se crea el Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación (NOMIC). Ese fue un momento de mucha expectativa; la iniciativa fue promovida por la UNESCO. Se hizo una propuesta muy interesante y ambiciosa, pero todas las instancias mundiales de comercialización se opusieron, y la propia UNESCO descarto el proyecto. Desde ese momento se empezó a tratar el derecho a la comunicación en los distintos sectores sociales.

El impacto del derecho a la comunicación en la comunidad es que la gente se valore más, hace que la gente se sienta ciudadana, y que no es cualquiera; es un ciudadano que tiene varios derechos, no solo comunicativos. Pero los derechos comunicativos deben ser la expresión de un conjunto de derechos que la gente sabe que tiene. Cuando la comunidad se siente valorada es capaz de dar su punto de vista, de participar en todos los procesos que le competen a la comunidad y sobretodo expone soluciones a sus problemas. El derecho a la comunicación es un tema que debe ser tratado desde el Estado, pero no como un controlador, sino como un promotor.

1.6.2 La comunicación es acción desde y en las prácticas sociales de la comunidad

Comunicar es accionar, este principio parte de lo más simple y elemental de la vida cotidiana, ya que cada acción que realiza el ser humano comunica. En la interacción humana es en donde se produce el proceso comunicativo; y es en este proceso en donde se construye y reconstruye la vida en sociedad. (Uranga, 2005)

Daniel Prieto Castillo, destacado comunicólogo argentino, sostiene que todo lo que realiza el ser humano comunica, es decir, con cada gesto, con la forma de ejercer el poder y la autoridad, con la manera de transmitir conocimientos, con las poses, etc, y al mismo tiempo refleja lo que quiere ser como ser humano, organización, institución y sociedad.

Los diferentes grupos humanos como la casa, el trabajo, las instituciones son el escenario de las prácticas sociales, en donde se generan los procesos comunicacionales. En estos procesos se diagnostica como se encuentra la comunidad, cuáles son sus necesidades y fortalezas. Los integrantes de la comunidad se convierten en actores, y ellos son quienes generan las soluciones para los conflictos que surgen en la vida en sociedad. (Uranga, 2012)

Uranga en su texto “Comunicación es Acción” menciona “la comunicación para el cambio social es necesariamente la enunciación de propuestas portadoras de futuro a partir de la realidad”. Comunicación y acción generan los tan anhelados cambios sociales y esta tarea involucra a los actores (sujetos individuales y colectivos), y a los contextos en que se desempeñan. Para el cambio social también es importante la capacidad de transmitir con un lenguaje adecuado el horizonte y las utopías desde las propias prácticas. (Uranga, 2005, pág. 6)

La comunicación y acción parten desde la cultura, porque en la cultura se institucionalizan las prácticas humanas. Por tal razón es imposible separar a la comunicación para el cambio social sin una fuerte presencia en la cultura.

La comunicación y acción son generadores de cambios sociales. La importancia de comunicar y accionar desde las relaciones cotidianas de los sujetos es porque desde allí se puede entender los procesos sociales, para así plantear nuevas y mejores realidades para la comunidad.

1.6.3 La comunidad y sus problemas de comunicación

La comunicóloga María Castañeda (2005) integrante de la Asociación Calandria en Perú, afirma que la comunidad como todo grupo social enfrenta numerosos problemas

de comunicación que afectan su estabilidad y desarrollo. Dentro de la comunidad, y más si se refiere a grupos locales y rurales los problemas de comunicación son ocasionados por las siguientes razones.

- La desinformación: el ciudadano común y corriente esta desinformado, sea por exceso o ausencia de información, no logra una comprensión integral de su entorno. Aquí se puede ubicar responsabilidad tanto de los medios de comunicación como de los gobiernos locales.
- La incomunicación: en la ruralidad existen problemas con las vías de comunicación, servicios básicos entre otros, lo que genera un fuerte problema de incomunicación entre los habitantes de la comunidad.
- El escaso recurso económico: el Estado no destina el suficiente presupuesto a las zonas rurales para invertir en la comunicación.
- La falta de lugares y momentos comunicativos en donde los habitantes puedan compartir y dialogar.

Todos estos aspecto desembocan en la desinformación de la gente sobre los hechos más relevantes de la comunidad, y al mismo tiempo no permite que la comunidad se integre y sea participativa, lo que genera que los individuos no tengan una opinión crítica y reflexiva. (Alfaro, 1993)

1.6.4 La comunicación para el fortalecimiento comunitario

La Asociación Calandria ha aportado con varios trabajos de campo y textos sobre el desarrollo comunitario, uno de ellos es el manual “Comunicación y Desarrollo Local”, que expone que la comunicación se presenta como una potente herramienta para facilitar y articular procesos de cambios comunitarios. En este marco la comunicación contribuye al fortalecimiento de la comunidad a través de los siguientes aspectos. (Castañeda, 2005, pág. 20)

- Incrementa el conocimiento de la comunidad sobre los temas de coyuntura de la población.
- Influir sobre las percepciones, creencias y actitudes, para reforzar o cambiar las normas sociales.

- Apoya el aprendizaje de temas importantes para la comunidad como la salud.
- Crea espacios comunicativos para que se dialogue entre los miembros de la comunidad sobre los aspectos de la misma. Si existen problemas, la comunicación permite llegar a acuerdos de manera consensuada.
- Promueve la participación de todos los miembros de la comunidad en cuanto al reconocimiento de sus necesidades; la comunidad es quien reconoce sus problemas y plantea las soluciones.
- Motiva a la acción.
- Fortalece las relaciones entre organizaciones.
- Fomenta la autonomía de la comunidad para la toma de decisiones.
- Ayuda a tomar decisiones con mayor certeza, por ejemplo, sobre las prioridades de desarrollo.
- Facilita el diálogo e integración, mejorando las condiciones para la concertación social.
- Una comunidad que practique la comunicación participativa será una comunidad en crecimiento, ya que a través de los diferentes momentos y lugares comunicativos que promueve la comunicación, la población podrá fortalecer todos sus procesos y relaciones.
- Un aspecto importante de la comunicación en la comunidad es que fomenta la movilización social

1.6.5 El rol de la comunicación en el desarrollo de la comunidad

El desarrollo supone el mejoramiento de las condiciones y de la calidad de vida de las personas. Esta percepción no tiene que ver enteramente con el crecimiento económico sino más aun con el crecimiento humano, en la dimensión de la ampliación de las capacidades, oportunidades y habilidades del mismo. (Alfaro, 2005)

La comunicación dentro de la comunidad debe principalmente ser un medio para que se generen encuentros de dialogo y participación entre los individuos. De esta manera el rol de la comunicación en el desarrollo de la comunidad se plantea en los siguientes puntos. (Alfaro, 2005, pág. 14)

- Promover una actitud frente a la vida, asumiendo el desarrollo como meta personal y colectiva.
- Promover una mirada común: gestando una identidad comunicativa que mire al futuro.
- Promover un estilo de actuación, basado en el diálogo y concertación.
- Desarrollo de capacidades comunicativas de las personas (pobladores, líderes, autoridades y funcionarios) para argumentar, informar, debatir, opinar, concertar, negociar y así poder establecer relaciones horizontales y equitativas, fomentando valores democráticos y ciudadanos (solidaridad, respeto, tolerancia, equidad, corresponsabilidad)
- Fortalecimiento institucional del gobierno local. Promueve que las organizaciones gubernamentales de la comunidad se organicen y planifiquen sus relaciones internas y externas, generando condiciones para que se constituya en una institución que dialoga y promueve encuentros, ayudando que el ciudadano sea el eje de la acción municipal y deje de ser atendido únicamente como usuario de un servicio.
- Institucionalización de mecanismos de participación. Genera mecanismos, medios, y espacios de participación ciudadana y comunicación, a través de los cuales los diversos actores de la sociedad civil no solo hacen llegar sus reclamos y denuncias, sino también sus propuestas, iniciativas y opiniones en torno a aquellos temas de interés público que comprometen su desarrollo individual o colectivo.
- Desarrollo de un espacio público local. La comunicación promueve y genera la creación de medios y espacios públicos donde la población, líderes, autoridades y funcionarios pueden discutir y ponerse de acuerdo en los temas prioritarios para el desarrollo local. Asimismo, con la formación de corrientes de opinión y la construcción de agendas públicas.

1.7 Departamento de Comunicación

El Departamento de Comunicación en un principio se identificaba como la persona que se encargaba de la comunicación en una institución pública o privada. Las empresas e

instituciones entendieron que la comunicación es una herramienta fundamental y eficaz, pues reconocieron sus beneficios. Desde ese momento de forma deliberada cada organización instauró un departamento de comunicación. (Castañeda, 2000)

El Departamento de Comunicación está dirigido por un comunicador especializado, conocido en la mayoría de casos como el Director de Comunicación, que se encarga de realizar las políticas de comunicación, definir las acciones, las relaciones con el público de la organización, en general se ocupa de la comunicación interna y externa de la organización. Para esto contará con un equipo de personas, de serlo necesario, y con todos los materiales pertinentes para la comunicación.

El Departamento de Comunicación ha sido utilizado mayormente por las empresas e instituciones grandes, como ministerios. Este departamento ha estado ligado específicamente con la comunicación organizacional, y se ajusta a una visión funcional. Sin embargo, este departamento es prescindible cuando se trata de organizar y de trabajar ordenadamente en cualquier institución.

En cuanto al trabajo en la comunicación popular o alternativa, la creación y funcionamiento de un Departamento de Comunicación debe acoplarse a las necesidades del entorno, ya que este departamento solamente es el espacio y lugar en donde se trabaja en cualquier proyecto de comunicación. En las comunidades y pueblos la experiencia de la creación de los departamentos de comunicación ha sido casi escasa, ya que la comunicación que se maneja en este entorno es alternativa y es poco el trabajo con instituciones locales, y muchas veces no se ha creído pertinente la creación de este departamento.

Cuando se trabaja la comunicación alternativa desde un gobierno local, es fundamental crear un Departamento de Comunicación, pero este debe responder a las necesidades comunicacionales de la comunidad, y ser un lugar en donde la comunidad sea el actor principal de sus políticas, para que trabaje por su desarrollo.

Un ejemplo motivador de este tipo de departamento, es la experiencia del Departamento de Comunicación de la fundación Rockefeller, que utilizan la comunicación para el cambio social a través de diferentes textos y patrocinios a comunidades

latinoamericanas, con el fin de rescatar la identidad de cada pueblo y usar a la comunicación para el desarrollo de las mismas.

El organigrama y funciones del departamento de comunicación se ajustan a la realidad de la organización o comunidad en donde se vaya a trabajar, no puede ser el mismo modelo de gestión para todos los departamentos de comunicación, pero lógicamente utilizaran elementos comunes de la comunicación.

1.7.1 Plan de comunicación

Para que la voluntad e intenciones de propiciar una efectiva comunicación por parte del gobierno local se debe instaurar un plan de comunicación para que refuerce y garantice los procesos comunicativos.

Entonces una política de comunicación debe aludir a un esfuerzo sistemático e institucionalizado por acercar de manera permanente la gobernabilidad a los públicos con quienes se relaciona y viceversa. (Alfaro, 2005)

El plan de comunicación debe tener dos características:

- Ser sistemático; debe ser producto de un proceso racional de toma de decisiones, con intenciones y objetivos claros compartidos por todos, con estrategias y procedimientos establecidos. Es decir un conjunto de principios voluntariamente adoptados.
- Ser institucionalizado; debe influir y ser influido por el proyecto de desarrollo local y la dinámica parroquial, enraizado en los valores, actitudes y prácticas de sus actores y áreas de acción. Así su continuidad y permanencia se enmarcará en los objetivos de la institución y no solo en la gestión de turno.

El plan debe garantizar gradualmente lo siguiente

- Transformaciones en las personas: actitudes y percepciones para una buena comunicación y capacitación del personal.

- Transformación al interior del gobierno local: trabajo en grupo, reuniones, cambios de procesos, generaciones de procesos institucionales, organización física del espacio, capacidades institucionales.
- Transformaciones en la comunidad: relaciones entre actores, sistemas de formación local, apertura institucional.
- El diagnóstico es el primer paso para realizar el plan de comunicación.
- El plan de comunicación es muy importante para que exista un proyecto de comunicación, sin este es imposible concebir las propuestas de comunicación dentro del gobierno local y la comunidad, de esta forma el proceso de comunicación será ordenado y cumplirá el objetivo planteado para el desarrollo de la comunidad. (Alfaro, 2005)

1.8 Bases Legales

Es importante establecer las bases legales de este proyecto, que al mismo tiempo son las bases legales del Gobierno Parroquial de Guayllabamba, mismas que permitirán direccionar específicamente los objetivos y el plan de trabajo del Departamento de Comunicación. Como es caso de la creación de la política de comunicación de la institución, que se fundamentará en las dimensiones de estas bases legales.

1.8.1 Ley de Comunicación 2013

La Ley de Comunicación aprobada en el año 2013 en el Ecuador, consta de artículos importantes que avalan el desarrollo de proyectos de comunicación comunitarios. Según el proyecto de Ley reconoce a la comunicación social como un servicio público que debe ser prestado con responsabilidad y calidad; a los medios comunitarios como aquellos “cuya propiedad, administración y dirección corresponden a comunas, comunidades, pueblos, nacionalidades, colectivos u organizaciones sin fines de lucro”, que operarán en igualdad de condiciones con los otros sectores, pero se beneficiarán, además, de políticas públicas para su creación y fortalecimiento, como “mecanismo para promover la pluralidad, diversidad, interculturalidad y plurinacionalidad”. Además, bajo la política de favorecer la economía solidaria, se prevé que las entidades estatales

contraten publicidad y servicios en tales medios para la difusión de contenidos educativos y culturales. (Ley de Comunicación, 2013, Art. 92)

Otro aspecto importante de la normativa es que impediría la concentración oligopólica, al establecer un límite para una misma persona (natural o jurídica) de una sola frecuencia para matriz en AM, una en FM y una de televisión, en todo el territorio. Actualmente cerca del 90 % de las frecuencias están en manos privadas. La ley prevé que para alcanzar en forma progresiva el reparto a los sectores público y comunitario, se priorizará la concesión a estos dos sectores, hasta alcanzar los porcentajes correspondientes, utilizando las frecuencias disponibles y las que se reviertan al Estado, por los motivos dispuestos en la Ley y la Constitución.

Esta nueva Ley de Comunicación, permitirá que los proyectos de comunicación comunitarios en las zonas rurales del país tengan más garantías. Lo que beneficia este proyecto.

1.8.2 Código Orgánico de Ordenamiento Territorial Autonomía y Descentralización

Este código establece la organización político-administrativa del Estado ecuatoriano en el territorio; el régimen de los diferentes niveles de gobiernos autónomos descentralizados y los regímenes especiales, con el fin de garantizar su autonomía política, administrativa y financiera. Además, desarrolla un modelo de descentralización obligatoria y progresiva a través del sistema nacional de competencias, la institucionalidad responsable de su administración, las fuentes de financiamiento y la definición de políticas y mecanismos para compensar los desequilibrios en el desarrollo territorial. (COOTAD, 2011)

Los objetivos del presente código en los gobiernos autónomos descentralizados son:

- La autonomía política, administrativa y financiera de los gobiernos autónomos descentralizados, en el marco de la unidad del Estado ecuatoriano.
- La profundidad del proceso de autonomías y descentralización del Estado, con el fin de promover el desarrollo equitativo, solidario y sustentable del territorio, la

integración y participación ciudadana, así como el desarrollo social y económico de la población.

- El fortalecimiento del rol del Estado mediante la consolidación de cada uno de sus niveles de gobierno, con el fin de impulsar el desarrollo nacional y garantizar el pleno ejercicio de los derechos sin discriminación alguna, así como la presentación adecuada de los servicios públicos.
- La organización territorial del Estado ecuatoriano equitativa y solidaria, que compense las situaciones de injusticia y exclusión existentes entre las circunscripciones territoriales.
- La democratización de la gestión del gobierno central y de los gobiernos autónomos descentralizados, mediante el impulso de la participación ciudadana.
- La delimitación del rol y ámbito de cada nivel de gobierno, para evitar la duplicación de funciones y optimizar la administración estatal.
- La definición de mecanismos de articulación, coordinación y corresponsabilidad entre los distintos niveles de gobierno para una adecuada planificación y gestión pública.
- La distribución de los recursos en los distintos niveles de gobierno, conforme a los criterios establecidos en la Constitución del Ecuador.

Esta ley determina la autonomía económica y administrativa de los gobiernos parroquiales, por lo tanto tiene la decisión de crear los departamentos necesarios para su gestión, del mismo modo, deberá dirigir un porcentaje del presupuesto participativo anual a la comunicación si lo cree pertinente. Los gobiernos parroquiales están sujetos a la Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública (LOTAID), que exige una rendición de cuentas por parte del gobierno parroquial a la comunidad.

1.8.3 Contraloría general del Estado

En el capítulo quinto de la Constitución del Ecuador pone de manifiesto que forma parte de la función de transparencia y Control Social la Contraloría General del, y en el artículo 211 manifiesta que esta es un “organismo técnico encargado del control de la utilización de los recursos estatales, y la consecución de los objetivos de las instituciones

del Estado y de las personas jurídicas de derecho privado que disponen de recursos públicos”. (Constitución del Ecuador, 2008, pág. 193)

Por esta razón los gobiernos parroquiales deben rendir cuentas al Estado de todos sus recursos y movimientos del presupuesto participativo, al igual que realizar una rendición de cuentas a la comunidad.

1.8.4 Consejo Nacional de Gobiernos Parroquiales Rurales del Ecuador (CONAGOPARE)

El CONAGOPARE es una entidad asociativa de carácter nacional, pertenece al sector público, goza de autonomía administrativa y financiera, posee patrimonio propio tiene instancias organizativas territoriales que son las asociaciones provinciales. Actualmente existen 807 gobierno parroquiales rurales en el país, por lo tanto esta institución vela por los derechos comunes de este gobierno. (COOTAD, 2011)

1.8.5 Asociación de Juntas Parroquiales Rurales de Pichincha (ASOJUPAR)

Esta es una institución que se constituye como organización con derecho público, con carácter permanente de representación, coordinación, asesoría, capacitación y asistencia de los gobiernos seccionales de turno. Esta organización tiene su sede en Pichincha y trabaja en conjunto con la CONAGOPARE.

1.8.6 Consejo de Participación Ciudadana y Control Social

El pueblo es considerado como el primer fiscalizador y mandante del poder público, en ejercicio de su derecho a la participación como ciudadano. Todas las instituciones Estatales y personas que representen un cargo público serán controladas por entes que determinan la ley, es decir, que los Gobiernos Autónomos Descentralizados están dentro de este marco y normativa de control social, que ejercerá la ciudadanía a través de instancias afiliadas como es la CPCCS, para de esta manera garantizar los recursos del Estado estén bien encaminados a cumplir los objetivos del Buen Vivir.

CAPÍTULO II

LA PARROQUIA DE GUAYLLABAMBA Y EL GOBIERNO PARROQUIAL DE DE GUAYLLABAMBA

Introducción

En este capítulo se describirá a la parroquia de Guayllabamba, ya que es el escenario del accionar del Gobierno Parroquial, del mismo modo se describirá a la institución, para de esta manera conocer a fondo la estructura de los objetos de estudio.

2.1 La Parroquia de Guayllabamba

Toda la información que se proporciona a continuación ha sido obtenida en el documento del Plan de Ordenamiento Territorial de la Parroquia Rural de Guayllabamba del año 2013.

2.1.1 Antecedentes Históricos y Culturales

Figura 2: Parroquia de Guayllabamba



Fuente: Gobierno Parroquial de Guayllabamba, 2013

Guayllabamba proviene de la palabra Quechua guaylla: verde, fresco; y bamba: pampa, llano. Sus primeros habitantes fueron mitimaes dedicados a actividades agrícolas, su primer nombre fue Iranquí que viene del idioma Cayapa y quiere decir “este pueblo”. Este asentamiento fue un importante paso comercial hace un par de siglos, cuando Quito era un centro comercial donde llegaba mercadería de la Costa y Oriente, y el paso obligatorio era por esta parroquia.

Guayllabamba fue reconocida como parroquia en el gobierno de Gabriel García Moreno el 28 de mayo de 1868. Durante la presidencia de Emilio Estrada Carmona (1911) y por decreto del Poder Legislativo, el pueblo pasó a formar parte del cantón Cayambe lo que causó descontento en la población, concentraciones y reclamos se hicieron presentes obligando a negar la disposición por parte del presidente.

Durante la época de la colonia existieron grandes haciendas en esta localidad. Las haciendas más conocidas fueron: La Victoria, Puruhantag, Doñana, Chaquibamba, San José de Doñana, La Sofía y otras con sus respectivas caracterizaciones en el orden social. En 1973 gracias a la Reforma Agraria impulsada por la Junta Militar, las haciendas entregaron porciones de tierras a sus trabajadores, los conocidos “huasipungos” en los cuales los nuevos propietarios iban habitar y trabajar el terreno.

2.1.2 Diagnóstico socio-demográfico cultural

2.1.2.1 Ubicación geográfica

La parroquia perteneciente a la Zona Norte del Distrito Metropolitano de Quito se encuentra a 25km de la capital. Su superficie es 53,58 km², de clima cálido y seco con temperaturas que van entre 3 y 22 grados centígrados.

Límites:

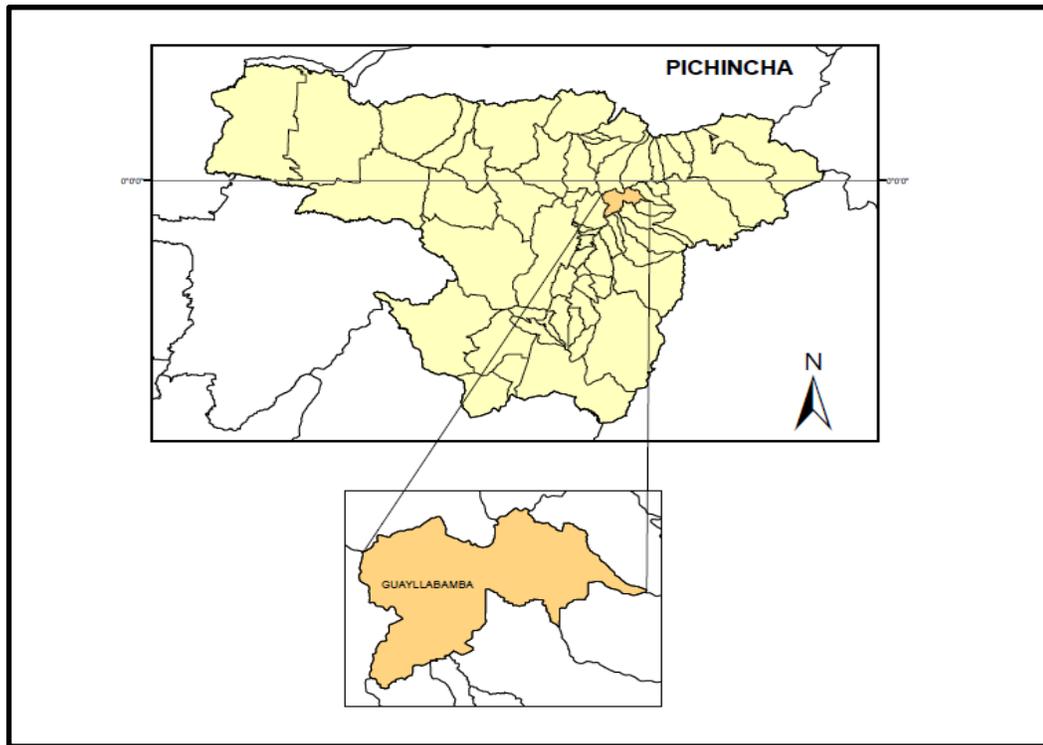
Norte: Cantón Pedro Moncayo

Sur: Parroquias de El Quinche, Yaruquí y Tababela

Este: Cantón Cayambe

Oeste: Parroquia de Calderón

Figura 3: Límites de la parroquia de Guayllabamba



Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia de Guayllabamba (Agosto 2013).

