



Uleam

**Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí
Facultad Ciencias de la Comunicación
Carrera de Periodismo**

MODALIDAD: PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Previo a la obtención del Grado de:

Licenciado en Ciencias de la Comunicación, mención Periodismo

Tema:

Necesidades comunicacionales que existen en la parroquia de San Lorenzo en el período 2017-2018

Autor:

Óscar Jacinto Párraga Mendoza

Tutor:

Lic. Xavier Cedeño Guadamud, Mg.

Manta - Manabí - Ecuador

2019

2.- DECLARACIÓN DE AUTORIZACIÓN Y ORIGINALIDAD

Los pensamientos, ideas, investigación, comentarios y resultados pertenecen exclusivamente al autor.

ÓSCAR JACINTO PÁRRAGA MENDOZA

3.- CERTIFICACIÓN DE TUTOR

Certifico que bajo mi dirección y asesoramiento, del señor, **ÓSCAR JACINTO PÁRRAGA MENDOZA**, ha elaborado el presente proyecto de investigación, titulado: **NECESIDADES COMUNICACIONALES QUE EXISTEN EN LA PARROQUIA DE SAN LORENZO EN EL PERÍODO 2017-2018**; como requisito previo para optar por el título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación, mención Periodismo.

Lic. Xavier Cedeño Guadamud, Mg.
DIRECTOR DE PROYECTO

4.- AGRADECIMIENTO

Dicen que la mejor herencia que nos pueden dejar los padres son los estudios, sin embargo, no creo que sea el único legado del cual yo particularmente me siento muy agradecido, mis padres me han permitido trazar mi camino y caminar con mis propios pies. Ellos son mis pilares de la vida, les dedico este trabajo de titulación. Gracias a mi mamá Clara Mendoza y papá Luber Párraga.

También Agradezco a mis docentes de la Facultad Ciencias de la Comunicación de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, por haber compartido sus conocimientos a lo largo de la preparación de mi profesión, de manera especial, al Lcdo. Xavier Cedeño Guadamud tutor del proyecto de investigación por sus conocimientos y aporte.

ÓSCAR JACINTO PÁRRAGA MENDOZA

DEDICATORIA

Esta tesis está dedicada a:

A mi madre a quien con su amor, paciencia y esfuerzo me ha permitido llegar a cumplir hoy un sueño más, gracias por inculcar en mí el ejemplo de esfuerzo y valentía, de no temer las adversidades porque Dios está conmigo siempre.

A mi familia por haber sido mi apoyo a lo largo de toda mi carrera universitaria y a lo largo de mi vida, porque con sus consejos y palabras de aliento hicieron de mí una mejor persona. A todas las personas especiales que me acompañaron en esta etapa, aportando a mi formación tanto profesional y como ser humano.

Finalmente quiero dedicar esta tesis a todos mis amigos, por apoyarme cuando más los necesito, por extender su mano en momentos difíciles y por el amor brindado cada día.

ÓSCAR JACINTO PÁRRAGA MENDOZA

5.- ÍNDICE

6.- RESUMEN.....	1
7.- INTRODUCCIÓN.....	2
8.- MARCO CONCEPTUAL.....	4
8.1.- PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	4
8.2.- FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	6
8.3.- PREGUNTAS DERIVADAS.....	6
8.