2.1.2.2 Demografía

Según el último censo de población realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Censo INEC en el año 2010, Guayllabamba ocupa el sexto lugar en población a nivel de las treinta y tres parroquias de Quito. La población de sexo masculino supera al grupo de género femenino, hasta esa fecha existían 16.213 habitantes.

Población por rango de edad por edades y sexo.

Los niños y jóvenes son la población de mayor rango en la parroquia. Como lo muestra el cuadro realizado por el ETP y GADPP, de fuente del INEC.

Tabla 1: Cuadro de Población

GRUPOS DE EDAD	HOMBRE	MUJER	TOTAL
Menor de 1 año	158	153	311
De 1 a 4 años	705	646	1351
De 5 a 9 años	863	792	1655
De 10 a 14 años	835	784	1619
De 15 a 19 años	853	759	1612
De 20 a 24 años	771	802	1573
De 25 a 29 años	783	773	1556
De 30 a 34 años	608	710	1318
De 35 a 39 años	542	541	1083
De 40 a 44 años	445	423	868
De 45 a 49 años	368	399	767
De 50 a 54 años	289	289	578
De 55 a 59 años	257	245	502
De 60 a 64 años	213	208	421
De 65 a 69 años	181	187	368

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia de Guayllabamba (Agosto 2013).

restaurantes y complejos turísticos constituyen un porcentaje importante de la economía de esta parroquia. Las florícolas y fábricas han generado mucho trabajo para los habitantes de Guayllabamba.

Tabla 2: Ramas por actividad

Rama de actividad	Casos	Porcentaje
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	2546	33.00%
Comercio al por mayor y menor	1112	14.41%
Industrias manufactureras	836	10.83
Construcción	498	6.45%
Transporte y almacenamiento	384	4.98%
Actividades de alojamiento y servicio de comidas	355	4.60%
No declarado	322	4.17%
Actividades de los hogares como empleadores	308	3.99%
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	253	3.28%
Trabajador nuevo	226	2.93%
Enseñanza	219	2.84%

Administración pública y defensa	154	2.00%
Otras actividades de servicio	100	1.30%
Actividades de la atención de salud humana	96	1.24%
Actividades profesionales, científicas y técnicas	86	1.11%
Información y comunicación	64	0.83%
Actividades financieras y de seguros	39	0.51%
Artes, entretenimiento y recreación	36	0.47%
Explotación de minas y canteras	28	0.36%
Distribución de agua, alcantarillado y gestión de desechos	26	0.34%
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	17	0.22%
Actividades inmobiliarias	10	0.13%
Actividades de organizaciones y órganos extraterritoriales	1	0.01%
Total	16507	100.00%

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia de Guayllabamba

Gastronomía y Turismo

La venta de comida típica es una actividad que ocupa un lugar importante en la economía de la parroquia. Los fines de semana son los días en los que llega gran afluencia de personas de otros lugares para visitar sitios turísticos y degustar de la gastronomía, el locro de queso, locro con cuero, yahuarlocro, papas con cuero, mote con chicharrón, caldo de gallina criolla, tortillas con caucara y fritada.

Guayllabamba se ha convertido en un lugar atractivo para visitar, más aun desde que acogió en agosto de 1997 al zoológico de Quito, administrado por la Fundación Zoológica del Ecuador, está ubicado entre los barrios Huertos Familiares y San Pedro. Cerca de 40 especies se encuentran en este lugar, felinos, monos, papagayos y animales extranjeros como canguros y león Africano, que son cuidados por especialistas con la finalidad de enseñar a cuidar y preservar la vida animal. Según datos de Fundación Zoológica este lugar es uno de los espacios educativo- recreativo más visitados en el país con un promedio 280.000 personas al año, recorrer este espacio le toma al visitante dos horas. En la actualidad el zoológico cuenta con senderos representativos de varias áreas de la región.

El clima de esta parroquia ha sido aprovechado para la construcción de hosterías y áreas recreativas para acoger a propios y extraños. Las más reconocidas son : Hostería El Cano, Piscina Pública, Museo Acuático San Vicente, Cueva del León, Hostería El Jardín, Hostería La Ramadita, La Lira Quiteña, La Quinta Porra, La Quinta Colón, Quinta Guadalupe, Hostería Miel de Abeja, El Riobambeñito, La Riobambeñita, El Típico Locro, Plaza Pucarás y Hostería J. R. Además de varios restaurantes, heladerías y sitios de diversión nocturna ubicados en su mayoría en el centro del pueblo.

2.1.2.4 Población Activa

La población económica activa de Guayllabamba está dedicada actividades agrícolas, seguido por negocios de comercio al por mayor y menor, industrias manufactureras, construcción, transporte y almacenamiento, actividades de alojamiento y servicio de comida, enseñanza, información y comunicación entre otras. De acuerdo al último censo realizado en el país por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos; en Guayllabamba

los grupos de ocupación predominante se distribuyen de la siguiente manera: Ocupaciones elementales con el 24.29%, trabajadores de los servicios y vendedores el 17.44%, agricultores y trabajadores calificados el 16.72% y oficiales, operarios y artesanos el 11.61%. (25)

2.1.3 Identidad Cultural

Guayllabamba se caracteriza por ser una parroquia con actos culturales ancestrales de los pueblos indígenas, a pesar de que solamente el 2 % de la población es indígena, sin embargo, se mantienen algunas expresiones culturales de esta cultura, sobre todo en las fiestas, comidas y rituales religiosos. La población guayllabambeña es mestiza, en los barrios más céntricos de la parroquia la identidad cultural es más apegado a la de la ciudad de Quito.

Las expresiones culturales de la parroquia, sobre todo, en los barrios periféricos se realizan a través de las fiestas y comida. Las fiestas de parroquialización en el mes de mayo y la celebración de San Francisco son las más populares, sin embargo, cada barrio tiene sus propias celebraciones en diferentes meses. Los festejos están cargados de folklore y son muy representativos.

Deporte

El deporte es una actividad vital dentro de la comunidad guayllabambeña, un punto de encuentro y convivencia de toda la población. Los campeonatos se realizan todo el año, en donde participan niños, jóvenes y adultos de todos los barrios de la parroquia, de la misma forma se realizan campeonatos con otras parroquias. La alegría, el amor al deporte y por supuesto el festejo han hecho de esta actividad y del estadio un lugar que forma parte de la cotidianidad de la vida de los guayllabambeños, convirtiéndose en parte de su cultura.

2.1.4 Servicios, Infraestructura y Equipamiento

- **Servicio de comunicación**

La parroquia cuenta solamente con un medio de comunicación conocido como Tv Valle, mismo que se creó aproximadamente hace cinco años, es emitido por la señal de cable, hecho que hace que este canal no sea visto por toda la población, el costo del servicio del canal es de 12 dólares. La programación en un 80 % son películas y programación de televisión pagada, el 20 % es programación de la parroquia como la transmisión de las elecciones de reinas o desfiles.

- **Servicios básicos**

La parroquia casi en su totalidad tiene servicios básicos de agua potable, electricidad, alcantarillado y recolección de basura. El agua potable es suministrado por la Empresa pública EMAAPQ al 71 % de la población. El 28 % de las familias recibe agua a través de vertientes o acequias administradas por los moradores de los barrios, lo que es considerado como un riesgo para la salud. En los barrios urbanos de la parroquia se cuenta con el servicio de alcantarillado, mientras en las zonas rurales este servicio va obteniéndose de a poco. Los pozos sépticos sirven como desfogue de las aguas hervidas contaminando el ambiente.

El 86.11% de los guayllabambeños cuentan con el servicio de recolección de basura que se maneja por horarios para evitar que los desperdicios de acumulen en las aceras. El 23.89% al no tener este servicio desecha su basura en terrenos baldíos para luego incinerarla.

Respecto a la energía el 98.84% de la población posee luz eléctrica a diferencia del alumbrado público que tan solo se la obtiene en los barrios periféricos. Considerado un servicio básico el internet tiene buena acogida en la parroquia, en domicilios y cybers donde acuden en su mayoría jóvenes para realizar consultas de investigación o dedicar un tiempo a revisar las redes sociales.

Servicio de Salud

La parroquia cuenta con un dispensario médico del Ministerio de Salud Pública ubicado en el barrio Pichincha, su atención es de lunes a viernes. Emergencias, controles de embarazos, niños y ancianos es su especialidad; además ofrece el servicio de odontología. Pero para la gran cantidad de habitantes este subcentro de salud no abastece.

Servicio de educación

Hasta hace varios años no existía una gran oferta de centros educativos por lo que los estudiantes debían viajar todos los días a parroquias cercanas y a la ciudad de Quito para estudiar ya sea la escuela o colegio. En este último tiempo este panorama ha cambiado y Guayllabamba cuenta con varios establecimientos.

2.1.5 Fuerzas Vivas

Las fuerzas vivas de la parroquia de Guayllabamba son los grupos sociales más representativos de la parroquia. La parroquia de Guayllabamba está estructurada por las siguientes fuerzas vivas:

- **Barrios:** se conforma por 54 barrios. Guayllabamba está conformada por los siguientes barrios urbanos y rurales. Urbanos: Bellavista, Cuatro Esquinas, Doña Ana, El Paraíso, San Luis, La Colina, La Concepción, La Merced, Pichincha, San José del Molino, San Lorenzo, San Luis de Bellavista, San Luis del Parque, San Rafael, Santa Ana, Cebauco. Y los barrios rurales: Nueva Esperanza, La Sofía, Cachuco, Cercopamba, El Balcón- Chaquibamba, El Collar, El Jordán, Huertos Familiares, La Victoria, Los Laureles, Los Sauces, Filanbanco, Oficiales de la Policía, Pueblo Viejo, San Ignacio, Santa Lucía, Santa Mónica, San Lorenzo II, San Juan, San Pedro, San Vicente Alto, San Vicente Bajo, Santo Domingo de Burneo, Santo Domingo de los Duques, Santo Domingo de Sevilla, Villacís, San Nicolás, San José de Doña Ana, Mirador del Valle, Altamira, Santa Rosa, La Espe, Los Molinos, San Pedruco.

- **Tenencia Política :** Esta entidad ha existido en la parroquia desde hace mucho tiempo, antes de la nueva ordenanza territorial esta institución se encargaba de la dirigencia de la parroquia, ahora solamente se encarga de los problemas con respecto a la tierra, como límites, conflictos entre colindantes, etc.
- **La Junta Parroquial:** La Junta Parroquial o Gobierno Autónomo Descentralizado es la institución encargada de gobernar a la parroquia, así mismo de trabajar por el desarrollo de la comunidad a través de obras públicas, culturales y sociales con el presupuesto participativo que recibe la entidad cada año.
- **Unidad de Policía Comunitario (UPC):** Esta institución se encarga de la seguridad de todos los habitantes de la parroquia.
- **Bomberos:** Esta es una de las instituciones más reconocidas en la parroquia, por su característica solidaridad, además de estar conformada con personas de la misma parroquia.
- **La iglesia:** La iglesia es una de las instituciones más relevantes y acogidas de la comunidad. En estos dos últimos años la iglesia se ha fortalecido debido al trabajo del parroco José Fernando Zurita quien es el encargado de la iglesia de esta parroquia.

2.1.6 Problemática social

La parroquia enfrenta problemas como delincuencia, alcoholismo y drogadicción, sobre todo en los jóvenes. Otro de los problemas es la falta de adoquinado en las calles principales de los barrios rurales, además de la falta de puentes en la panamericana, ya que la gente cruza esta vía sin ninguna medida de seguridad. Algunos barrios rurales no cuentan con agua potable sino con agua de vertiente que puede ser perjudicial para la salud. La mendicidad y pobreza, aunque en un porcentaje mínimo, se considera otro de los problemas de la comunidad.

2.2 Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia de Guayllabamba

Toda la información de esta institución ha sido obtenida en el Gobierno Parroquial de Guayllabamba en el año 2013.

El Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Rural de Guayllabamba es una institución pública, perteneciente al Estado ecuatoriano. Se basa jurídicamente y legalmente por los estatutos que confiere la constitución ecuatoriana y las leyes pertinentes que rigen su funcionamiento. Desde que en la Constitución de la República del Ecuador estableció en el artículo 238 el nuevo ordenamiento territorial se produjo un cambio en la estructura territorial del país, estableciendo los niveles de gobiernos que son los Gobiernos Regionales, Gobiernos Provinciales, Gobiernos Cantonales y los Gobiernos Parroquiales Rurales; y a la vez desde la aprobación del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD) publicado en el Registro Oficial No. 303 del 19 de octubre de 2010, la parroquias se conformaron como Gobierno Autónomos con responsabilidades, obligaciones y derechos.

Los Gobiernos Parroquiales, Junta Parroquial o Gobiernos Autónomos, son creados por el Consejo Municipal por ordenanza, en la que se determina sus límites y cabecera parroquial. Los Gobiernos Parroquiales son denominados como personas jurídicas de derecho público, con autonomía política, administrativa y financiera. En el año 2011 se llamó a elecciones en cada parroquia para que se elija por voto popular al presidente, vicepresidente y vocales de la junta parroquial por un periodo de 4 años. (COOTAD, 2010)

2.2.1 Periodo de gobierno

El Gobierno Parroquial actual fue elegido en las elecciones de mayo del 2010 por un periodo de 4 años, que se termina en mayo del 2014. El Dr. Gonzalo Pazmiño Puga fue electo presidente de la parroquia.

2.2.2 Visión

Gobierno Parroquial planificador, organizado, cumplidor y promotor efectivo del buen vivir con mucha cercanía a la gente.

2.2.3 Misión

Ser una Institución organizada y eficiente que gestiona, planifica y promueve el desarrollo de la parroquia articulando las necesidades básicas de la población en planes,

programas y proyectos que son ejecutados con el apoyo de Entidades Gubernamentales, ONG y gracias a la participación ciudadana.

2.2.4 Objetivo General

Mejorar la presentación de los servicios de agua potable, alcantarillado, manejo de desechos sólidos y mejoramiento vial, mediante la organización y planificación para el buen uso del presupuesto participativo.

2.2.5 Objetivos Específicos

Promover los cambios organizacionales mediante la reingeniería del personal para una eficiente utilización de los recursos humanos y económicos.

- Incrementar sus ingresos financieros identificando y aprovechando las fuentes existentes, las nuevas fuentes y los aportes de la comunidad a través de la revisión, actualización, elaboración y ejecución de las ordenanzas.
- Coordinar acciones con las Juntas Parroquiales, ONGs., Organizaciones Sociales, empresas privadas e instituciones públicas, mediante reuniones de trabajo y firmas de convenios para lograr un cambio de actitud hacia el trabajo participativo y concertado.
- Realizar campañas de difusión, concienciación y motivación a través de la radio, la prensa escrita, la gaceta municipal, afiches, folletos, stickers, conferencias y otros medios posibles, para generar en la comunidad conciencia participativa y tributaria y buen uso de los servicios.
- Garantizar la ejecución de proyectos priorizados estratégica y social en concordancia con la capacidad financiera y administrativa de la institución.
- Promulgar ordenanzas que permiten la conservación y el uso adecuado de los recursos naturales y emprenderá acciones que promuevan la convivencia en un ambiente sano.
- Trabajar en los siguientes ejes:
 - Gestión ambiental
 - Riego y drenaje

- Infraestructuras y equipamiento, y espacios públicos en la parroquia.
- Agua potable – servicio público
- Alcantarillado- servicio público
- Desechos sólidos- servicio público
- Adoquinamiento
- Fomentar las actividades agropecuarias
- Infraestructura para la salud
- Preservar, mantener y difundir el patrimonio cultural.

2.2.6 Principios y Valores

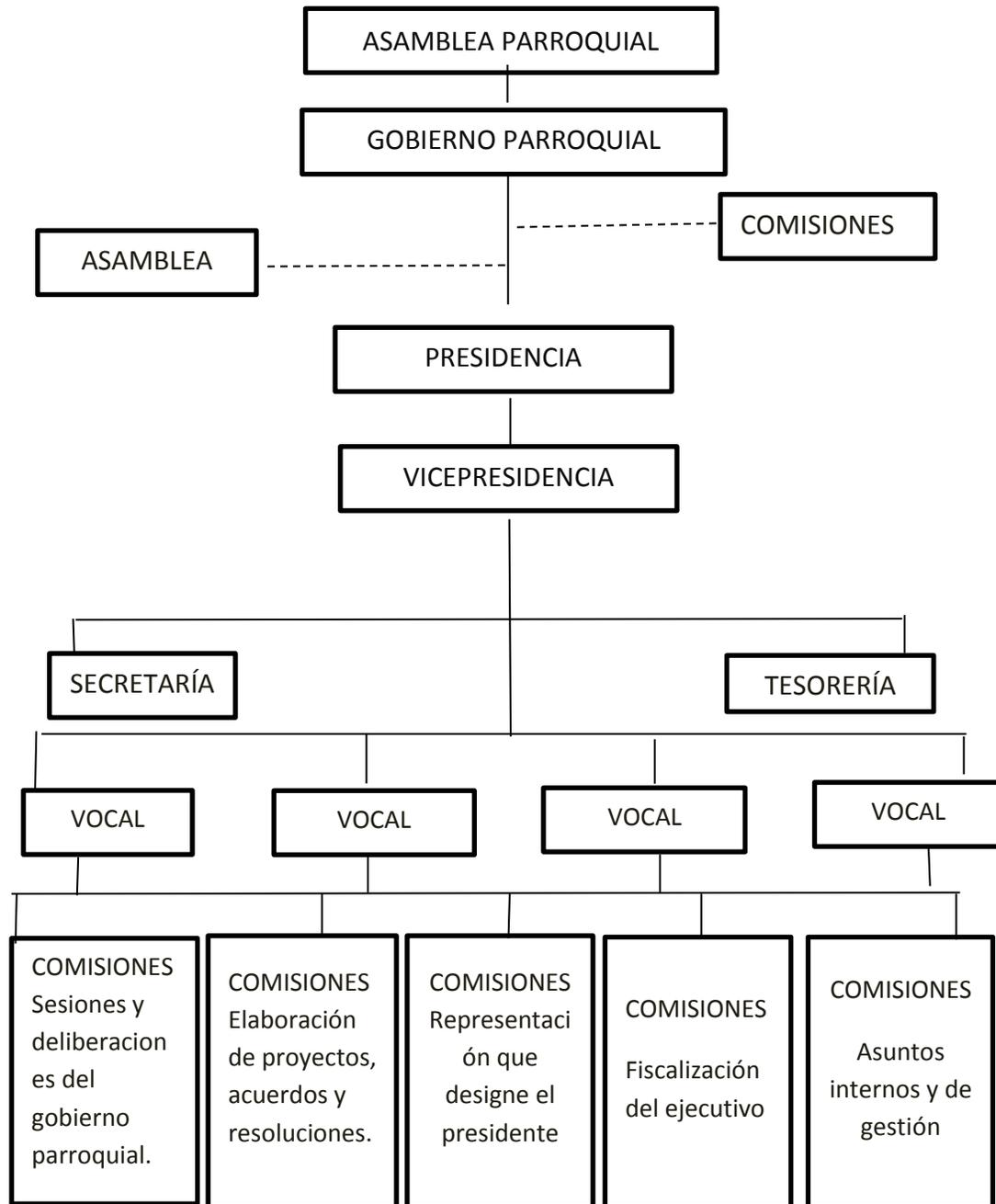
- Profundo civismo y respeto por los permanentes intereses de la Patria, Provincia, Cantón y Parroquia. Rechazando y denunciando cualquier acción contraria a dichos intereses.
- Honestidad en el manejo de los recursos económicos y materiales del Estado y otras Organizaciones que corresponda administrar a la Institución.
- Ser eficaz y eficiente en el cumplimiento de sus funciones y en los servicios que brinda el Gobierno Parroquial.
- Diligencia y buen trato para atender a los ciudadanos en los trámites que ellos requieran.
- Transparencia de los funcionarios del Gobierno Parroquial en el cumplimiento de su gestión.

2.2.7 Filiales

El gobierno parroquial de Guayllabamba, para realizar sus actividades depende de otras instituciones como el Consejo Provincial, el Municipio de Quito, instituciones privadas, y el apoyo de la comunidad.

2.2.8 Organigrama de la institución

Figura 5: Organigrama del Gobierno Parroquial de Guayllabamba



Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia de Guayllabamba (Agosto 2013).

2.2. 9 Integrantes de la institución

Tabla 3: Integrantes de la institución

1	Ing. Jaime Boada	Vocal
2	Ing. Jaime Sinclair	Vocal
3	Sr. Víctor Flores	Vicepresidente
4	Dr. Gonzalo Pazmiño Puga	Presidente
5	Srta. Gloria Hinojosa	Vocal
6	Ing. Mayra Pérez	Secretaría Tesorera
7	Lic. Margarita López	Contadora
8	Dr. Patricia Tutillo	Persona encargada de lo jurídico
9	Sra. Gladys Proaño	Conserje
10	Sra. Sandra Pepino	Conserje
12	Sr. Patricio Jaramillo	Chofer
13	Cristian Sánchez	Pasante
14	Diana Rivera	Pasante

Fuente: Gobierno Parroquial de Guayllabamba

2.2.10 Bases legales

- Constitución Ecuatoriana
- COOTAD, Ley de Ordenamiento Territorial
- LOTAIP, Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información

2.2.11 Ejes de Trabajo

El Plan de Trabajo se estructura con base en la ejecución de objetivos, programas y proyectos que propenden a construir una parroquia unida y solidaria. Para el efecto la acción de la Junta Parroquial se orienta sobre 5 áreas de acción:

- Educación, Cultura y Deportes
- Transporte y Seguridad
- Infraestructura y vialidad
- Desarrollo Económico
- Salud y Medio Ambiente

2.2.12 Comisiones de trabajo

- Comisión de Educación, Cultura y Deportes,
- Comisión de Transporte y Seguridad,
- Comisión de Infraestructura y vialidad,
- Comisión de Desarrollo Económico,
- Comisión de Salud y Medio Ambiente.

2.2.13 Convenios

- **Bandera Azul:** El Programa Bandera Azul Ecológica nace en el país de Costa Rica, es un instrumento educativo para que la sociedad civil mejore las condiciones ambientales, higiénicas y de salud pública. Fomenta la organización de los diferentes sectores de la sociedad civil, con el objetivo de alcanzar el desarrollo sostenible en el territorio nacional. El gobierno parroquial realizó este convenio en el 2012, sin embargo aún no se ha ejecutado en la parroquia.

- **Alcantarillado 2013:** Este convenio se realizó en el año 2012 en donde se beneficiaron alrededor de 20 barrios, el mismo durará 4 años.
- **OCP del Ecuador:** Esta organización de crudos pesados, es aliada del gobierno parroquial, tiene como política apoyar al desarrollo de las comunidades, es por eso que ha destinado un monto de 10.000 dólares anuales para la ejecución de obras en Guayllabamba.

CAPÍTULO III

DIAGNÓSTICO PARTICIPATIVO COMUNICACIONAL DE LA PARROQUIA DE GUAYLLABAMBA Y DEL GOBIERNO PARROQUIAL

Introducción

Para realizar este diagnóstico comunicacional en la parroquia de Guayllabamba y en el Gobierno Parroquial, se estableció como principio el diagnóstico participativo, y como metodología se usó la observación, entrevistas y encuestas.

Este proceso se realizó durante todo el mes de julio del 2013. Se trató lo máximo posible de realizar este diagnóstico a todos los actores sociales.

Como primer paso se realizó un pre diagnóstico a través de la observación para evidenciar superficialmente la dinámica comunicacional de la comunidad. Se recorrió los 54 barrios de la parroquia identificando sus presidentes, también se observó el comportamiento de la comunidad en los espacios públicos como el Bulevar, el Parque Central, el Parque de los Guambras y el estadio. De igual forma se observó el comportamiento de los integrantes del Gobierno Parroquial.

La importancia de este diagnóstico es fundamental para el diseño y la implementación del proyecto, porque permitirá ubicarnos en la realidad que vamos a trabajar.

Este diagnóstico está dividido en dos partes, la primera parte es el diagnóstico de la comunidad y la segunda es el diagnóstico de la institución.

Este proyecto trabajará específicamente en la comunicación de la organización, sin embargo para esta actividad es necesario conocer el contexto comunicacional de la parroquia.

3.1 Diagnóstico comunicacional de la parroquia de Guayllabamba

3.1.1 Objetivo

Determinar cómo se encuentra la comunicación en la parroquia de Guayllabamba, para entender la realidad en la que se va a trabajar.

3.1.2 Fecha de realización: Julio 2013

3.1.3 Observación

A Través de este ejercicio, al observar los 54 barrios de la parroquia, se identificó desde lo comunicacional que la mayoría de los moradores no están informados de los acontecimientos que suceden en la comunidad, también que no existen medios de comunicación de masas locales. Las formas de comunicación en los barrios son las asambleas, las mingas, y el rumor. Se observó también las diferencias sociales, económicas y culturales entre los barrios. Por ejemplo, los barrios rurales en su mayoría están habitados por personas de clase media baja, aunque si existen grandes fincas productoras de aguacates, pertenecientes a personas adineradas, mientras que los barrios urbanos están habitados por personas de clase media-alta. Las necesidades también varían dependiendo del barrio, los barrios rurales necesitan más atención en los servicios básicos; los urbanos, más seguridad. Los espacios y encuentros culturales en los barrios son muy escasos, ya que no se fomenta en la población estas actividades.

3.1.4 Entrevistas

Se realizaron estas entrevistas a dos personajes muy representativos de la parroquia, El Dr. Gonzalo Pazmiño Puga y el Párroco José Fernando Zurita.

Dr. Gonzalo Pazmiño Puga, presidente del GADG expreso: “La parroquia de Guayllabamba es la segunda parroquia más visitada del cantón Quito, su turismo, clima y hospitalidad son algunas de las razones. La población es dinámica y día a día crece, sin embargo, es lamentable que no existan grupos de jóvenes, de adultos y adultos mayores de cultura, arte o deporte, considero que nuestra parroquia no se ha desarrollado en este

ámbito todavía, en este contexto veo importante la existencia de los medios de comunicación locales, además como Gobierno Parroquial deseamos conocer más de cerca la necesidad de la gente, un medio de comunicación nos ayudaría a estar más cerca de la gente, cabe la aclaración que no contamos con ninguno en la parroquia, bueno, excepto uno, pero ese es un canal más bien comercial, lo que nos gustaría serían medios que surjan desde la comunidad y para la comunidad, en donde todos sean integrados y sean los actores de los contenidos que se realice. En nuestro gobierno queremos impulsar a la comunicación en la comunidad, empero, no lo hemos podido hacer nosotros mismos por varios factores, uno de ellos es no poder contar con personas calificadas para este tema”.

José Fernando Zurita, párroco de la parroquia, expuso: “Como párroco de la parroquia mantengo un contacto muy cercano con toda la población, la comunidad dice que con mi presencia aquí, las cosas han cambiado en la parroquia, en cuanto a la fe, sobretodo, con modestia me enorgullece el trabajo que hemos realizado a través de campañas de integración comunitaria, planificación familiar y donaciones de ropa y alimentos a los más necesitados de la parroquia. Por esa proximidad que tengo con la gente de la comunidad, puedo dar fe que las necesidades en Guayllabamba son grandes en todos los aspectos, como servicios básicos, adoquinado, culturales, espirituales, económicos, etc., a pesar de que el Gobierno Parroquial y la iglesia, trabajamos por el desarrollo de la parroquia, en este contexto la presencia de medios comunitarios serían fundamentales para que la gente sean los actores de estos medios, y puedan expresar sus necesidades y juntos contribuir al desarrollo de la parroquia, claro está que los medios, ni el Gobierno Parroquial son la panacea a los problemas de la parroquia, pero si nos unimos podemos contribuir a su desarrollo.

3.1.5 Encuestas

Para la realización del cuestionario se partió desde la observación y del manual de Comunicación y Gobiernos Locales de la Asociación Calandria (2005), mismo que establece las pautas para la elaboración de las preguntas del cuestionario. (Anexos)

3.1.5.1 Muestreo

Para la creación de un Departamento de Comunicación en el Gobierno Parroquial se realizó un modelo de encuestas, que se efectuaron en todos los barrios de la parroquia, además en los espacios públicos, como el Parque de los Guambras, el estadio y el bulevar.

Después de realizar un ejercicio estadístico se sacó como resultado que, cada encuesta reflejará la opinión de 1880 personas de un universo de 15.000 personas.

Se realizó estas encuestas a los miembros del GADG, a 30 personas de cada barrio, a 75 del bulevar, a 100 del Parque de los Guambras, a 70 del Parque Central y a 75 del estadio, dando un total de 1.880 personas encuestadas.

3.1.5.2 Lista de Preguntas del Cuestionario

Tabla 4: Listas de preguntas del cuestionario de encuestas

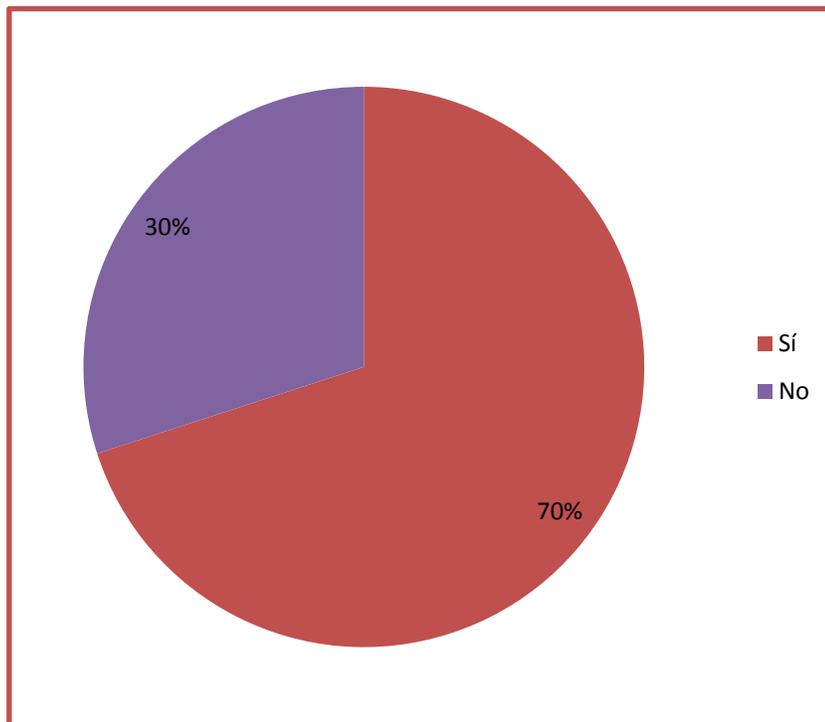
1	¿Conoce algún medio de comunicación local en la parroquia?
2	¿Considera importante la instauración de un medio de comunicación local en la parroquia?
3	¿Participaría usted en la creación, funcionamiento y programación de algún medio de comunicación en la parroquia?
4	¿Qué tipo de medio de comunicación le gustaría que existan en la parroquia?
5	¿Qué enfoque le gustaría que tengan los medios de comunicación de la parroquia?
6	¿Qué tipo de temas le gustaría que se transmita en los medios de comunicación de la parroquia?
7	¿Es importante para el desarrollo de la parroquia algún medio de comunicación?

Elaborado por: Johanna Andagoya y Melina Silva

3.1.5.3 Análisis de las encuestas a los habitantes de la Parroquia

1.- ¿Conoce algún medio de comunicación local en la parroquia?

Figura 6: Pregunta N° 1

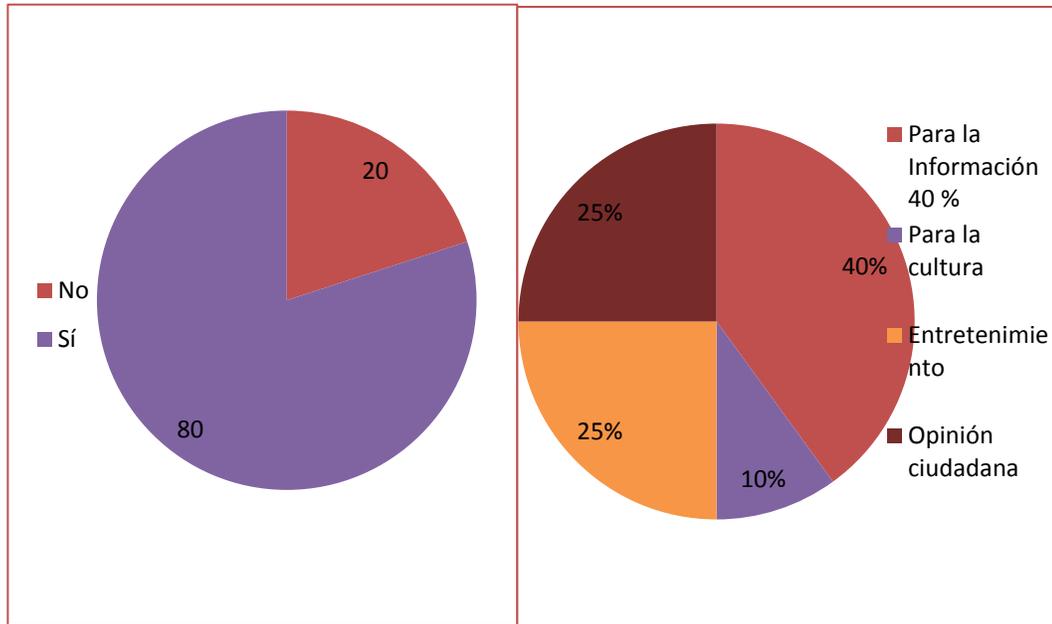


Elaborado por: Johanna Andagoya y Melina Silva

Análisis: El 30 % de los pobladores encuestados de diversas edades residentes en los diferentes barrios de la parroquia conocen algún medio de comunicación dentro de la parroquia, haciendo referencia al canal de televisión TV VALLE, mientras que el 70 % de los encuestados no conocen ningún medio de comunicación de la parroquia. Esto determina que la mayoría de la población utiliza los medios de comunicación de masas, y a la vez la necesidad de un medio de comunicación local en la parroquia.

2.- ¿Considera importante la instauración de un medio de comunicación local en la parroquia?

Figura 7: Pregunta N° 2

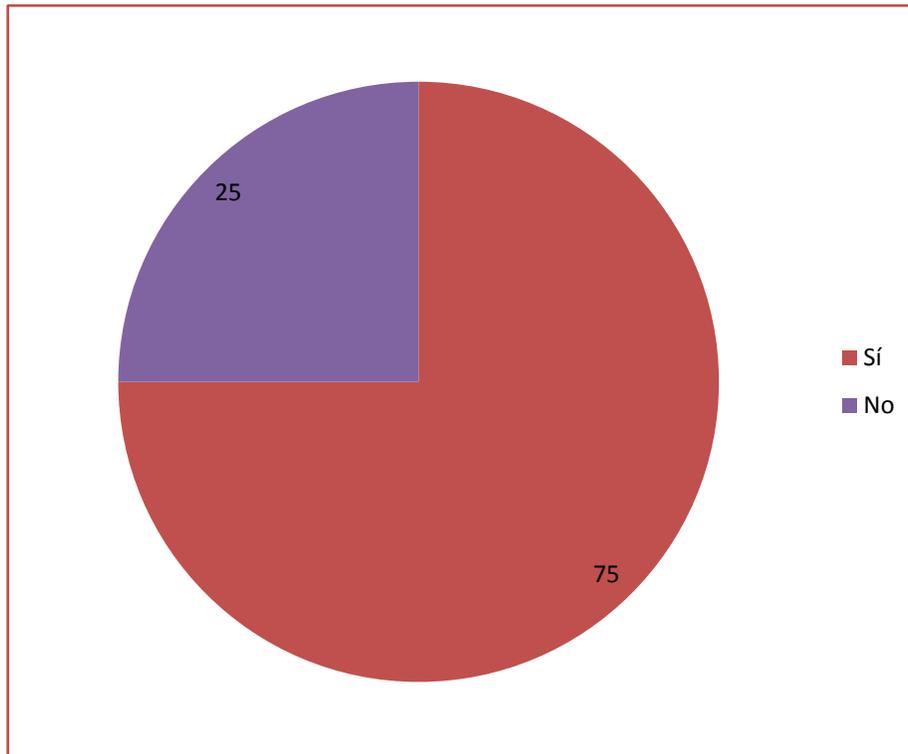


Elaborado por: Johanna Andagoya y Melina Silva

Análisis: El 80 % de la población encuestada respondió que considera importante la instauración de un medio de comunicación local en la parroquia, mientras que el 20 % respondió que no es necesario. De las personas que respondieron que era importante la instauración de un medio de comunicación local en la parroquia, consideraron el 40 % que el medio de comunicación puede ser útil para la información de los sucesos y actividades de la parroquia, el 10 % respondió que el medio de comunicación puede ser útil para la difusión de la cultura, el 25% que sería útil para el entretenimiento, y el 25 % respondió que sería útil para la opinión de la población.

3.- ¿Participaría usted en la creación, funcionamiento y programación de algún medio de comunicación en la parroquia?

Figura 8: Pregunta N° 3

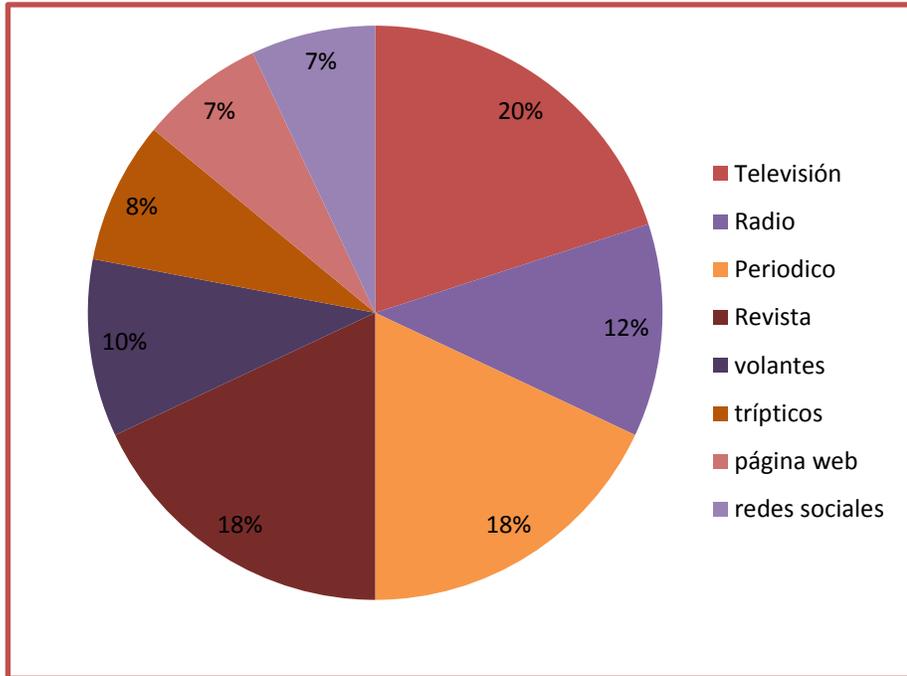


Elaborado por: Johanna Andagoya y Melina Silva

Análisis: El 75 % de las personas encuestadas en la parroquia de Guayllabamba respondieron que si participarían en la elaboración de instauración de algún medio de comunicación local, porque consideran de suma importancia la implementación de un medio de comunicación propio en la parroquia. El 25 % dijo que no participaría en ningún proceso comunicativo.

4.- ¿Qué tipo de medio de comunicación le gustaría que existan en la parroquia?

Figura 9: Pregunta N° 4

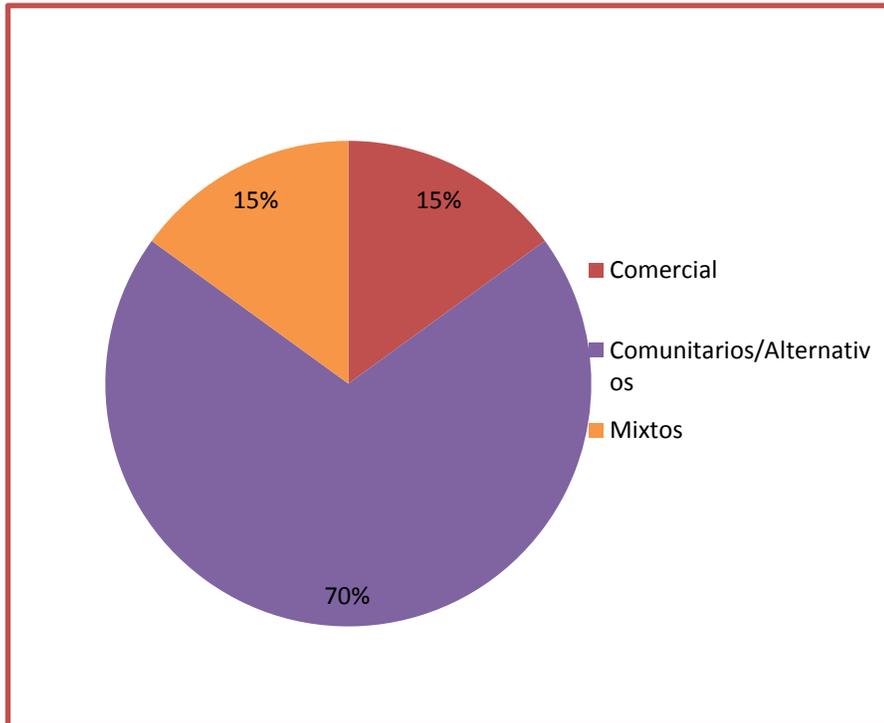


Elaborado por: Johanna Andagoya y Melina Silva

Análisis: El 20 % de los encuestados afirmaron que desearían que se instaurara a la televisión como medio de comunicación local de la parroquia, el 18 % consideran que el periódico debería ser el primer medio de comunicación, así mismo el 18% consideran que una revista sería el mejor medio, en cuanto a volantes fue el 10 %, a trípticos el 8 %, la página web un 7 % al igual que las redes sociales. Se puede identificar que la mayoría de la población prefiere a la televisión y esto se da porque la televisión es el medio de comunicación con más alcance. Por otra parte los medios de comunicación escritos son el segundo medio de comunicación que la población prefiere.

5 ¿Qué enfoque le gustaría que tengan los medios de comunicación de la parroquia?

Figura 10: Pregunta N° 8

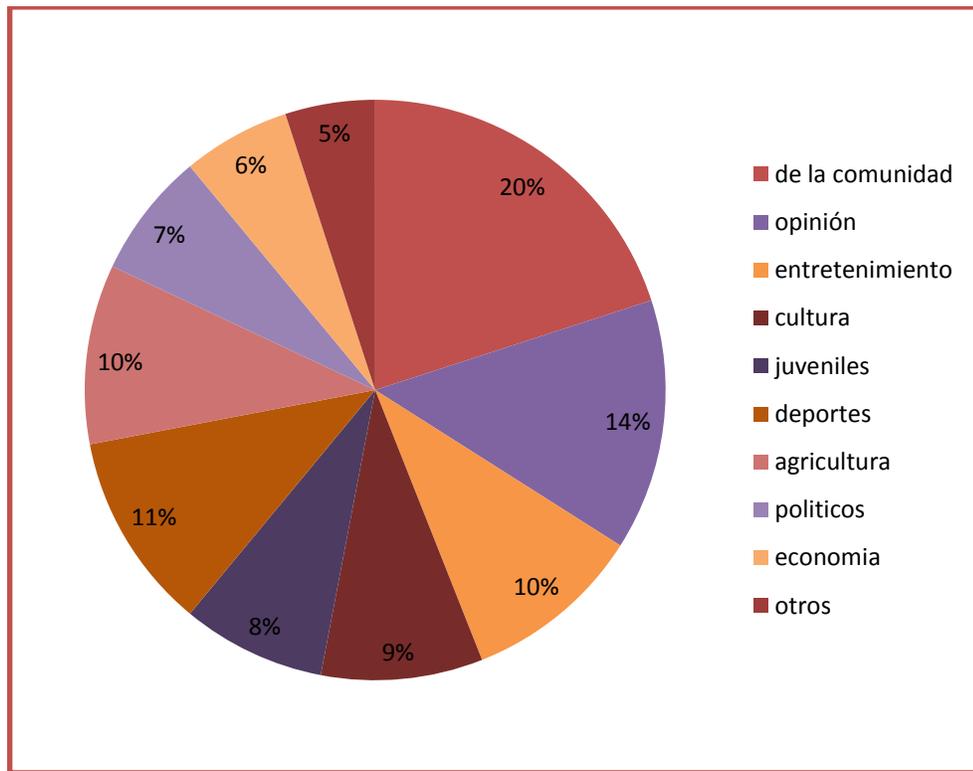


Elaborado por: Johanna Andagoya y Melina Silva

Análisis: El 15 % de la población respondió que prefieren medios de comunicación con enfoque comercial, el 70% prefieren medios comunitarios, alternativos y el 15% prefieren medios mixtos. Esto representa el gran interés que tiene la comunidad en impulsar la comunicación en la parroquia. Del mismo modo, esto permitirá que la comunidad participe y se convierta en el actor principal de los procesos sociales.

6 ¿Qué tipo de temas le gustaría que se transmita en los medios de comunicación de la parroquia?

Figura 11: Pregunta N° 2

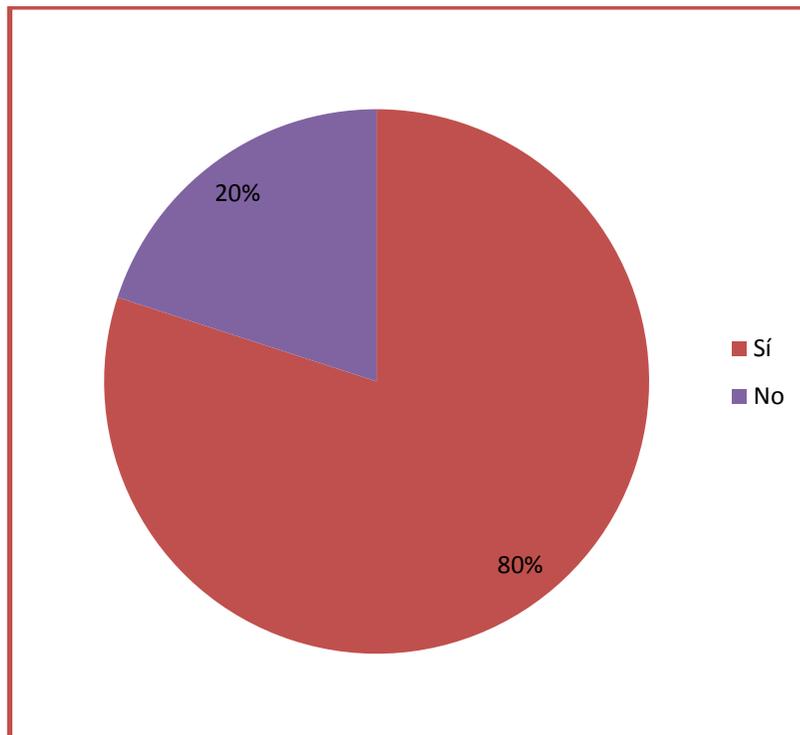


Elaborado por: Johanna Andagoya y Melina Silva

Análisis: El 20% de la población prefiere temas de la comunidad; el 14% de opinión, es decir en este espacio se planteó que la opinión de la comunidad sea escuchada y tomada en cuenta; el 10% de entretenimiento, en este aspecto fue tomando en cuenta más por lo jóvenes; el 9% temas culturales; el 8% juveniles; el 11% deportes; el 10% agrícolas; el 7% políticos; el 6% económicos y el 5% otros temas.

7- ¿Es importante para el desarrollo de la parroquia algún medio de comunicación?

Figura 12: Pregunta N° 4



Elaborado por: Johanna Andagoya y Melina Silva

Análisis: El 20 % de los encuestados respondieron que no es importante un medio de comunicación en la parroquia, mientras que el 80% respondieron que si es importante un medio de comunicación en la parroquia. Estos resultados develan que la comunidad guayllabambeña esta interesada en la comunicación, esto es altamente positivo porque la comunidad participara en todos los procesos de comunicación, como en la creacio de medios locales. Por otro lado la comunidad nota la falta de la comunicación en la parroquia y esta conciente que la misma es fundamental para el desarrollo de la parroquia.

3.1.5.4 Resultados del diagnóstico

- Guayllabamba es una de las parroquias más visitadas y activas de Pichincha, lamentablemente no cuenta con ningún medio de comunicación local. Ninguna persona o institución pública o privada han tomado la iniciativa de crear medios de comunicación para esta parroquia, varios han sido los motivos, principalmente por el desconocimiento de del uso de los medios de comunicación, la falta de recursos humanos y materiales, y la falta de presupuesto.
- La comunidad Guayllabambeña tiene una gran necesidad de comunicarse y estar informado, según las encuestas la mayoría de la población desconoce los hechos importantes que se generan en la parroquia. Al mismo tiempo desean que sus actividades y sobretodo sus necesidades sean conocidas, pero no existe un medio para hacerlo, lo que genera frustración en la comunidad.
- La comunidad cuenta con un medio de comunicación privado llamado Tv. Valle, sin embargo, este medio de comunicación en su totalidad transmite programación extranjera, y dedica el 10% a la parroquia, pero con noticias de fiestas o desfiles, se denomina así este canal totalmente comercial.
- La comunidad guayllabambeña tiene una vida muy activa, el encontrarse cerca de la capital y del nuevo Aeropuerto, sus actividades aumentan, y necesidades y noticias locales también, pero no cuenta con un medio de comunicación en donde pueda verter estas necesidades.
- Guayllabamba cuenta con espacios públicos importantes, de hecho es una de las parroquias con más espacios públicos, empero, estos no son utilizados correctamente, porque la mayoría de la población los desconoce, quienes más usan estos espacios son las personas que viven aledañas a ellos, pero tampoco los usan adecuadamente.
- La parroquia de Guayllabamba no cuenta con momentos comunicacionales de ningún tipo, ni la población toma la iniciativa, ni ninguna institución pública o privada.
- Según el diagnóstico la comunidad carece de participación ciudadana, es decir, no actúa en los procesos sociales, económico, políticos y en la toma de decisiones sobre estos asuntos. Esto sucede porque no existen los espacios y

momentos comunicacionales más no porque la población no quiera participar. Se evidencia un escaso poder de convocatoria por parte de las instituciones públicas y de los líderes comunitarios.

- El rumor es la forma en que la mayoría de los guayllabambeños se comunica, esto genera un efecto de teléfono descompuesto, ocasionando problemas entre ellos, porque se comunica mal.
- No se evidencia en la parroquia programas y proyectos de comunicación comunitaria y desarrollo que se estén aplicando, de ninguna persona o institución.
- Según las encuestas la población desea medios de comunicación locales, en primer lugar la televisión, el periódico y la radio. Esto evidencia que es una población que requiere primero de estos medios para luego pasar a otros, ya que la mayoría cuenta con electricidad, a pesar que existen zonas muy marginadas. El índice de alfabetismo es del 30%, es un alto porcentaje, sin embargo 1 persona de cada familia sabe leer, entonces ellos pueden ser quienes transmitan la comunicación escrita a sus familias. Existen proyectos de tesis para la implementación una radio en la parroquia.
- Guayllabamba se conforma por 54 barrios, ningún barrio conoce las necesidades del otro barrio, y viceversa, esto genera el retroceso de la parroquia, porque podrían ayudarme mutuamente.
- Se evidencia que los guayllabambeños a pesar de la escasa participación en los procesos de la comunidad, desean ser actores en la toma de decisiones de la parroquia, pero no existen momentos comunicacionales para esto.
- La comunidad guayllabambeña es consciente que la comunicación es escasa en la parroquia, y a la vez reconocen que es fundamental para el desarrollo de la comunidad. Esto demuestra que la comunidad participará en todos los procesos comunicativos que se implanten en la parroquia.

3.2 Diagnóstico comunicacional del Gobierno Parroquial

Este diagnóstico está dividido en el diagnóstico de comunicación interna y diagnóstico de comunicación externa.

3.2.1 Diagnóstico Comunicación Interna

3.2.1.1 Objetivo: identificar como es la comunicación dentro de la organización.

3.2.1.2 Observación: a través de la observación se pudo constatar que las relaciones dentro de la organización son escasas, no existe un buen clima laboral y es evidente que no existen medios de información internamente.

3.2.1.3 Entrevistas

Se realizaron dos entrevistas a dos personajes muy representativos en el Gobierno Parroquial, ya que conocen de cerca la dinámica de la organización.

Ing. Jaime Boada, vocal del gobierno parroquial, “La comunicación en la institución es muy escasa, por varios motivos el primero porque desconocemos los beneficios de la comunicación, porque no tenemos recursos económicos, y puede ser también porque no tenemos las personas adecuadas para este tema.

Mayra Pérez, secretaria tesorera del gobierno parroquial, afirma que la institución carece de medios de comunicación, lo que hace difícil la transmisión de la información a las personas internas y externas de la organización.

3.2.1.4 Encuestas

Para la realización del cuestionario se partió desde la observación y del manual de Comunicación y Gobiernos Locales de la Asociación Calandria (2005), mismo que establece las pautas para la elaboración de las preguntas del cuestionario.

3.2.1.5 Fecha: Julio del 2013

3.2.1.6 Muestreo

Estas encuestas fueron realizadas a todos los miembros de la institución, que constituyen un universo de 20 personas, y al mismo tiempo este porcentaje constituye la muestra.

3.2.1.7 Lista de Preguntas

Tabla 5: Listas de preguntas del cuestionario

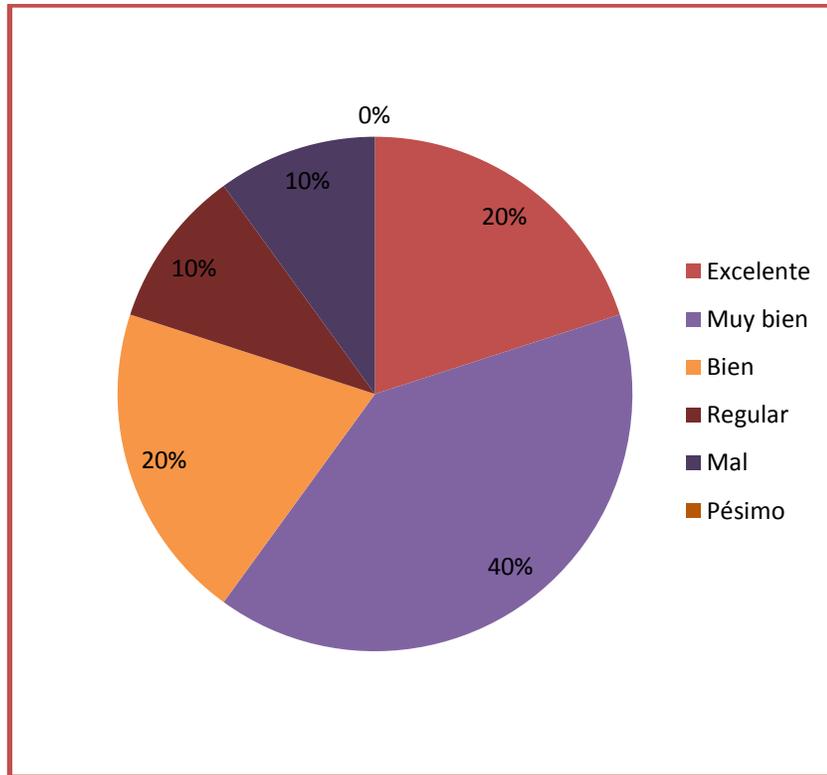
1	¿Cómo se siente trabajando en esta institución?
2	¿Se siente integrado usted en el Gobierno Parroquial?
3	¿Conoce su lugar y responsabilidades dentro de la organización?
4	¿Usted está informado de todas las actividades que realiza el Gobierno Parroquial?
5	¿Sus opiniones y sugerencias son tomadas en cuenta dentro de la institución?
6	¿Cree que la comunicación es importante dentro de su organización?
7	¿Qué medios de comunicación existen dentro de la organización?
8	¿Qué tipo de medio de comunicación le gustaría que existiera dentro la institución?

Elaborado por: Johanna Andagoya y Melina Silva

3.2.1.8 Análisis de las encuestas realizadas a los miembros del Gobierno Parroquial

1. ¿Cómo se siente trabajando en esta institución?

Figura 13: Pregunta N° 1

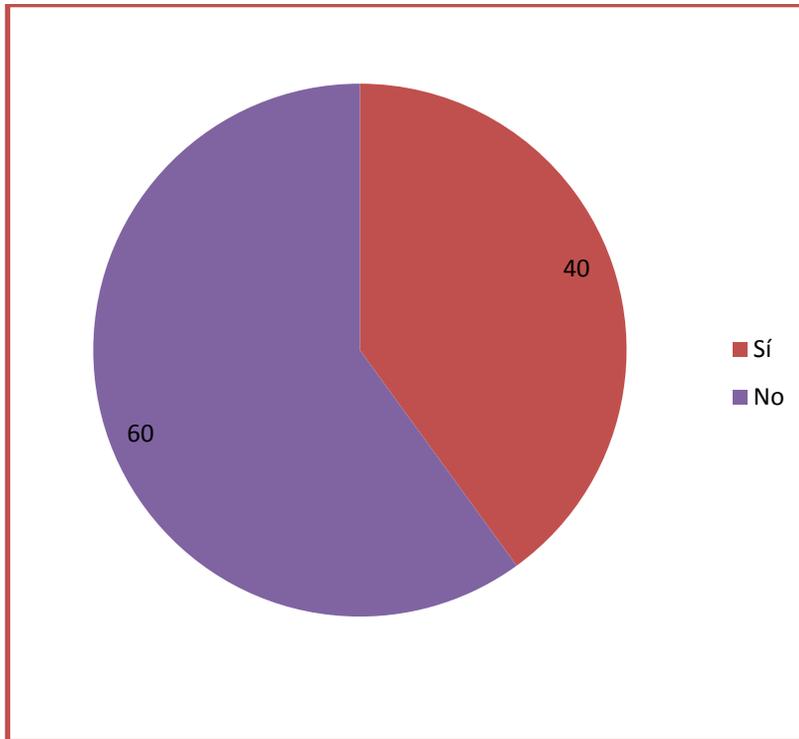


Elaborado por: Johanna Andagoya y Melina Silva

Análisis: El 20% de los integrantes de la institución dicen que se sienten excelente trabajando en la institución; el 40%, muy bien; el 20%, bien; el 10%, regular; el 10%, mal; y el 0% pésimo, esto determina que los integrantes del gobierno parroquial se sienten en un mayor porcentaje muy bien trabajando en la institución. Estos resultados son alentadores porque los integrantes de la institución colaboraran en los procesos comunicativos que se instauren en la misma.

2. ¿Se siente integrado usted en el Gobierno Parroquial?

Figura 14: Pregunta N° 2

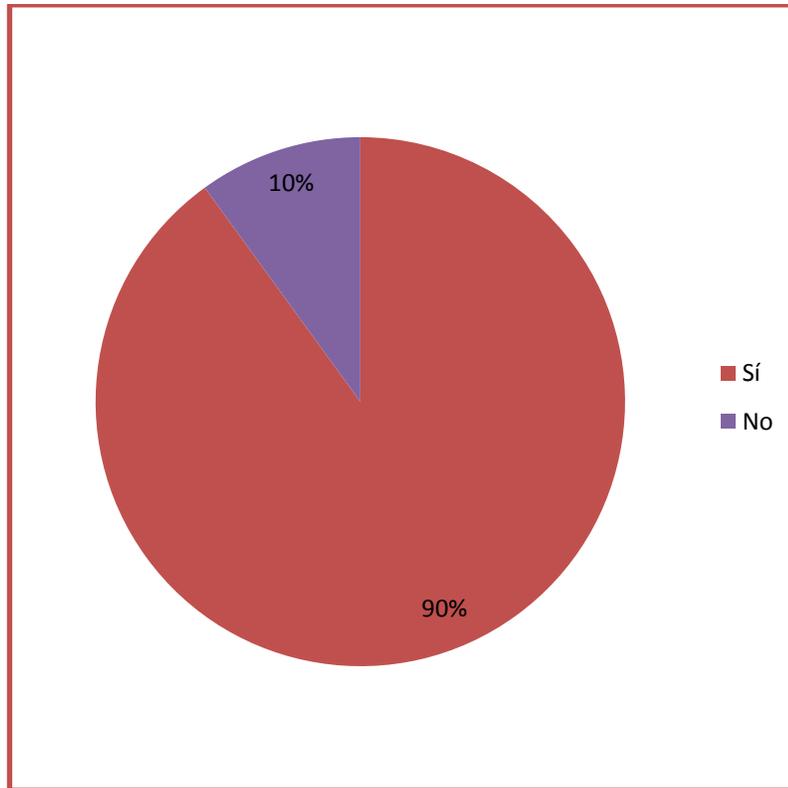


Elaborado por: Johanna Andagoya y Melina Silva

Análisis: El 60% de los miembros del GADG no se sienten integrados en el Gobierno Parroquial, el 40% dijo que sí. Esto demuestra que la institución enfrenta un grave problema de comunicación interna, ya que los integrantes de la misma, no se sienten identificados con la imagen y objetivos de la institución, de la misma forma no existe una relación entre ellos, lo que genera un pésimo clima laboral, malas relaciones interpersonales y el déficit del trabajo.

3. ¿Conoce su lugar y responsabilidades dentro de la organización?

Figura 15: Pregunta N° 3

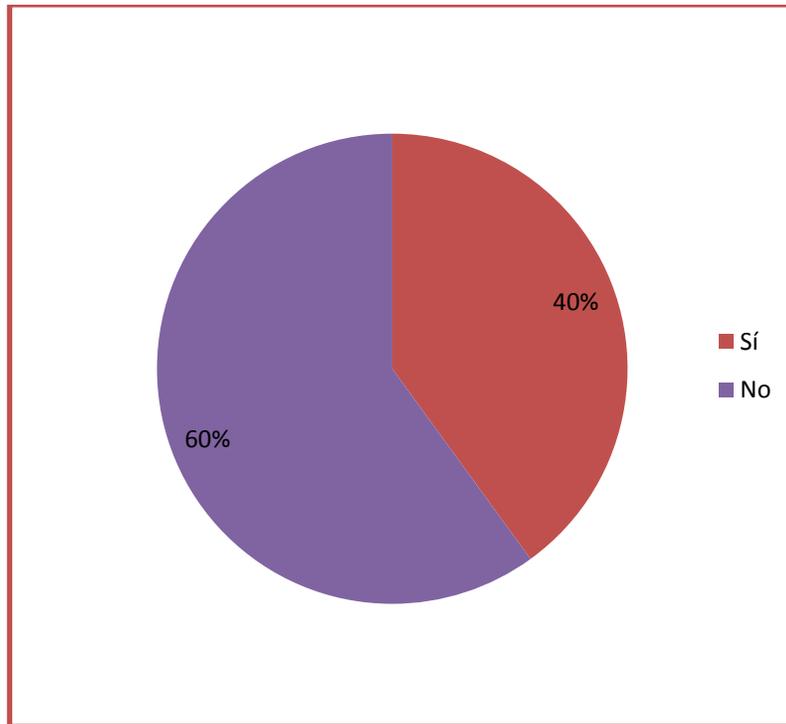


Elaborado por: Johanna Andagoya y Melina Silva

Análisis: El 10% respondió que no conoce sus responsabilidades dentro de la institución, mientras que el 80% si las conocen, estos resultados son alentadores ya que todos los miembros saben cuáles son sus actividades. A pesar de resultados anteriores que develan que la institución enfrenta problemas de comunicación, los integrantes conocen sus tareas específicas lo cual es positivo para el cumplimiento de objetivos de la institución.

4 ¿Usted está informado de todas las actividades que realiza el Gobierno Parroquial?

Figura 16: Pregunta N° 4

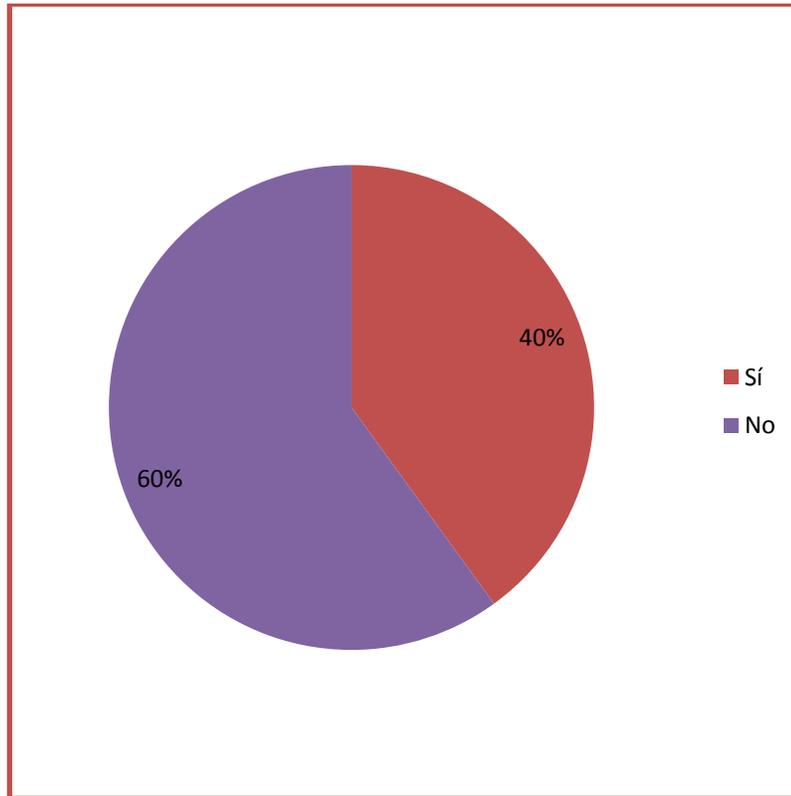


Elaborado por: Johanna Andagoya y Melina Silva

Análisis: EL 40% desconoce todas las actividades del gobierno parroquial, el 60% si está informado de las actividades del gobierno parroquial, esto identifica un problema de información dentro del GADG. Esto demuestra con más precisión que la institución enfrenta un problema grave de comunicación, y una de las principales causas de este problema es que la isticucion no informa sobre sus actividades a sus integrantes, esto genera desconcierto y desorientación al momento de cumplir los objetivos de la misma.

5-¿Sus opiniones y sugerencias son tomadas en cuenta dentro de la institución?

Figura 17: Pregunta N° 5

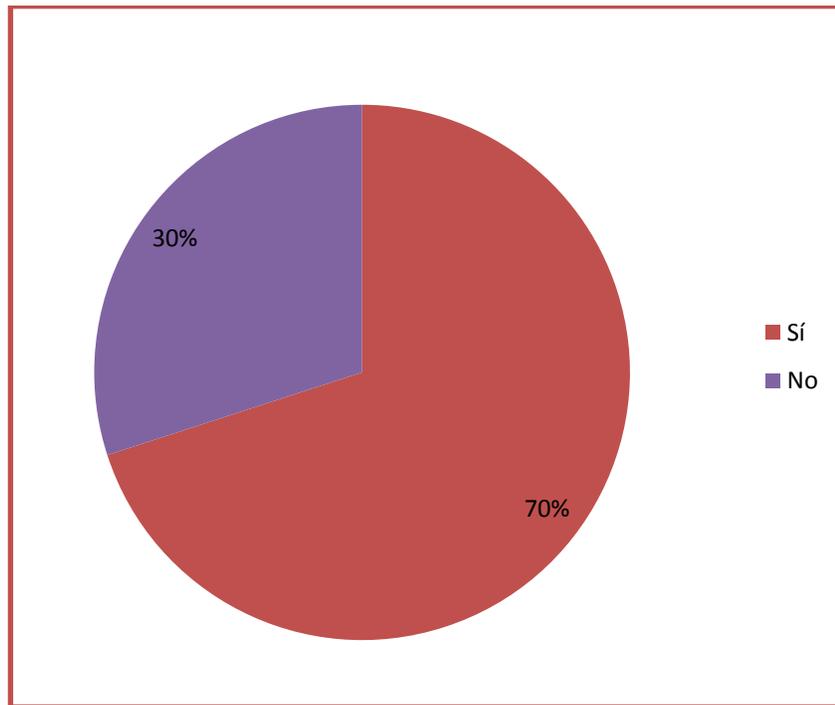


Elaborado por: Johanna Andagoya y Melina Silva

Análisis: El 40% de respondió que sus sugerencias y opiniones son tomadas en cuenta, el 60% no son tomadas en cuenta, esto identifica una posible comunicación autoritaria. Este resultado devela que los integrantes de la institución no son tomados en cuenta al momento de aportar ideas, lo que resume en una posible comunicación autoritaria. Esto genera que la información sea parcial, y del mismo modo no se desarrolla un optimo clima laboral.

6. ¿Cree que la comunicación es importante dentro de su organización?

Figura 18: Pregunta N° 6

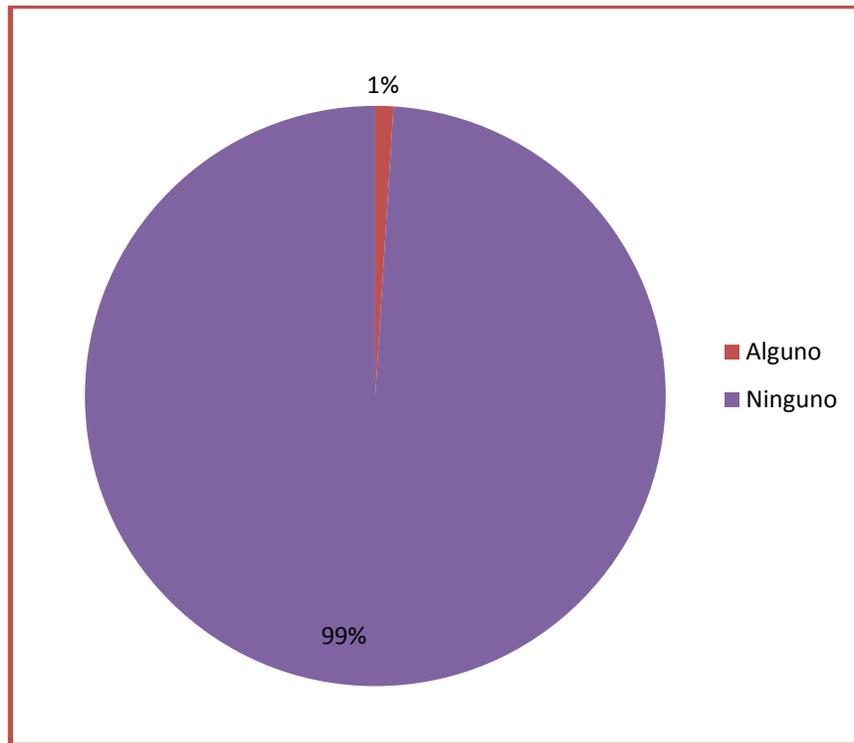


Elaborado por: Johanna Andagoya y Melina Silva

Análisis: El 30% de los miembros del GADG, respondió que no, mientras que el 70% respondió que sí, esto determina que los miembros de la institución reconocen la importancia de la comunicación para la institución, lo cual es algo alentador, para la investigación. Los integrantes de la institución reconocen que la comunicación es importante para la gestión de la organización, esto permitirá que todos colaboren al momento de insertar el plan de comunicación para el gobierno parroquial. Del mismo modo los integrantes aportaran con la información y el Departamento de Comunicación.

7. ¿Qué medios de comunicación existen dentro de la organización?

Figura 19: Pregunta N° 7

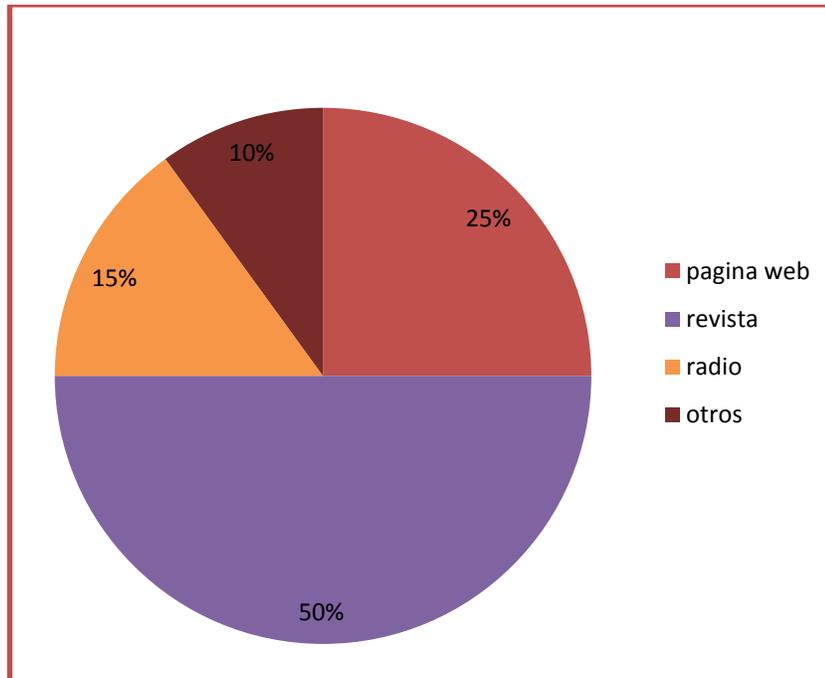


Elaborado por: Johanna Andagoya y Melina Silva

Análisis: El 99% de los integrantes del GADG, respondió que no existen medios de comunicación dentro de la institución, esto evidencia un alto grado de incomunicación dentro de la organización. Estos resultados develan que la organización no cuenta con medios apropiados para la comunicación interna y externa, lo que ha generado el problema de comunicación dentro de la institución. Los medios de comunicación de la organización deben adaptarse a sus requerimientos, necesidades y condiciones actuales.

8¿Qué tipo de medio de comunicación le gustaría que existiera dentro la institución?

Figura 20: Pregunta N° 8



Elaborado por: Johanna Andagoya y Melina Silva

Análisis: El 25% respondió que prefieren página web, el 50% una revista, el 15% radio, el 10% otros medios, esto determina que prefieren un medio de comunicación escrita para la información de las actividades del gobierno parroquial. Estos resultados develan que los miembros de la institución requieren con urgencia un medio de comunicación, identificándose con los medios de comunicación impresos, sin embargo, es importante la creación de una plataforma virtual porque servirá tanto para la comunicación interna como externa, De este modo toda la comunidad y otras instituciones homólogas podrán observar el trabajo de la institución.

3.2.2 Diagnóstico de Comunicación Externa

3.2.2.1 Objetivo: Determinar la relación de la institución con la comunidad, y al mismo tiempo medir la imagen de la institución.

3.2.2.2 Fecha: Julio 2013

3.2.2.3 Observación: A través de la observación se evidenció que la institución no tiene una relación con la comunidad, a pesar que este es su primer objetivo como organización.

3.2.2.4 Encuestas:

Para la realización del cuestionario se partió desde la observación y del manual de Comunicación y Gobiernos Locales de la Asociación Calandria (2005), mismo que establece las pautas para la elaboración de las preguntas del cuestionario.

3.2.2.4.1 Muestreo: Se utilizó la misma muestra del diagnóstico de comunicación para la parroquia, ya que se son los mismos destinatarios.

El resultado de las encuestas que se realizaron en la comunidad se presenta en las siguientes gráficas, después de realizar un ejercicio estadístico se sacó como resultado que, cada encuesta reflejará la opinión de 1880 personas de un universo de 15.000 personas.

Se realizó estas encuestas a los miembros del GADG, a 30 personas de cada barrio, a 75 del bulevar, a 100 del Parque de los Guambras, a 70 del Parque Central y a 75 del estadio, dando un total de 1.880 personas encuestadas, dentro de este porcentaje también se encuestó a las fuerzas vivas de la parroquia, ya que constituyen un grupo importante de la parroquia.

3.2.2.4.2 Lista de preguntas del cuestionario

Tabla 6: Listas de preguntas del cuestionario

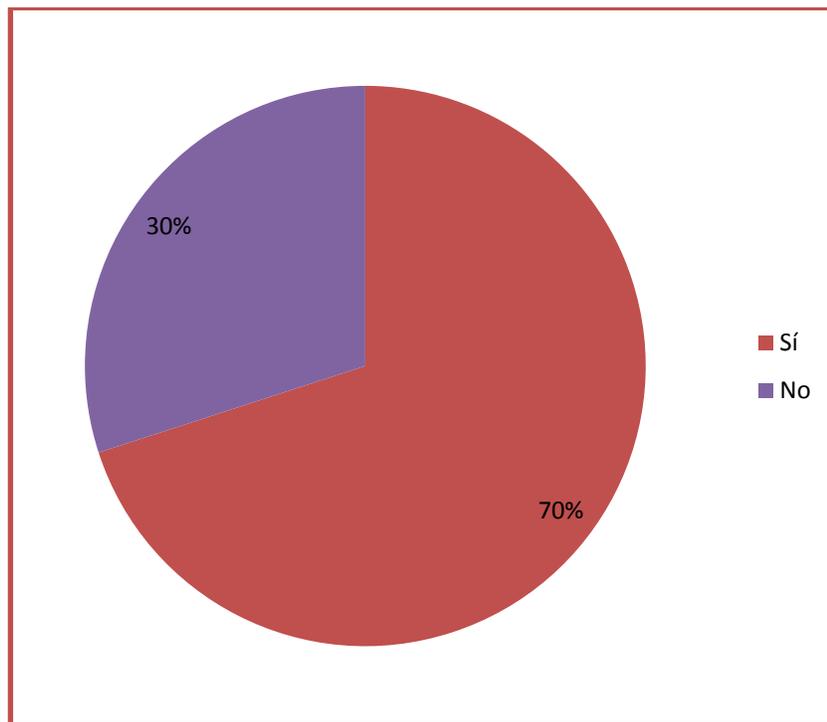
1	Conoce al Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia de Guayllabamba
2	¿Conoce alguna de sus funciones, mencione cuál?
3	¿Conoce alguna de sus obras, cuál?
4	¿Ha sido beneficiario de alguna obra del gobierno parroquial usted o su barrio, mencione cuál?
5	¿Ha ido al gobierno parroquial alguna vez, porque motivo?
6	¿Conoce a los miembros del gobierno parroquial?
7	¿Qué opina de la gestión del gobierno autónomo descentralizado de la parroquia rural de Guayllabamba?
8	Sus peticiones, sugerencias y necesidades han sido atendidas por parte del Gobierno Parroquial?
9	¿Usted conoce sobre las actividades que realiza el Gobierno Parroquial?
10	¿Cada que tiempo o qué momento el Gobierno Parroquial visita su barrio?
11	¿Qué le pediría al Gobierno Parroquial que haga por su barrio?

Elaborado por: Johanna Andagoya y Melina Silva

3.2.2.4.3 Análisis de Cuestionario dirigido a los habitantes de la parroquia de Guayllabamba (Comunicación externa)

1. Conoce al Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia de Guayllabamba?

Figura 21: Pregunta N° 1

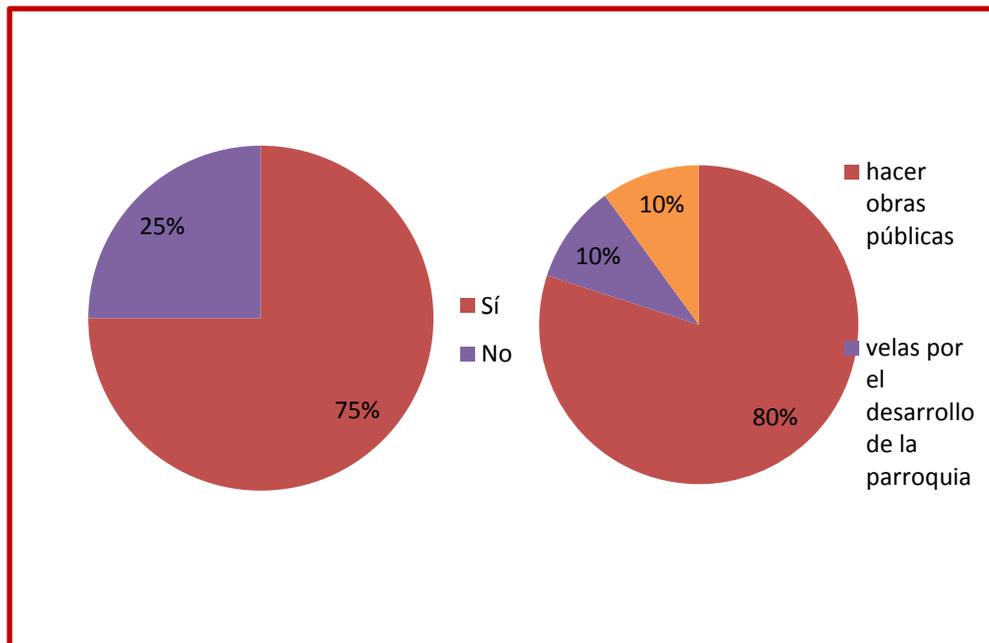


Elaborado por: Johanna Andagoya y Melina Silva

Análisis: el 30 % de la población guayllabambeña desconoce al Gobierno Parroquial, mientras que el 70% conocen o han oído hablar de ella. Estos resultados develan que la mayoría de la comunidad conoce al gobierno parroquial. Lo que es alentador ya que la institución no se encuentra aislada del conocimiento de la comunidad.

2. ¿Conoce alguna de sus funciones, mencione cuál?

Figura 22: Pregunta N° 2

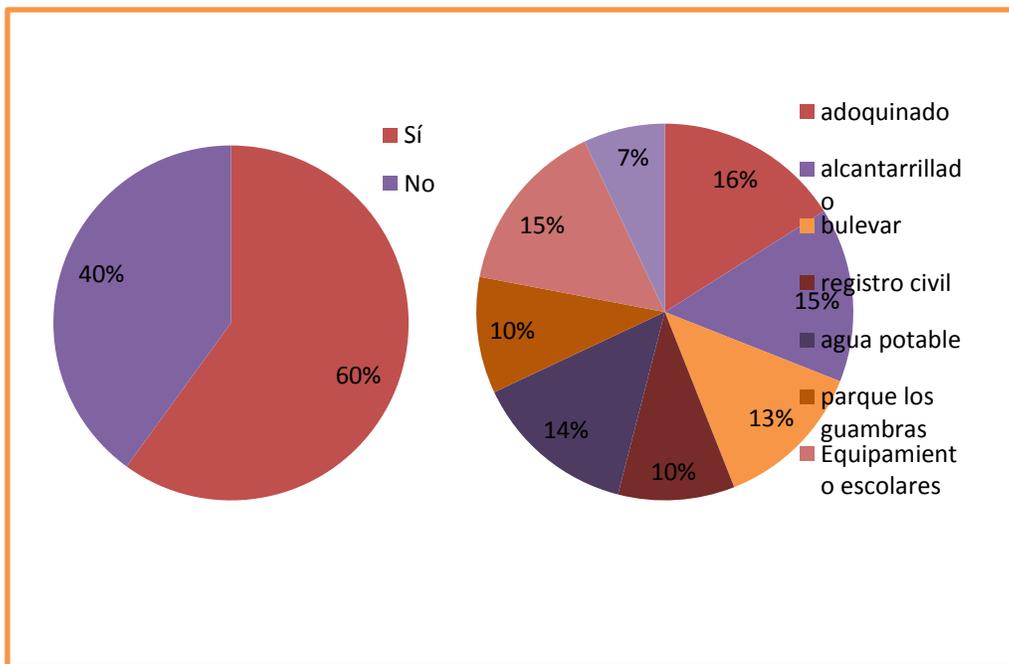


Elaborado por: Johanna Andagoya y Melina Silva

Análisis el 75 % de la comunidad conoce alguna de las funciones del Gobierno Parroquial, mientras que el 25 % desconoce sus funciones. El 80 % respondió que una de las funciones del Gobierno Parroquial es hacer obras públicas en la parroquia, el 10 % velar por el desarrollo de la parroquia y un 10 % gobernar la parroquia. Estos resultados develan que la comunidad desconocen específicamente cuales son las funciones del gobierno parroquial, esto genera que la comunidad no participe

3. ¿Conoce alguna de sus obras, cuál?

Figura 23: Pregunta N° 3

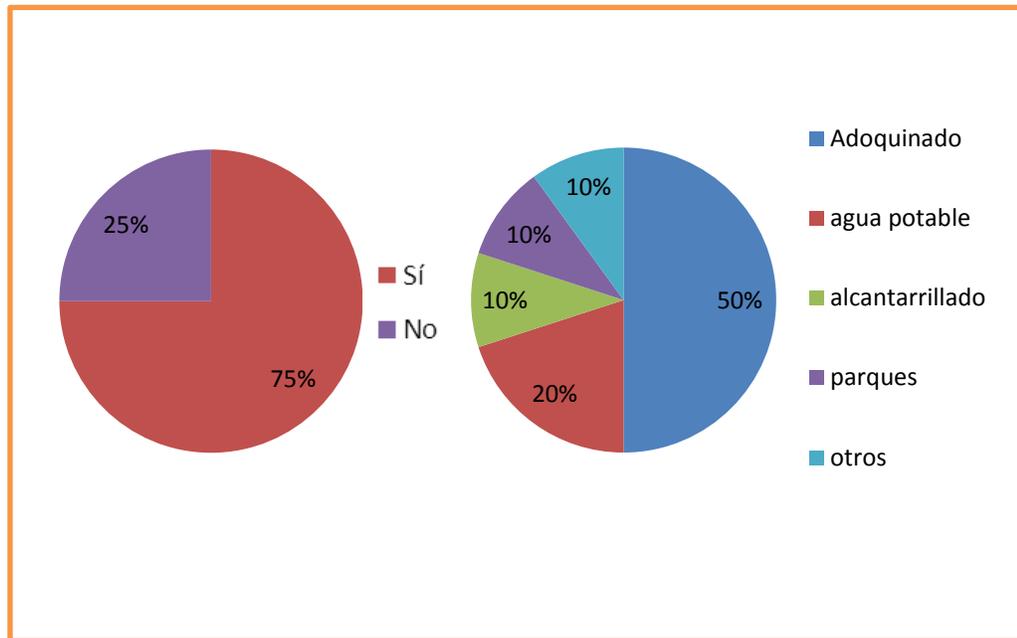


Elaborado por: Johanna Andagoya y Melina Silva

Análisis: el 40 % de los encuestados respondieron que no conocen alguna obra del Gobierno Parroquial, mientras que el 60% conoce alguna obra; dentro de este universo el 16 % conocen obras de adoquinado, el 15% alcantarillado, el 13% bulevar, el 10 % registro civil, el 14 % agua potable, el 10 % Parque de los Guambras, este porcentaje da conocer que las obras más relevantes aun no son conocidas por toda la población.

4. ¿Ha sido beneficiario de alguna obra del Gobierno Parroquial usted o su barrio, mencione cuál?

Figura 24: Pregunta N° 4

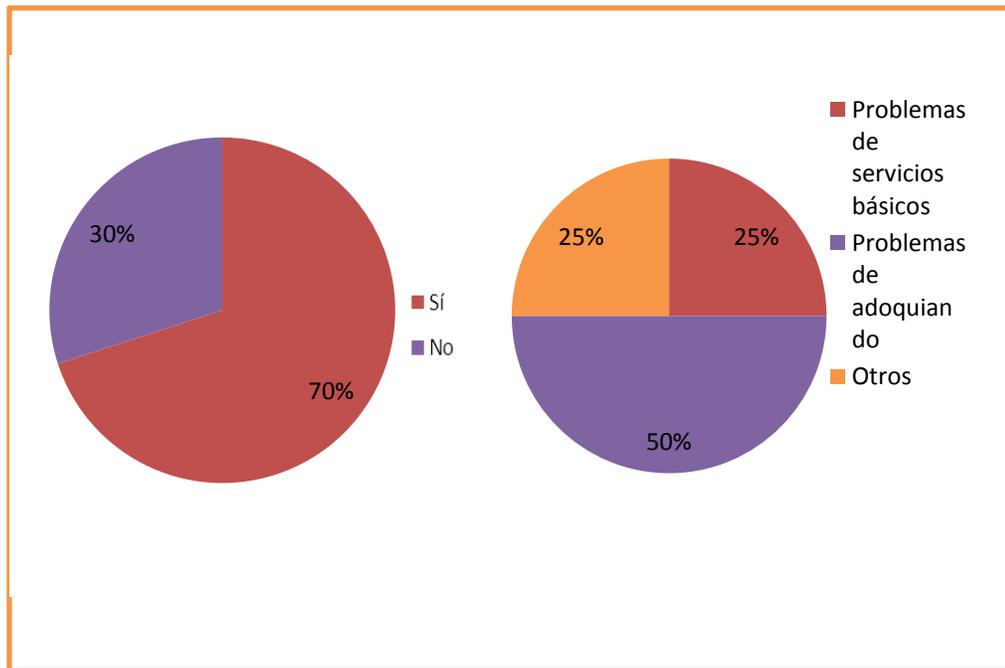


Elaborado por: Johanna Andagoya y Melina Silva

Análisis: el 75% de los encuestados respondió que sí han sido beneficiarios de por las obras del gobierno parroquial, mientras que el 25% dijo que no. En este universo el 50% respondió que ha recibido adoquinado, el 20% recibió agua potable, el 10% alcantarillado, el 10% parques y el 10% otras obras. Esto demuestra que la comunidad no esta informada totalmente de la gestión del gobierno parroquial, lo que ocasiona que la población desconozca obras importantes para la parroquia, y al mismo tiempo no sea usuaria de las mismas.

5. ¿Ha ido al gobierno parroquial alguna vez, porque motivo?

Figura 25: Pregunta N° 5

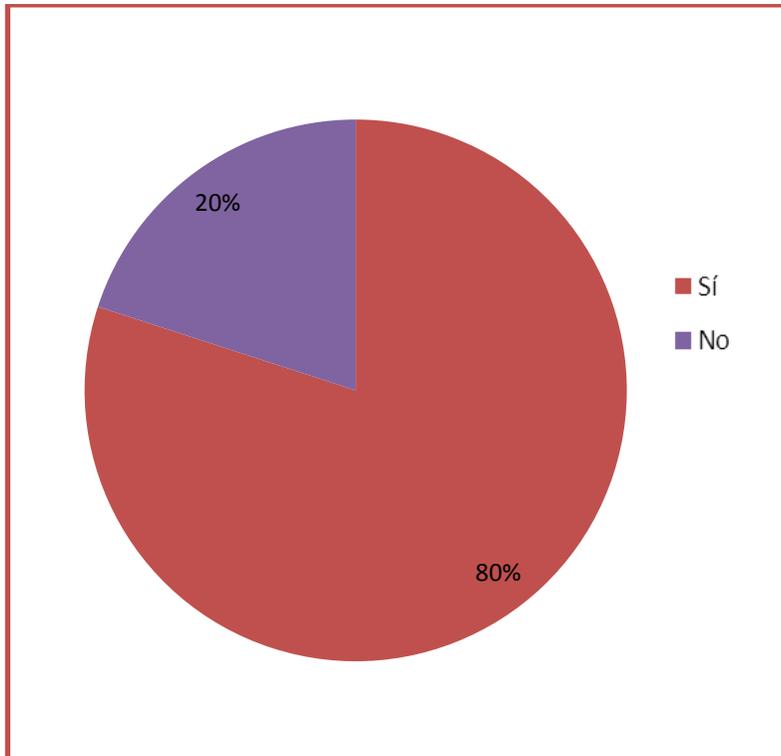


Elaborado por: Johanna Andagoya y Melina Silva

Análisis: el 30% de la población respondió que nunca ha ido a la Junta Parroquial, mientras que el 70% respondió que sí ha ido; de este universo el 50% ha ido por problemas de adoquinado, el 25 % por problemas de servicios básicos, el 25% por otros problemas.

6. ¿Conoce a los miembros del Gobierno Parroquial?

Figura 26: Pregunta N° 6

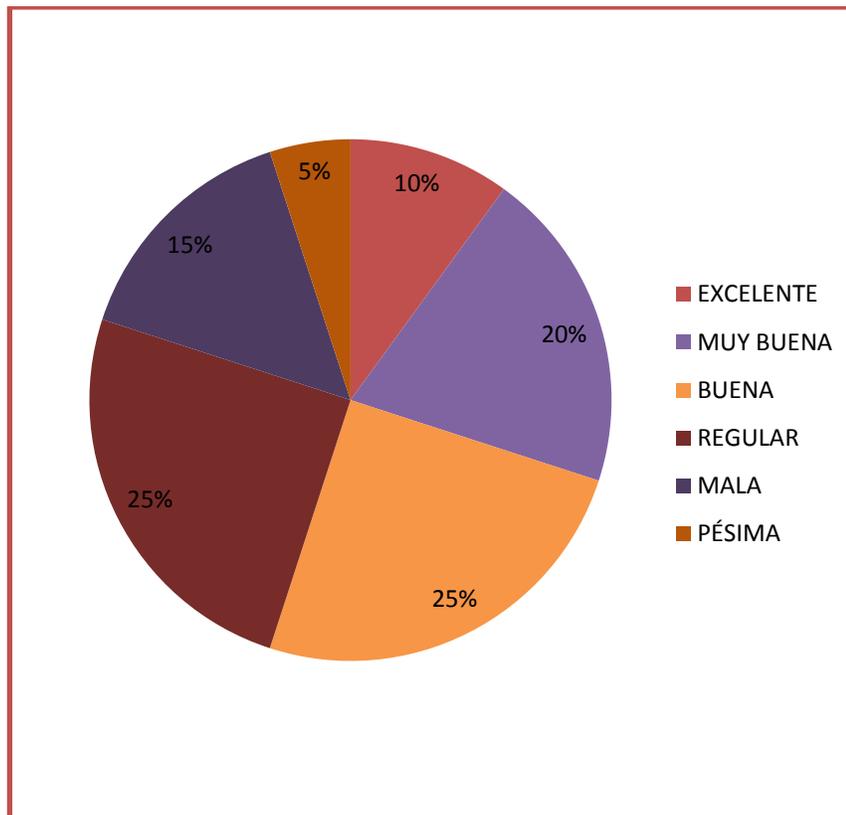


Elaborado por: Johanna Andagoya y Melina Silva

Análisis: el 20% de la población respondió que conoce a los miembros de la población, el 80% respondió que si conoce a los miembros de la población. Los resultados develan que la mayoría d ela población conocen a los integrantes del gobierno parroquial, esto es alemtador ya que la comunidad no esta aislada a la institución, sino mas bien se nota un problema de comunicación.

7. ¿Qué opina de la gestión del Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia rural de Guayllabamba?

Figura 27: Pregunta N° 7

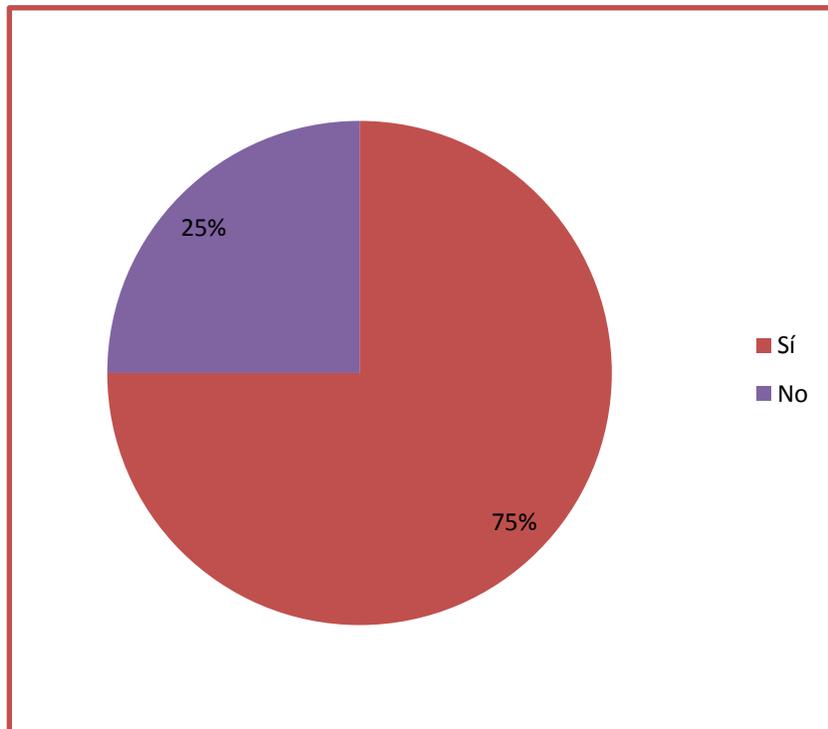


Elaborado por: Johanna Andagoya y Melina Silva

Análisis: el 10 % de la población respondió que la gestión del Gobierno Parroquial es excelente, el 20% muy buena, el 25% buena, el 25% regular, el 15% mala, el 5% pésima. A través de estos porcentajes se puede evidenciar que la población tiene una imagen negativa del gobierno parroquial.

8. ¿Sus peticiones, sugerencias y necesidades han sido atendidas por parte del Gobierno Parroquial?

Figura 28: Pregunta N° 8



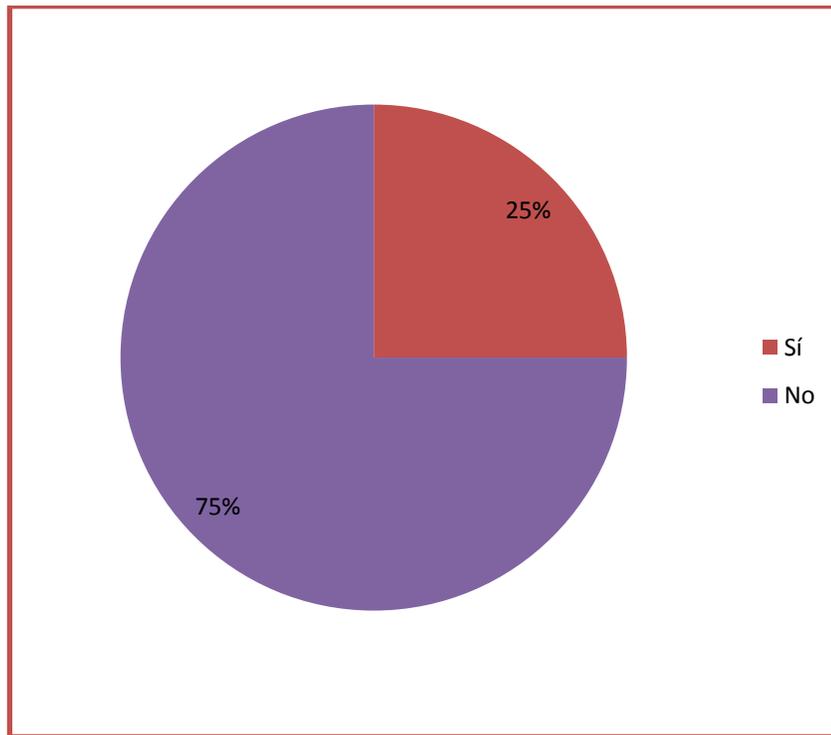
Elaborado por: Johanna Andagoya y Melina Silva

Análisis

El 25% de la población respondió que sus peticiones no han sido atendidas por parte del Gobierno Parroquial, el 75% respondió que sus peticiones si han sido atendidas. Estos resultados develan que la institución si trabaja por las necesidades de la comunidad, pero no existen medios de comunicación para informar sobre las actividades que realiza la institución.

9. ¿Usted conoce sobre las actividades que realiza el Gobierno Parroquial?

Figura 29: Pregunta N° 9

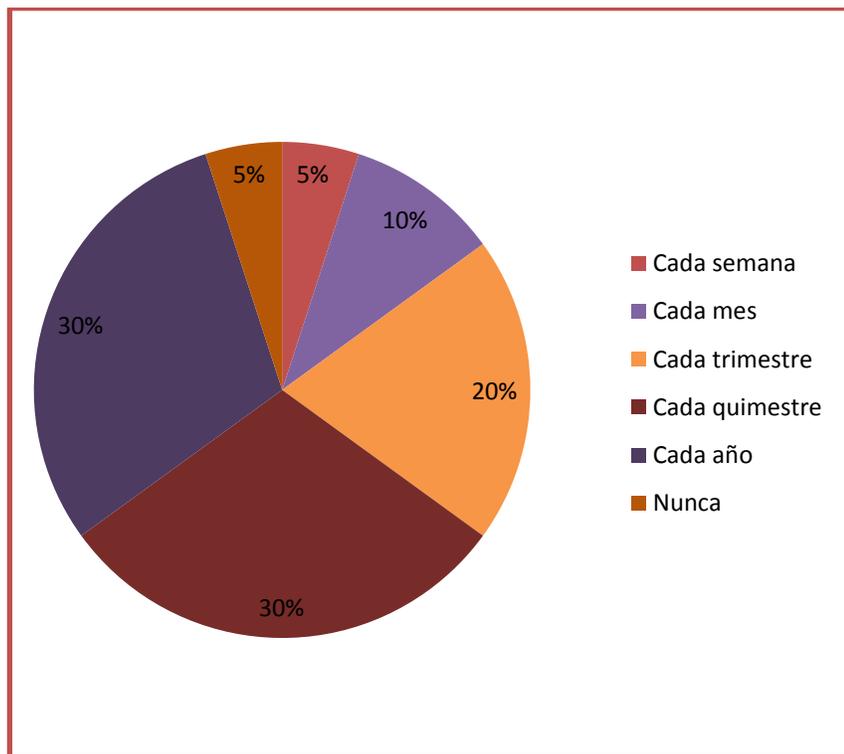


Elaborado por: Johanna Andagoya y Melina Silva

Análisis: El 25% de la población respondió que si conoce las actividades que realiza el gobierno parroquial, el 75% respondió que no conoce estas actividades, esto refleja la falta de comunicación que existe entre el gobierno parroquial y la comunidad, este es un ejemplo de que la institución no informa a la comunidad sus actividades.

10. ¿Cada que tiempo o qué momento el Gobierno Parroquial visita su barrio?

Figura 30: Pregunta N° 10

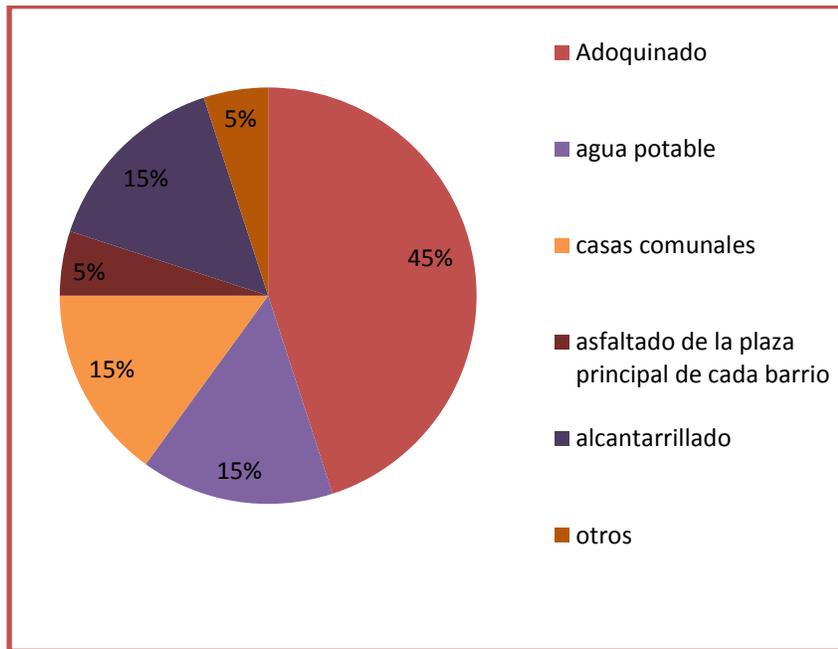


Elaborado por: Johanna Andagoya y Melina Silva

Análisis El 5% de la población respondió que el gobierno parroquial visita su barrio cada semana, el 10% cada mes, el 20% cada trimestre, el 30% cada quimestre, el 30% cada año, el 5% nunca, esto refleja que el Gobierno Parroquial no visita a los barrios, lo que ocasiona una problemática entre la relación entre estos. El gobierno parroquial necesita visitar los barrios y tener más contacto con la comunidad, para esto es necesario un plan de comunicación.

11. ¿Qué le pediría al Gobierno Parroquial que haga por su barrio?

Figura 31: Pregunta N° 11



Elaborado por: Johanna Andagoya y Melina Silva

Análisis El 45 % de la población respondió que necesita adoquinado, el 15% agua potable, el 15% casas comunales, el 15% alcantarillado, el 5% asfaltado de la casa comunal de cada barrio, el 15% alcantarillado y el 5 % otros. La comunidad y el gobierno parroquial necesitan más comunicación, ya que estos resultados develan que la institución si realiza obras pero no las más urgentes para la parroquia.

3.3 Resultados de los diagnóstico comunicacionales del Gobierno Parroquial (Comunicación Interna y Externa)

Tabla 7: Resultados del diagnóstico de comunicación del Gobierno Parroquial (Comunicación Interna)

Resultados del Diagnóstico de la Comunicación Interna del Gobierno Parroquial de Guayllabamba		
DEMANDAS	CONCLUSIONES	RECOMENDACIONES
1. La urgente creación de una política de comunicación en el gobierno parroquial.	Se carece de políticas de comunicación que permitan orientar a la institución en los procesos comunicativos.	Implementación de un plan de comunicación para el gobierno parroquial que se ajuste a la realidad comunicacional de la institución.
2. Necesidad de informar sobre las actividades Del gobierno parroquial a sus miembros.	Los miembros del Gobierno Parroquial, excepto el presidente y dos vocales, desconocen las actividades que realiza la institución lo que genera un problema de comunicación.	Crear estrategias de comunicación para que los miembros de la institución se mantengan informados de las actividades que realiza la organización.
3. La comunicación	El gobierno parroquial esta conformado por	Fomentar la comunicación participativa y

<p>está en un nivel primario, que evidencia un pobre ambiente democrático al interior de la institución.</p>	<p>la parte legislativa y ejecutiva, en este caso la parte legislativa la componen cinco vocales, pero ninguno de ellos ejerce esta función, ya que no participan con propuesta o proyectos.</p>	<p>democrática en la institución. Crear estrategias de comunicación para fomentar la participación de los miembros de la institución.</p>
<p>4. El clima laboral de la institución no es óptimo.</p>	<p>Los miembros de la institución no tienen una buena relación.</p>	<p>Implementar políticas y estrategias de comunicación interna que se ajusten a la realidad comunicacional de la institución en un plan de comunicación. Generar momentos y espacios comunicacionales.</p>
<p>5. Mejorar las relaciones informales entre los miembros de la institución.</p>	<p>Las relaciones informales dentro de la institución son escasas, se reducen a ciertos eventos anuales y no se aprecia una corriente permanente de las mismas.</p>	<p>Crear eventos informales de integración para los miembros de la institución.</p>

<p>6. No se reconoce en la mayoría de los casos las opiniones y sugerencia de los miembros de la institución.</p>	<p>No existen espacios y momentos comunicacionales para que los miembros de la institución puedan expresar sus opiniones. Y cuando las dan no son tomadas en cuenta, porque existe una comunicación autoritaria y descendente.</p>	<p>Crear estrategias comunicativas para generar más participación a los miembros del gobierno parroquial. Y hacer que estas sean tomadas en cuenta.</p>
<p>7. Utilizar espacios comunicacionales como foros, oficinas y otros equipos para la comunicación en desuso.</p>	<p>El gobierno parroquial cuenta con espacios apropiados para los encuentros comunicativos, sin embargo, estos no son usados para ese propósito, sino más bien se encuentran en desuso.</p>	<p>Realizar actividades comunicativas de integración en los espacios comunicacionales de la institución, y termianr con el desuso de las mismas.</p>
<p>8. Crear medios de comunicación internos en los cuales se pueda enterar de las actividades de la institución</p>	<p>EL gobierno parroquial no cuenta con ningún medio de comunicación para informar sobre sus actividades internamente.</p>	<p>Crear un medio de información y comunicación en el gobierno parroquial, que se ajuste a la realidad comunicacional de esta organización, ya sea periódico mural, página web, revista, etc.</p>

<p>internamente como el periódico mural, pagina web, informes, etc.</p>		
<p>9. Utilizar los nuevos medios de comunicación como la tecnología, el internet y las redes sociales</p>	<p>El gobierno parroquial no utiliza como debería las herramientas tecnológicas como el internet, a pesar que existe wifi en la institución.</p>	<p>Realizar talleres de capacitación sobre la utilización y beneficios del internet para los gobiernos locales.</p>
<p>10. Información sistemática sobre la estructura y funciones de la institución.</p>	<p>La mayoría de los miembros de la institución desconocen la visión, misión y funciones de la organización, lo que genera una división entre lo que los empleados y la organización esperan.</p> <p>La autoimagen de la institución no es la adecuada.</p>	<p>Que se informe a los miembros de la institución la visión, misión, plan operativo y funciones de la institución, para que tengan claro cuales son las direcciones en las que trabaja la organización y todos puedan tener un mismo sentir.</p> <p>Para mejorar la autoimagen de la institución.</p>

<p>11. Se carece de personal capacitado que maneje el tema de comunicación.</p>	<p>El gobierno parroquial enfrenta graves problemas de comunicación, las causas de estos problemas es porque no se aplica un plan de comunicación, y para esto es necesario una persona especialista en la comunicación.</p>	<p>Contar con una persona especialista en la comunicación para realice un plan, proyectos y programas comunicativos.</p> <p>Frente a esto se plantea la creación de un Departamento de Comunicación en el Gobierno Parroquial.</p>
<p>12. Aprobación de un presupuesto para la comunicación</p>	<p>El gobierno parroquial no dirige un presupuesto a la comunicación.</p>	<p>Concientizar al gobierno parroquial de la importancia de la comunicación para su gestión y solución de los presentes problemas.</p>

Elaborado por: Johanna Andagoya y Melina Silva

Tabla 8: Resultados del diagnóstico de comunicación del Gobierno Parroquial (Comunicación Externa)

Resultados del Diagnóstico de la Comunicación Externa del Gobierno Parroquial de Guayllabamba		
<p>Los resultados del diagnóstico de comunicación externa del Gobierno Parroquial de Guayllabamba evidencian la escasa comunicación y relación entre la comunidad y el gobierno parroquial, la comunidad asegura que la institución no trabaja por la comunidad, atribuyéndole una imagen negativa. Por otra parte, el gobierno parroquial ha realizado importantes obras para la parroquia, pero no informa sobre su gestión a la comunidad.</p>		
DEMANDAS	CONCLUSIONES	RECOMENDACIONES
Buena relación y comunicación entre la comunidad y el gobierno local.	No existe una comunicación entre el gobierno local y la comunidad.	Fomentar la relación y comunicación entre el gobierno local y la comunidad a través de políticas y estrategias de comunicación.
Atención a las necesidades prioritarias de la comunidad.	La comunidad no participa en la toma de decisiones, es decir, las obras que realiza el gobierno parroquial no han sido desde la necesidad de la comunidad sino desde lo que piensa la comunidad, esto no hace que las obras que realiza el gobierno parroquial sean negativas, sino que no son prioritarias.	Conocer de cerca las necesidades prioritarias de la comunidad, a través de encuentros comunicacionales entre la comunidad y el gobierno parroquial.

<p>Informar a la comunidad sobre la gestión del gobierno local.</p>	<p>El gobierno local no informa sobre su gestión a la comunidad, lo que le atribuye una imagen negativa a su gestión.</p>	<p>Crear un medio de comunicación local para poder informar sobre las actividades de la organización a la comunidad. Crear momentos comunicacionales en donde se informe sobre las actividades del gobierno local.</p>
<p>Hay iniciativas importantes dentro de la comunidad como la conformación de un grupo de jóvenes, sin embargo, la institución no ha evidenciado esta iniciativa.</p>	<p>La comunidad no cuenta con espacios y momentos comunicacionales en donde pueda expresarse.</p>	<p>El gobierno parroquial debería incentivar los momentos y espacios comunicacionales para que la comunidad pueda expresarse y sentirse incluida.</p>
<p>La comunidad necesita expresar sus necesidades.</p>	<p>La comunidad no expresa sus necesidades prioritarias al gobierno parroquial.</p>	<p>El gobierno parroquial debería generar espacios en donde la comunidad exprese sus necesidades prioritarias para que pueda trabajar en ellas.</p>

Elaborado por: Johanna Andagoya y Melina Silva

CAPÍTULO IV

PROPUESTA DEL DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DEL DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN EN EL GOBIERNO AUTÓNOMO DE LA PARROQUIA

4.1 Denominación de la Propuesta

“Diseño e Implementación del Departamento de Comunicación en el Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquial Rural de Guayllabamba”.

4.2 Introducción

El Gobierno Parroquial de Guayllabamba es una institución pública que se encarga de gobernar a la comunidad guayllabambeña. Después de las investigaciones realizadas se propone el proyecto del diseño e implementación del departamento de comunicación en esta institución.

Este proyecto está basado en un respectivo marco teórico, del mismo modo es el resultado de los diagnósticos comunicacionales realizados a la comunidad de Guayllabamba y al Gobierno Parroquial.

El Departamento de Comunicación, ajustará su eje de acción a las normas, objetivos, políticas y valores del gobierno parroquial, para obtener un plan de comunicación que fortalezca la gestión de la organización.

El proyecto consta del diseño, planificación, ejecución y evaluación. La propuesta se realizará en un periodo de seis meses. El presidente del Gobierno Parroquial ha autorizado su ejecución mediante una solicitud emitida por el equipo tesista. El presupuesto del proyecto será otorgado por la misma institución.

Los resultados del proyecto serán a largo plazo, ya que se requiere de tiempo para que se desarrolle.

Se espera que este proyecto sirva como un modelo de aplicación de la comunicación en las organizaciones gubernamentales de la ruralidad del Ecuador.

4.3 Descripción de la propuesta

Este proyecto se plantea como una solución a los problemas comunicacionales detectados a través del diagnóstico comunicacional en el Gobierno Parroquial de Guayllabamba, por lo que se propone la creación de un Departamento de Comunicación en dicha institución.

Este Departamento de Comunicación principalmente cumple con el propósito de crear condiciones necesarias para el logro de los objetivos del Plan Institucional del Gobierno Parroquial.

El proyecto está diseñado según la realidad comunicación de la institución. Está conformado por las siguientes etapas; diseño, planificación, ejecución y evaluación, y tiene como objetivo que el Gobierno Parroquial de Guayllabamba cuente con un Departamento de Comunicación en su organigrama.

El departamento se fundamenta en políticas y estrategias de comunicación, y en un específico plan de comunicación interno y externo, que son el resultado de las necesidades de la organización, entendiendo que éstas pueden ir variando en el proceso de su ejecución.

El tiempo estimado para el diseño e implementación del Departamento de Comunicación es de un periodo de seis meses, sin embargo, los resultados de las actividades que realice el departamento serán a largo plazo.

El equipo de trabajo del proyecto son las que conforman el grupo tesista. La autorización del proyecto y el presupuesto están a cargo del Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Rural de Guayllabamba.

4.4 Análisis de Misión

El Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Rural de Guayllabamba es un gobierno autónomo, y se ajusta a las leyes del Estado que son de su competencia, como es el Código Orgánico de organización territorial y autonomía (COOTAD). La principal

función de esta institución es velar por el desarrollo de la comunidad guayllabambeña, por lo tanto existir una buena relación entre estos dos actores sociales.

Conocer la misión y visión de la institución es vital para la creación del departamento de comunicación porque permite conocer las metas y objetivos de la misma, y es en esa línea en la que establece el departamento su plan de comunicación, para cumplir principalmente las metas y objetivos de la institución.

El Gobierno Parroquial de Guayllabamba tiene como misión ser una Institución organizada y eficiente que gestiona, planifica y promueve el desarrollo de la parroquia articulando las necesidades básicas de la población en planes, programas y proyectos que son ejecutados con el apoyo de Entidades Gubernamentales, ONG y gracias a la participación ciudadana. El Gobierno Parroquial ha plasmado su visión en su plan operativo anual.

Esta misión hace referencia al desarrollo local, y para eso es necesaria la comunicación entre la comunidad y el gobierno parroquial, ya que si no existe esta relación no se podrá trabajar en las necesidades más importantes de la parroquia.

4.4.1 Análisis de la Visión

Del mismo modo que la misión, la visión permite direccionar el trabajo y las metas del Departamento de Comunicación.

El Gobierno Parroquial de Guayllabamba tiene como visión planificar, cumplir y promover el buen vivir a través de programas y proyectos, para toda la comunidad guayllabambeña, para lograr esto es importante la cercanía a la gente, esta visión refleja la responsabilidad que tiene la institución de mantener una óptima comunicación con la comunidad, ya que trabaja y se debe a la comunidad. Del mismo modo la institución tiene metas y objetivos institucionales, que se traduce en la comunicación interna.

El departamento de comunicación fundamentalmente promueve el logro de las metas de la institución, haciendo un plan de comunicación interna y externa.

4.5 Especificación de Problemas

Es importante establecer la visión, misión, objetivos de la institución y los problemas comunicacionales, para direccionar el plan de trabajo del departamento de comunicación.

Posterior al diagnóstico comunicativo situacional realizado en el Gobierno Parroquial de Guayllabamba, se logró detectar los siguientes problemas en la estructura comunicacional de la institución, tanto a nivel interno y externo; los mismos que van a permitir diseñar las acciones del plan de comunicación del Departamento de Comunicación.

El diagnóstico arrojó varios problemas y necesidades comunicacionales (Pueden ser vistos en el resultado de los diagnóstico, página 90 del presente trabajo), sin embargo, se ha resumido en dos problemas que a la vez se han convertido en los ejes y fundamentos de la creación del Departamento de Comunicación.

El primer problema y eje de este trabajo, consiste en la escasa comunicación dentro de la institución, ya que no cuentan con un plan estratégico de comunicación, ni con políticas y estrategias comunicativas, y mucho menos con un departamento específico de comunicación. Este problema es evidenciado en la comunicación interna, los miembros de la institución desconocen la visión y misión de la institución, las metas y objetivos. Por otra parte los integrantes de la institución no tienen una buena entre ellos y la comunicación es autoritaria y descendente en la institución.

El segundo problema y eje de este trabajo, se concentra en la comunicación externa, y radica en la escasa y negativa relación con la población; porque no existen momentos y espacios comunicacionales en donde la comunidad exprese sus necesidades y el gobierno parroquial exprese su gestión. El gobierno parroquial ha realizado importantes obras, pero estas no son las de mayor priorización para la población, según el diagnóstico realizado. Por otra parte, el gobierno parroquial no informa sobre su gestión a la comunidad, lo que le ha tribuido una imagen negativa entre los guayllabambeños.

4.6 Diseño del Departamento de Comunicación

El Departamento de Comunicación del Gobierno Parroquial de Guayllabamba fue diseñado desde los resultados de los diagnósticos realizados, se ajusta a la realidad comunicacional del gobierno parroquial y de la comunidad guayllabambeña, además el plan de comunicación de este departamento es específico a la realidad institucional y comunicacional del gobierno parroquial.

Como primer paso se realizará la ubicación del departamento y su institucionalidad. Posteriormente se hará un plan de comunicación para la planificación de las actividades.

4.6.1 Ubicación

Se realizará una petición al presidente de la parroquia para solicitarle la utilización de una oficina en desuso en el gobierno parroquial, para que sea el Departamento de Comunicación. Esta oficina se encuentra en el primer piso del edificio del gobierno parroquial, sus dimensiones son y esta equipada con muebles y enseres de oficina.

4.6.2 Política de Comunicación de la Institución.

La primera acción del departamento de comunicación será instaurar una política de comunicación para el gobierno parroquial, esta estará basada en los siguientes lineamientos que son el fundamento institucional y de planificación del gobierno parroquia:

1. Visión, misión, objetivos institucionales.
2. Plan de Ordenamiento Territorial de la parroquia de Guayllabamba.
3. Competencias del Gobierno Parroquial:
 - Gestión ambiental
 - Riego y drenaje
 - Infraestructuras y equipamiento, y espacios públicos en la parroquia.
 - Agua potable – servicio público
 - Alcantarillado- servicio público
 - Desechos sólidos- servicio público
 - Adoquinamiento

- Infraestructura para la salud
- Preservar, mantener y difundir el patrimonio cultural.

Política de Comunicación

“El Gobierno Autónomo Descentralizado utiliza a la comunicación como herramienta fundamental para su gestión, siendo el eje central de todos sus procesos para lograr el cumplimiento de las metas y objetivos institucionales y fundamentar al mismo tiempo la comunicación participativa en su público interno y externo”.

4.6.2 Misión y Visión

La misión y visión del Departamento de Comunicación es el resultado de los diagnósticos realizados, y de una reunión con los integrantes del Gobierno Parroquial, dando como conclusión lo siguiente

Misión

El Departamento de Comunicación es la instancia encargada de establecer los mecanismos y estrategias para generar y mantener la comunicación entre el Gobierno Parroquial y la Comunidad.

Visión

El Departamento de Comunicación del gobierno parroquial de Guayllabamba se consolidará como el centro especializado de producción y divulgación de informaciones sobre el quehacer de la institución, y las necesidades de la comunidad, con el fin de ser parte del organigrama de la organización independientemente del gobierno de turno.

4.6.3 Objetivos del Departamento de Comunicación

Objetivo General:

Apoyar al eficiente funcionamiento y el logro de las metas del Gobierno Autónomo Descentralizado, fortaleciendo y mostrando su imagen de credibilidad y confianza, tanto a nivel interno como externo.

Objetivos específicos:

- Generar estrategias comunicacionales que apoyen al crecimiento y proyección del Gobierno Parroquial de Guayllabamba.
- Diseñar procesos comunicativos que permitan el afianzamiento entre sus públicos internos y externos.
- Fortalecer la identidad organizacional.

4.6.4 Beneficiarios

Con la implementación del Departamento de Comunicación, los beneficiarios más inmediatos son los integrantes de la institución o público interno. También se presentan como beneficiarios directos la comunidad o público externo.

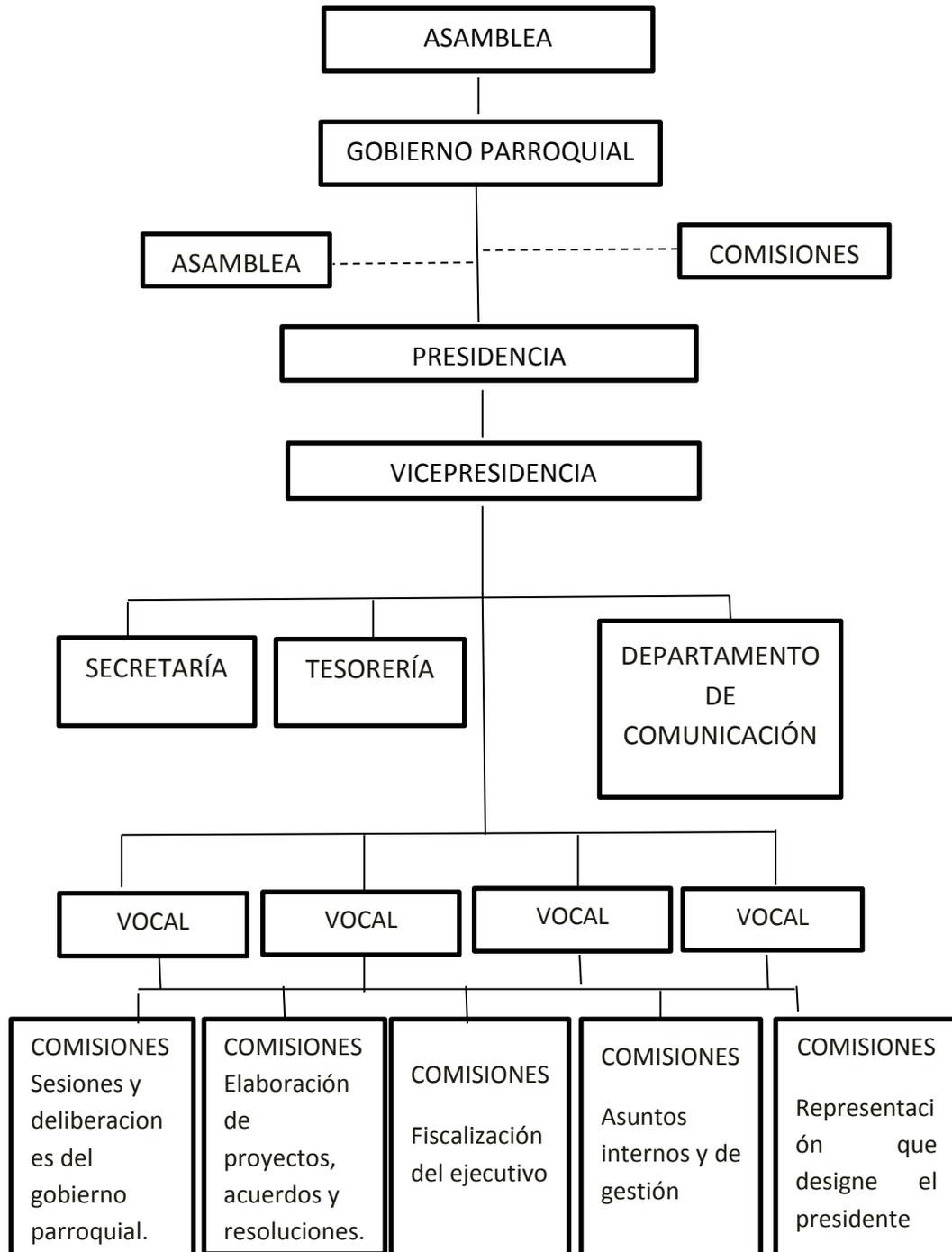
En cuanto a los beneficiarios indirectos, son las instituciones homologas al Gobierno Parroquial, porque tendrán un modelo de implementación de un departamento de comunicación.

4.6.8 Estructura del departamento

Siguiendo la estructura organizativa, ya establecida en el Gobierno Parroquial, el Departamento de Comunicación se estructura de la siguiente manera.

Figura 32: Organigrama de la institución

Organigrama General del Gobierno Parroquial



Elaborado por: Johanna Andagoya y Melina Silva

4.6.8.1 Recursos

Recursos Materiales

De acuerdo a las necesidades del Departamento de Comunicación según el equipo de trabajo y a las investigaciones realizadas, el departamento requiere:

- Dos computadoras
- Una impresora
- Una cámara fotográfica y de video

Recursos Económicos

- El recurso económico de este departamento depende del Gobierno Parroquial de Guayllabamba, ya que esta institución es autónoma y descentralizada, y está en la libertad de agregar los departamentos que crea pertinente para su gestión. El GAD ha estimado un presupuesto de \$ 3.000 dólares para la implementación y funcionamiento de este departamento, mismo que provienen del presupuesto participativo anual.

Infraestructura Física

La oficina que ocupará el Departamento de Comunicación en el gobierno parroquial era una oficina en desuso, que se encontraba equipada con enseres y muebles de oficina.

Descripciones generales

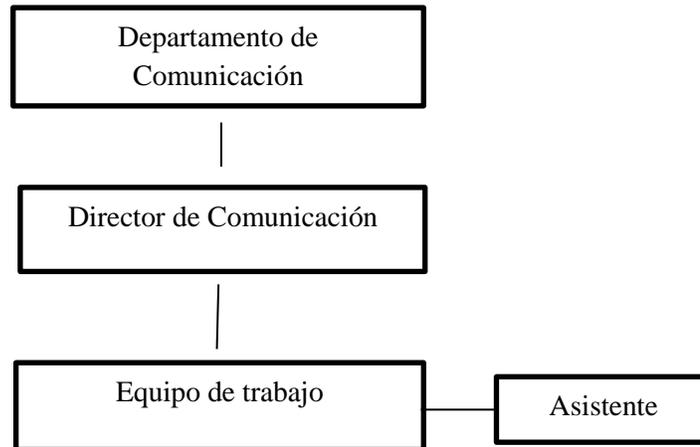
- La oficina está ubicada en la primera planta, posee las dimensiones de
- Tomas eléctricas
- Anaqueles
- Escritorios
- Sillas

Talento Humano

- Director de Comunicación
- Equipo de trabajo

4.6.8.1 Organigrama específico del Departamento de Comunicación

Figura 33: Organigrama del Departamento de Comunicación



Elaborado por: Johanna Ansagoya y Melina Silva

La estructura del Departamento de Comunicación estará conformada por un director o jefe de Comunicación, quien tendrá a su cargo un equipo de trabajo. Los mismos deben poseer un perfil profesional acorde a los objetivos del GAD y los planteados por el departamento, a las funciones asignadas a cada uno y a las principales necesidades que atraviesa la entidad.

Dependiendo del funcionamiento y del desarrollo de las actividades del departamento de comunicación se irá implementando más talento humano si fuera necesario.

4.6.8.2 Perfil, requisitos y funciones del Director de Comunicación

El Director de Comunicación como primera instancia debe ser un profesional de comunicación, contar con la capacidad de liderazgo y planificación estratégica de comunicación.

Funciones del Director de Comunicación del Gobierno Parroquial de Guayllabamba

El director deberá lograr en la ejecución de su trabajo que las actividades del departamento se centren en:

- Un cambio de actitudes
- Generar procesos que permitan la retroalimentación de la comunicación.

Dentro de la institución las funciones del director son:

- Creación y determinación de proyectos para la entidad.
- Asesoramiento y apoyo frecuente a sus colaboradores.
- Conocer a fondo la situación actual de la institución elaborar comunicados sobre esta y sus posibles proyecciones.
- Mantener una estrecha relación con el presidente de la parroquia.
- Mantener una excelente relación con los miembros de la institución.
- Proporcionar asesoría al presidente, vicepresidente y vocales dentro del ámbito de comunicación
- Fomentar y explicar a los miembros de la institución sobre la importancia de la comunicación y el departamento de comunicación.
- Creación y coordinación del Plan de Comunicación.
- Aprobar y autorizar mediante el consentimiento del poder ejecutivo y legislativo del gobierno parroquial la emisión de información

4.6.8.3 Denominación y funciones del equipo de trabajo

El equipo de trabajo es el grupo de personas conformado en este caso por el director de comunicación y una persona mas, debido a que las funciones del departamento de comunicación están iniciando y no son tan extensas para un grupo mayor de trabajo. El personal de trabajo de este departamento asistirá los días necesarios, ya que no se requiere los siete días laborales.

Requisitos y funciones del equipo de trabajo

- El equipo de trabajo debe ser un personal profesional en comunicación.
- Debe encargarse de realizar todas las actividades que requieran las políticas, estrategias y plan de comunicación.
- Deben ajustarse a las necesidades y requerimientos del Departamento de Comunicación.
- Deberán ser participativos y aportan con ideas.

Asistentes o Pasantes

Deberán tener una actitud de colaboración y entusiasmo de aprender, en todo lo que requiere el departamento de comunicación.

4.6.8.3 Funciones del Departamento de Comunicación

- Diseñar las políticas de comunicación, al mismo tiempo diseñar las estrategias de comunicación interna y externa, y asegurarse de su divulgación.
- Diseñar, planificar y ejecutar un plan de comunicación interno y externo para el Gobierno Parroquial.
- Diseñar estrategias de comunicación interna para mejorar el clima laboral de la organización.
- Implementar medios de comunicación internos para fomentar y mantener la comunicación entre los miembros de la institución.
- Fomentar la integración y participación de todo el personal interno, mediante actividades para reforzar el clima laboral.
- Informar al público interno y externo sobre las actividades que realiza el gobierno parroquial, a través de medios de comunicación.
- Generar y mantener espacios y momentos comunicacionales con los públicos internos y externos para informar sobre la gestión del Gobierno Parroquial, y conocer las necesidades de los públicos internos y externos.
- Elaborar un plan de comunicación anual del Gobierno Parroquial de Guayllabamba.

- Aplicar una auditoria anual de comunicación.
- Comunicar y enseñar a comunicar.
- Diseñar las estrategias de comunicación.
- Presentar las necesidades de comunicación que tiene el Gobierno Parroquial para que los directivos generen recursos para satisfacer dichas necesidades.
- Asesor y facilitador con sus colaboradores del Departamento de Comunicación.
- Aprobar y autorizar mediante el consentimiento del poder ejecutivo y legislativo del gobierno parroquial la emisión de información.
- Gestionar la relación con otro gobierno parroquial.
- Ser la voz de los grupos de interés o stakeholders.
- Presentar los beneficios de las nuevas tecnologías de comunicación como las TICS para la gestión del Gobierno Parroquial.
- Informar sobre los avances y actividades del Departamento de Comunicación.

4.7 Plan de Comunicación

El plan de comunicación esta diseñado con base a los resultados de los diagnósticos realizados. Este plan esta consituido por la comunicación interna y externa. Las políticas y estrategias de comunicación interna y externa responden a las necesidades comunicacionales de la organización. Este plan irá cambiando y añadiendo más actividades, de acuerdo a los nuevos requerimientos del gobierno parroquial.

4.7.1 Políticas de Comunicación

Políticas de Comunicación Interna

La comunicación interna debe ser horizontal y de dialogo, todos los integrantes de la institución deben participar en los procesos comunicativos.

Políticas de Comunicación Externa

La comunicación externa se basará en una comunicación de diálogo, horizontal y participativa con la comunidad.

4.7.2 Ejes del Plan de Comunicación

De acuerdo al diagnóstico realizado se evidenció las necesidades comunicacionales del gobierno parroquial en las que se trabajarán, sin embargo, este proyecto se enfocará en las necesidades comunicacionales más urgentes, que son:

Comunicación Interna

- Mejorar las relaciones interpersonales y grupales al interior de la institución.
- Informar a los integrantes de la institución las actividades de la organización, para que se conviertan en voceros de las mismas.

Comunicación Externa

- Generar y mantener una buena relación entre la comunidad y el gobierno parroquial.
- Informar a la comunidad sobre las actividades de la institución.
- Informar al gobierno parroquial sobre las necesidades de la comunidad.

4.7.2.1 Estrategias de Comunicación

A cada uno de estos ejes u objetivos se plantea una estrategia de comunicación.

Comunicación Interna

- Realizar momentos comunicacionales en el gobierno parroquial.
- Información periódica sobre las actividades que realiza el gobierno parroquial a los integrantes de la misma.

Comunicación Externa

- Realizar momentos comunicacionales entre la comunidad y el gobierno parroquial.
- Información periódica sobre las actividades que realiza el gobierno parroquial a la comunidad.
- Generar espacios comunicacionales para que la comunidad informe sus necesidades al gobierno parroquial y participe en la toma de decisiones.

4.7.3 Plan de Comunicación Interno

Tabla 9: Plan de Comunicación Interna

PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA								
Políticas de comunicación	Estrategias de comunicación	Objetivos a corto plazo	Objetivos a mediano plazo	Objetivos a largo plazo	Acciones	Fecha	Seguimiento	Evaluación
La comunicación interna debe ser participativa y de diálogo, evitando la comunicación descendente, todos los integrantes deben participar en los procesos participativos.	Realizar momentos y espacios comunicacionales en el Gobierno Parroquial.	Generar un óptimo ambiente laboral, incentivar a la comunicación participativa entre los integrantes del Gobierno Parroquial. Informar sobre las actividades de la organización a sus miembros.	Mejorar las relaciones de los integrantes de la institución. Mejorar la imagen de la institución entre los integrantes de la misma. Medios de comunicación internos.	La participación de los integrantes de la organización, en los procesos de la misma, a través de ideas y propuestas, sobre todo el poder legislativo (vocales) Comunicación efectiva, inherente a todos los procesos de la organización. Los integrantes de la organización se conviertan en voceros	-Realizar reuniones semanales con los integrantes de la organización - realizar un mix de comunicación interna. -Informar a los integrantes de la organización sobre las funciones del G.P.	Las actividades se realizarán en una planificación de corto, medio y largo plazo, arrancando desde el mes de agosto, se estima realizar las actividades de corto plazo	Todas las actividades deben cumplirse de acuerdo al plan establecido y serán registradas por el Departamento de Comunicación.	La evaluación se realizará a través de métodos de evaluación como encuestas, entrevistas y diagnósticos, en el tiempo para cada acción.

4.7.4 Plan de Comunicación Externa

Tabla 10: Plan de Comunicación Externa

PLAN DE COMUNICACIÓN EXTERNA								
Políticas de comunicación	Estrategias de comunicación	Objetivos a corto plazo	Objetivos a mediano plazo	Objetivos a largo plazo	Acciones	Fecha	Seguimiento	Evaluación
La política de comunicación externa se basa en la información de la gestión del gobierno parroquial a la comunidad y otros públicos externos, como instituciones homólogas, para lograr un diálogo y una comunicación participativa entre la organización y los públicos externos.	Realizar momentos comunicacionales entre la comunidad y el gobierno parroquial. Informar periódicamente las actividades del gobierno parroquial al público externo.	Generar una relación y comunicación participativa entre el Gobierno Parroquial y la comunidad. Informar sobre las actividades de la organización a la comunidad. Que la comunidad exprese sus necesidades	Comunicación participativa entre la comunidad y el Gobierno Parroquial. Apoyo de otras instituciones para la realización de obras en la parroquia.	Que la comunidad participe en los procesos sociales de la parroquia conjuntamente con el gobierno parroquial. Que los públicos externos tengan una imagen positiva y apoyo al gobierno parroquial.	Realizar reuniones en el GAD para conocer las necesidades de la comunidad, y para que esta se entere de la gestión del gobierno parroquial. Realizar eventos culturales en la parroquia para fomentar la relación y comunicación entre estos dos actores. Crear medios de comunicación	Las actividades se realizarán en una planificación de corto, medio y largo plazo, arrancando desde el mes de agosto. Iniciando o por los primeros seis meses.	Todas las actividades deben cumplirse de acuerdo al plan establecido y serán registradas por el Departamento de Comunicación.	La evaluación se realizará a través de métodos de evaluación como encuestas, entrevistas y diagnósticos, en el tiempo plazo para cada acción.

Elaborado por: Johanna Andagoya y Melina Silva

4.7.5 Planificación de las Actividades

Tabla 11: Planificación de Actividades

	Actividades	Recursos Materiales	Presupuesto	Responsable
1	Crear el equipo de trabajo: el equipo de trabajo.	Talento humano		
2	Ocupar la oficina en desuso para el departamento de comunicación.	Equipo de trabajo		Equipo de trabajo
3	Equipar el departamento de comunicación con muebles y enseres.	Muebles y enseres	\$200	Equipo de trabajo
4	Equipar la oficina con materiales tecnológicos	Los equipos que se van a usar son equipos en desuso, lo único que se va a comprar es una cámara de video y fotografía.	\$500	Equipo de trabajo

5	Institucionalizar el Departamento de Comunicación.	Equipo de trabajo		Equipo de trabajo
6	Realizar las estrategias, políticas y plan de comunicación	Equipo de trabajo		Equipo de trabajo
7	Poner en funcionamiento el Departamento de Comunicación.	Equipo de trabajo		Equipo de trabajo
8	Documentar la información de las actividades que realiza el gobierno parroquial para ser sistematizadas y difundidas.	Equipo de trabajo		Departamento de Comunicación.

	Actividades Comunicación Interna			
1	Instaurar las estrategias y políticas de comunicación.			Departamento de Comunicación
2	Realizar el plan de comunicación interno y externo.			Departamento de Comunicación
3	Realizar reuniones con los integrantes del GAD.	Talento humano y recursos materiales	\$200	Departamento de Comunicación
4	Recopilar la información existente del GAD, para ser sistematizada y publicada en un eventual medio de comunicación.			Departamento de Comunicación

	Actividades Comunicación Externa			
1	Realizar reuniones entre el gobierno parroquial y la comunidad.	Hojas, esferos, refrigerio.	\$20	Departamento de Comunicación.
2	Realizar un volante informativo.	Información del GAD sistematizada, impresiones. Se requieren 10,000	\$ 300	Departamento de Comunicación.
3	Realizar encuentros culturales en el parque de los Guambras.	Sonido, refrigerios.	\$ 80	Departamento de Comunicación.
4	Realizar encuentros de cines para los niños en el fórum del Gobierno Parroquial.	Refrigerios, sonido, equipos tecnológicos.	\$ 20	Departamento de Comunicación.
5	Crear una página web institucional.	Diseñados gráfico, programador.	\$ 1,200	Departamento de Comunicación.
5	Crear un medio de comunicación para la parroquia. Revista	Diseñador gráfico, e impresiones.	\$2,000	Departamento de Comunicación.

Elaborado por: Johanna Andagoya y Melina Silva

4.7.6 Cronograma de las Actividades

Tabla 12: Cronograma de actividades

Cronograma de Actividades							
	ACTIVIDADES	Corto Plazo	Mediano Plazo	Largo Plazo	Fecha de inicio	Fecha de finalización	Plazo para el cumplimiento de la meta
1	Crear el equipo de trabajo: el equipo de trabajo.				1 de agosto del 2013	5 de agosto del 2013	10 de agosto del 2013
2	Ocupar la oficina en desuso para el departamento de comunicación.				6 de agosto del 2013	9 de agosto del 2013	15 de agosto del 2013
3	Equipar el departamento de comunicación con muebles y enseres.				12 de agosto del 2013	16 de agosto del 2013	20 de agosto del 2013
4	Equipar la oficina con materiales tecnológicos				21 de agosto del 2013	23 de agosto del 2013	30 de agosto del 2013

5	Institucionalizar el Departamento de Comunicación.				26 de agosto del 2013	31 de agosto del 2013	10 de septiembre del 2013
6	Realizar las estrategias, políticas y plan de comunicación				2 de septiembre del 2013	6 de septiembre del 2013	10 de septiembre del 2013
7	Poner en funcionamiento el Departamento de Comunicación.				9 de septiembre del 2013		15 de septiembre del 2013
8	Documentar la información de las actividades que realiza el gobierno parroquial para ser sistematizadas y difundidas.				10 de septiembre del 2013	20 de septiembre del 2013	25 de septiembre del 2013

9 Actividades Comunicación Interna							
10	Realizar reuniones semanales entre los miembros de la institución.				4 de octubre del 2013	12 de octubre del 2013	15 de octubre del 2013
11	Creación de cartelera				8 de octubre del 2013	11 de octubre del 2013	20 de octubre del 2013
12	Creación de volantes informativos				29 de octubre del 2013	6 de noviembre del 2013	15 de noviembre del 2013
13	Utilización de las Tics Facebook, twiter, página web, intranet				2014		
14	Realizar reuniones informales entre los miembros de la institución.				19 de octubre del 2013	31 de octubre del 2013	15 de noviembre del 2013

Actividades Comunicación Externa							
1	Realizar reuniones entre el gobierno parroquial y la comunidad.				9 noviembre del 2013	16 de noviembre del 2013	23 de noviembre del 2013
2	Realizar un volante informativo.				29 de octubre del 2013	6 de diciembre del 2013	15 de diciembre del 2013
3	Realizar encuentros culturales en el parque de los Guambras.				24 de noviembre del 2013	15 de diciembre del 2013	31 de diciembre del 2013
4	Realizar encuentros de cines para los niños en el fórum del Gobierno Parroquial.				15 diciembre del 2013		
5	Crear una página web institucional.						2014

Elaborado por: Johanna Andagoya y Melina Silva

4.7 Presupuesto

Presupuesto del Departamento de Comunicación

Tabla 13: Presupuesto del Proyecto

Presupuesto Asignado por el Gobierno Parroquial	\$ 3.000
Equipo tecnológico	\$ 2.000
Talento Humano	\$ 2.500
Equipos de Comunicación	\$ 3.000
Productos Comunicativos	\$ 3.000
Total	\$ 10.000

Elaborado por: Johanna Andagoya y Melina Silva

Se estima que para la creación de un Departamento de Comunicación de Comunicación es necesario el monto de 10, 000 dólares, sin embargo, esto depende de la realidad económica de la institución y su proyecto institucional. Para esta propuesta se ha destinado el monto de \$ de 3,000 reactivamente al presupuesto y proyecto institucional del Gobierno Parroquial de Guayllabamba.

4.8 Ejecución y Evaluación

Tabla 14: Planificación y Evaluación

	Actividades	Cronograma	Ejecución	Aplicación	Evaluación	Observaciones
1	<p>Crear el equipo de trabajo: el equipo de trabajo.</p> <p>Directora de Comunicación-</p>	<p>CORTO PLAZO/PRIMERA ETAPA</p>	EJECUTADO	<p>Los integrantes del equipo son el grupo tesista conformado por Johanna Andagoya, Melina Silva.</p> <p>Directora de Comunicación Johanna Andagoya.</p> <p>Equipo de trabajo Melina Silva y Diana Rivera, pasante del colegio Guayllabamba.</p>	<p>Los integrantes del departamento de comunicación son personas calificadas y profesionales de la comunicación .</p>	<p>Para la apertura de este Departamento inicialmente se parte con este grupo de trabajo. Se estima que cuando el departamento este consolidado, y si las funciones y actividades del mismo las requieren, se aumentará el número del equipo de trabajo. Y también se requerirá de pasantes. Por el momento según las actividades y funciones del departamento, equipo conformado es suficiente.</p>

2	Ocupar la oficina en desuso para el departamento de comunicación.	CORTO PLAZO/ PRIMERA ETAPA	EJECUTADO	El departamento de Comunicación está ubicado en el primer piso del Gobierno Parroquial de Guayllabamba, tiene la dimensión de	La oficina es espaciosa y acorde a las necesidades del departamento de Comunicación.	La oficina está se ajusta perfectamente a las necesidades del Departamento de Comunicación, si las funciones y requerimientos del departamento de comunicación aumentarán, se proyectaría en el futuro a la obtención de otra oficina.
3	Equipar el departamento de comunicación con muebles y enseres.	CORTO PLAZO/ PRIMERA ETAPA	EJECUTADO	El Departamento de Comunicación cuenta con los muebles y enseres de oficina necesarios.	La oficina está bien equipada.	El Departamento de comunicación está perfectamente y necesariamente equipado.

4	Equipar la oficina con materiales tecnológicos	CORTO PLAZO/ PRIMERA ETAPA	EJECUTADO	El Departamento de Comunicación cuenta dos computadoras, 1 impresora, un teléfono, y una cámara video y de fotografía.	Los recursos tecnológicos con los que cuenta el Departamento de Comunicación son los necesarios para el inicio de gestión. La cámara es el único equipo tecnológico que se compró.	Conforme a la gestión y avance del Departamento de Comunicación
5	Institucionalizar el Departamento de Comunicación.	CORTO PLAZO/ PRIMERA ETAPA	EJECUTADO	El Departamento de Comunicación cuenta con su visión y misión, y objetivos.	La visión, misión y los objetivos del D.C van de acuerdo al plan institucional de la organización.	El departamento de Comunicación es un departamento independiente y valorado en la institución.

6	Realizar las estrategias, políticas y plan de comunicación	CORTO PLAZO/ PRIMERA ETAPA	EJECUTADO	El departamento de comunicación está funcionando en base a estas políticas de evaluación.	Las estrategias, políticas y plan de comunicación se ajustan al plan institucional, por lo que ayudan al cumplimiento de los objetivos de la institución.	Las estrategias, políticas, y plan de comunicación han sido elaboradas para la realidad del Gobierno Parroquial.
7	Poner en funcionamiento el Departamento de Comunicación.	CORTO PLAZO/ PRIMERA ETAPA	EJECUTADO	El Departamento de comunicación ha funcionado desde el mes de Septiembre del 2013, está en funcionamiento 4 meses.	El Departamento de comunicación ha funcionado correctamente según el plan establecido.	

8	Documentar la información de las actividades que realiza el gobierno parroquial para ser sistematizadas y difundidas.	CORTO PLAZO/ PRIMERA ETAPA	EJECUTADO	El departamento tiene una base de información en una de las computadoras, la documentación pertenece a las actividades y comunicados del Gobierno Parroquial que esta sistematizada y organizada.	El Director de Comunicación conjuntamente con el poder ejecutivo y legislativo de la organización ha revisado la información sistematizada y organizada lista para ser difundida. El Departamento de comunicación documenta y registra todas las actividades de la institución, mediante una noticia y fotografías, mismas que realizan el equipo de trabajo.	Para cubrir las actividades de la institución, el departamento de Comunicación realiza una agenda para asistir a los eventos más importantes y cuando no puede asistir el presidente o miembros de la institución brindan la información.
---	---	-------------------------------	-----------	---	--	---

Actividades Comunicación Interna						
1	Realizar reuniones semanales entre los miembros de la institución.	MEDIANO PLAZO	EJECUTADO	Las reuniones entre los miembros de la institución se han realizado una vez a la semana, específicamente los días sábado. Los integrantes de la organización se informan sobre las actividades que realiza el gobierno parroquial, y se tratan asuntos importantes de la organización, los miembros de la organización también expresan sus inquietudes y propuestas.	Los integrantes de la institución conocen las actividades de la organización. Son más proactivos. Los resultados de esta actividad se verán en un periodo de mediano plazo.	Estas reuniones se realizan los días jueves, porque ese es el día que los integrantes de la institución pueden asistir todos. Se realizan a las 17h00, y tiene una duración de una hora.

2	Creación de cartelera	CORTO PLAZO/ PRIMERA ETAPA	EJECUTADO	La cartelera se ha realizado con éxito, la información se publica todos los lunes.	La cartelera informa a los integrantes de la organización y la comunidad que va al Gobierno Parroquial.	La Cartelera tiene una dimensión de 3 metros por 1 metros.
3	Creación de volantes informativos	CORTO PLAZO/ PRIMERA ETAPA	EJECUTADO	Los volantes informativos son el medio de comunicación que se ajusta a la realidad y presupuesto de la institución según el diagnóstico realizado. El volante ha sido realizado desde el mes de noviembre, y se realiza cada mes, hasta el momento se han realizado 3 volantes informativos.	Los miembros de la institución se encuentran informados sobre las actividades del gobierno parroquial.	El volante tiene una dimensión de 5 x 8 centímetros. Se recopila la información del mes y se elabora el volante el final de cada mes para ser repartido los primeros días del siguiente mes.

	Utilización de las Tics Facebook, twiter, página web, intranet	LARGO PLAZO		Se estima en el segundo trimestre del proyecto se pueda implementa r el uso de las TICS.		
	Realizar reuniones informales entre los miembros de la institución.	MEDIANO PLAZO		Se estima realizar estas reuniones informales en feriados.		

Actividades Comunicación Externa						
	Realizar reuniones entre el gobierno parroquial y la comunidad.	CORTO PLAZO/ PRIMERA ETAPA	EJECUTADO	Las reuniones están planificadas a realizarse una vez por mes, pero la primera se realizó en noviembre, y diciembre. Esta reunión convoca a las fuerzas vivas de la parroquia a la comunidad en general para informar sobre las actividades de la organización, y escuchar las necesidades de la comunidad.	En los dos encuentros realizados, se ha notado la poca participación de la comunidad. Se ha tenido la asistencia más que de quince personas. Por lo tanto los resultados de esta actividad tomaran un trimestre más.	Las reuniones se realizan los sábados porque es el día que la población puede asistir según el gobierno parroquial. La hora es a las 15h00 hasta las 16h00 en el fórum del gobierno parroquial.

2	Realizar un volante informativo.	CORTO PLAZO/ PRIMERA ETAPA	EJECUTADO	<p>Los volantes informativos son el medio de comunicación que se ajusta a la realidad y presupuesto de la institución según el diagnóstico realizado. El volante ha sido realizado desde el mes de noviembre, y se realiza cada mes, hasta el momento se han realizado 3 volantes informativos.</p> <p>Los volantes se reparten en los momentos y espacios públicos, además de las casas comunales de cada barrio, para que sean repartidos.</p>	<p>La comunidad y el público externo se informan sobre las actividades que realiza el gobierno parroquial. Sin embargo, mantener la informada a toda la parroquia, y sus resultados serán a largo plazo.</p>	<p>El volante tiene una dimensión de 5 x 8 centímetros. Se recopila la información del mes y se elabora el volante el final de cada mes para ser repartido los primeros días del siguiente mes.</p>
	Realizar encuentros culturales en el parque de los Guambras.	CORTO PLAZO / PRIMERA ETAPA	EJECUTADO	<p>Se han realizado eventos culturales en el parque de los guambras para fomentar la comunicación y buena relación entre la comunidad y la institución.</p>	<p>Los eventos culturales realizados han sido muy acogidos por la comunidad.</p>	<p>Se realizan los eventos culturales una vez al mes, en el parque de los guambras a las 15h00 por la afluencia de gente.</p>

	Realizar encuentros de cines para los niños en el fórum del Gobierno Parroquial.	MEDIANO PLAZO	NO EJECUTADO	Los resultados de esta actividad se evidenciaran a largo plazo, se estima que en el segundo trimestre del proyecto.		
	Crear una página web institucional.	LARGO PLAZO	NO EJECUTADO	Los resultados de esta actividad se evidenciaran a largo plazo, se estima que en el tercer trimestre del proyecto.		
	Crear un medio de comunicación para la parroquia. Revista	LARGO PLAZO	NO EJECUTADO	Los resultados de esta actividad se evidenciaran a largo plazo, se estima que en el tercer trimestre del proyecto.		

Elaborado por: Johanna Andagoya y Melina Silva

4.9 Informe Financiero: la creación de este departamento costo \$1800,00, mismos que pago el Gobierno Parroquial, ya que se usaron oficinas y equipos en desuso dentro de la institución. En los cuadros de planificación de actividades se encuentra detalladamente el costo de cada actividad y de sus respectivos recursos.

4.10 Evaluación general de la ejecución del proyecto

Hasta el momento las actividades planificadas se han realizado con cabalidad, es notorio un cambio de actitud en los miembros de la institución, no se ha logrado erradicar los problemas de comunicación, pero estamos concientes que este solo es el principio de un largo camino. El camino recorrido ha sido muy importante y significativo, pues ahora el Gobierno Parroquial de Guayllabamba ya cuenta con un Departamento de Comunicación. La relación entre la comunidad y la institución esta generándose a través de las actividades de encuentro que realiza el DC, esta esta en construcción, es notable según sondeos que la imagen del Gobierno Parroquial esta mejorando. La comunidad ha expresado sus necesidades aunque no en su totalidad porque algunos presidentes de los barrios no asisten a las reuniones para tratar estos temas. En general la evaluación de este proyecto será a largo plazo, mientras tanto seguimos trabajando con el Departamento de Comunicación y su plan.

CONCLUSIONES

- Las investigaciones y diagnósticos realizados demostraron la realidad en la que se iba a trabajar, identificando que el Gobierno Parroquial no utilizaba a la comunicación como herramienta para su gestión, este hecho se había dado por vario motivos, entre ellos, el desconocimiento de la importancia de la comunicación en los gobiernos locales, la falta de una persona o departamento especializado en la comunicación y el escaso presupuesto. En este contexto el gobierno parroquial estaba enfrentando varios problemas comunicacionales tanto con los integrantes de la institución como con la comunidad.
- La comunidad de Guayllabamba no cuenta con un plan de comunicación comunitaria, es decir, con proyectos de comunicación participativa y popular, medios de comunicación comunitarios, espacios para la comunicación, etc. Las razones de esta realidad son por falta de interés de la población sobre este tema, del mismo modo las autoridades de la parroquia no generan la comunicación.
- Frente a los dos puntos anteriores, se planteo la creación de un Departamento de Comunicación en el Gobierno Parroquial de Guayllabamba para que mediante un plan de comunicación se utilizará a la comunicación como herramienta fundametal para la gestión del gobierno parroquial.
- La creación del Departamento de Comunicación en el gobierno parroquial ha significado un punto clave para su gestión, ya que esta presente en todas las actividades que realiza esta para documentarlas.
- El plan de comunicación ha sido ejecutado exitosamente, pero ha sufrido algunas variaciones según las circunstancias dadas.
- Se ha fomentado notablemente la comunicación participativa en la institución.
- En un principio se identificó flujos de comunicación descendente y autoritaria, gracias al plan de comunicación del D.C, la comunicación poco a poco se vuele horizontal y de diálogo.
- El presidente de la parroquia y los integrantes de la institución han reconocido la importancia de la comunicación para su gestión y la comunidad, valorando el

trabajo del Departamento de Comunicación y aportando con ideas y propuestas al desarrollo de la misma.

- La comunidad ha respondido favorablemente a las actividades comunicacionales que realiza el Departamento de Comunicación.
- Los problemas más urgentes que el D.C debía atender han sido abordados, sin embargo, no han sido eliminados completamente, los resultados se verán en un largo plazo.
- La relación entre el gobierno parroquial y la comunidad no ha mejorado significativamente, ya que el rumor es una fuerte forma de comunicación en la parroquia, lo que ha generado una mala imagen de la institución; la cual es muy marcada, y cambiar esta realidad será el resultado de un largo proceso.
- Han surgido nuevas necesidades y problemas comunicacionales que se tienen que atender.
- Se ha tratado de efectuar un gasto mínimo en el presupuesto del D.C, para que pueda alcanzar para los siguientes meses.
- Los miembros de Gobierno Parroquial tienen muchas expectativas sobre el funcionamiento del Departamento de Comunicación.
- El Gobierno Parroquial apoya notablemente al Departamento de Comunicación.
- El Departamento de Comunicación hasta el momento ha funcionado de acuerdo al plan de comunicación establecido.
- Los resultados del proyecto se verán a largo plazo, pues este proyecto tiene un alcance a largo plazo, se estima que un periodo de un año.

RECOMENDACIONES

- Luego del respectivo análisis de los hallazgos determinados en esta investigación, se aportan las siguientes recomendaciones:
- El Departamento de Comunicación debe estar instaurado en el organigrama del Gobierno Parroquial para que siga funcionando independientemente de los cambios de gobierno.
- Se requiere la pronta implementación del internet como herramienta o canal de comunicación y de trabajo, con acceso para todos los empleados del gobierno parroquial. De manera simultánea debe crearse una página web, y la utilización de las redes sociales.
- La comunidad debe enterarse que existe un departamento de Comunicación, para que se apropie de este, y se genere una relación entre el departamento y la comunidad, así la comunidad se sentirá incluida, participará y será parte de todos los procesos del departamento de comunicación.
- Es urgente crear un medio de comunicación local, según lo resultados del diagnóstico debería ser una revista impresa, que se publique una vez al mes, para el coste de este medio se debe pedir la colaboración de instituciones públicas y privadas y el apoyo de la comunidad.
- El Departamento de Comunicación debe generar recursos económicos para implementar más equipos y lograr implementar proyectos comunicativos en la comunidad.

LISTA DE REFERENCIAS

- Alfaro, M. (1993). *Una comunicación para otro desarrollo* . Perú : Calandria.
- Armas, S. (1995). *Imaginándonos el futuro: la comunicación como estrategia para el desarrollo*. Lima: Illa.
- Barbero, J. (1999). *Globalización y multiculturalidad : notas para una agenda de investigación* . México : Iteso.
- Berlo, D. (2000). *El Proceso de la Comunicación* . Buenos Aires: Ateno.
- Beltrán, L. R. (1979). *Adios a Aristóteles : la Comunicación Horizontal* . ensayo.
- Beltrán, L. R. (2005). *La Comunicación para el Desarrollo en Latinoamérica*. Buenos Aires: III Congreso Panamericano de la Comunicación .
- Castañeda, M. (2005). *Comunicación y Desarrollo Local. Cuaderno de Consulta* . Perú: Calandria.
- Castañeda, M. (11 de noviembre de 2013). *Calandria*. Obtenido de Seguimiento y Evaluación : <http://www.calandria.org.pe/>
- Cordova, M. (13 de noviembre de 2013). *Manuales sobre Comunicación* . Obtenido de Comunicación : <http://www.comunicacionparaeldesarrollo.org>
- Desarrollo, S. N. (12 de octubre de 2013). *COOTAD Código Orgánico de Ordenamiento Territorial Autonomía y Descentralización* . Obtenido de COOTAD Código Orgánico de Ordenamiento Territorial Autonomía y Descentralización : <http://www.planificacion.gob.ec/>
- Fernández, C. (1999). *La Comunicación en las Organizaciones* . México : Trillas.
- López, L. (1994). *Introducción a los Medios de Comunicación* . Bogotá: Universidad de Santo Tomás.

Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Rural de Guayllabamba. (2013). Documentos y Archivos de Secretaría

Hermosilla, M.H. (2007). *Comunicación para el Desarrollo en América Latina : ¿Tiene aún Sentido?*

Iglesias, E. (1992). *Reflexiones sobre el Desarrollo Económico* . Uruguay : CEPAL

Kaplún, M. (1998). *Procesos Educativos y Canales de Comunicación* . Madrid: Grupo Comunicar .

Kreps, G. (1995). *La Comunicación Organizacional* . New York : Springer.

Mcquail, D. (1995). *Introducción a la Teoría de la Comunicación de Masas* . Ibérica : Paidós .

Campos, R. (2011). *Comunicación Institucional* . Universidad de Loja .

Mattelart Armand, M. M. (1997). *Historia de las Teorías de la Comunicación* . Buenos Aires : Paidós .

Morgas, M. (1981). *Teoría de la Comunicación : investigación sobre medios en América Latina y Europa* . Barcelona : Pili .

Nisbet, R. (1991). *Historia de la Idea de Progreso* . Barcelona : Gedisa

Pascuali, A. (2011). *La Comunicación Mundo: Releer un Mundo Transfigurado por las Comunicaciones* . España : Comunicación Social Ediciones y Publicaciones .

SEMPLADES, Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, Ecuador. (2008), *La Comunicación y Desarrollo*

Toussaint, F. (1990). *Crítica de la Información de Masas* . México: Trillas .

Uranga, W. (2008). *Comunicación Popular y Derecho a la Comunicación* . Argentina : Ensayo .

Uranga, W. (17 de octubre de 2013). *Comunicación Popular y Derecho a la Comunicación* . Obtenido de Comunicación Popular y Derecho a la Comunicación : <http://www.washingtonuranga.com.ar/>

Uranga, U. (15 de octubre de 2013). *La comunicación es Acción: Comunicar desde y en las Prácticas Sociales*. Obtenido de La comunicación es Acción: Comunicar desde y en las Prácticas Sociales: <http://www.washingtonuranga.com.ar/>

Villamarín, J. (2006). *Síntesis de la Historia de la Comunicación Social* . Quito : Universidad Técnica Particular de Loja .

ANEXOS

Anexo 1: Encuesta de comunicación interna del Gobierno Parroquial

Encuesta de comunicación interna

1. ¿Cómo se siente trabajando en esta institución?

EXCELENTE

BIEN

REGULAR

PÉSIMO

2. Se siente integrado usted en el Gobierno Parroquial?

SÍ

NO

AVECES

3. ¿Conoce su lugar y responsabilidades dentro de la organización?

SÍ

NO

4. ¿Usted está informado de todas las actividades que realiza el Gobierno Parroquial?

SÍ

NO

AVECES

5. ¿Sus opiniones y sugerencias son tomadas en cuenta dentro de la institución?

SÍ

NO

AVECES

6. ¿Cree que la comunicación es importante dentro de su organización?

SÍ

NO

7. ¿Qué medios de comunicación existen dentro de la organización?

8. ¿Qué tipo de medio de comunicación le gustaría que existiera dentro la institución?

Elaborado por: Johanna Andagoya y Melina Silva

Anexo 2: Encuesta de comunicación externa en el Gobierno Parroquial

Encuesta de comunicación externa

1. ¿Conoce al Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia de Guayllabamba

SÍ

NO

2. ¿Conoce alguna de sus funciones, mencione cuál?

SÍ

NO

3. ¿Conoce alguna de sus obras, cuál?

SÍ

NO

4. ¿Ha sido beneficiario de alguna obra del gobierno parroquial usted o su barrio, mencione cuál?

SÍ

NO

5. ¿Ha ido al gobierno parroquial alguna vez, porque motivo?

SÍ

NO

6. ¿Conoce a los miembros del gobierno parroquial?

SÍ

NO

7. ¿Ha sido beneficiario de alguna obra del gobierno parroquial usted o su barrio, mencione cuál?

SÍ

NO

8. ¿Ha ido al gobierno parroquial alguna vez, porque motivo?

SÍ

NO

9. ¿Conoce a los miembros del gobierno parroquial?

SÍ

NO

10. ¿Qué opina de la gestión del gobierno autónomo descentralizado de la parroquia rural de Guayllabamba

11. Sus peticiones, sugerencias y necesidades han sido atendidas por parte del Gobierno Parroquial?

12. ¿Usted conoce sobre las actividades que realiza el Gobierno Parroquial?

13. ¿Cada que tiempo o qué momento el Gobierno Parroquial visita su barrio?

14. ¿Qué le pediría al Gobierno Parroquial que haga por su barrio?

Elaborado por: Johanna Andagoya y Melina Silva

Anexo 3: Volante informativo (parte anterior)

Fecha de edición 29/10/2013 Tiraje 10.000



GAD
GUAYLLABAMBA
Gobierno Autónomo Descentralizado
Parroquia Guayllabamba

¡TRABAJAMOS POR UNA PARROQUIA NUEVA E INCLUYENTE!

El Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia de Guayllabamba a través de la presente informa a su pueblo sobre las actividades realizadas durante el mes de agosto y septiembre.

1 **Piscina Pública**
Monto de la obra \$54.000
Recursos obtenidos del Consejo Provincial
Ubicación Barrio Amancayes



2 **Infocentro**
Monto de la obra \$70.000
Recursos obtenidos del Municipio de Quito
Ubicación Barrio La Concepción



3 **Aceras**
Monto de la obra \$20.000
Recursos del GADG presupuesto participativo
Barrio la Merced



4 **Bulevar**
Monto de la obra \$ 10.000
Recursos obtenidos del barrio
El Molino y el GADG
Barrio El Molino



Fuente: Departamento de Comunicación del Gobierno Parroquial de Guayllabamba

Anexo 4: Volante informativo (parte posterior)

 **GAD**
GUAYLLABAMBA
Gobierno Autónomo Descentralizado
Parroquia Guayllabamba

¡TRABAJAMOS POR UNA PARROQUIA NUEVA E INCLUYENTE!

5 **Asfaltado**
Monto de la obra \$5.000
Recursos obtenidos del Barrio San Lorenzo y GADG
Ubicación Barrio San Lorenzo



6 **Bordillos para Adoquinado**
Monto de la obra \$40.000
Recursos obtenidos del GADG
Barrio 4 Esquinas, Santo Domingo de los Duques, Doña Ana, San Luis, La Colina, San Rafael y Cebauro



7 **Ubicación de 5 Paradas**
Donación del Municipio de Quito



8 **Taller de la SETEC**
Monto de la obra \$ 20.000
Taller de atención al cliente para los comerciantes de la parroquia en el Forum del GADG



Fuente: Departamento de Comunicación del Gobierno Parroquial de Guayllabamba

Anexo 5: Encuentros culturales

Lugar: Parque de los Guambras/ Fecha: 24 de noviembre 2013



Fuente: Departamento de Comunicación del Gobierno Parroquial de Guayllabamba.

Anexo 6: Encuentros culturales



Fuente: Departamento de Comunicación del Gobierno Parroquial de Guayllabamba

Anexo 7: Encuentros entre el Gobierno Parroquial y la comunidad

Lugar: Fórum del gobierno parroquial / fecha 9/11/2013



Fuente: Departamento de Comunicación del Gobierno Parroquial de Guayllabamba

Anexo 8: Encuentros entre el Gobierno Parroquial y la comunidad



Fuente: Departamento de Comunicación del Gobierno Parroquial de Guayllabamba

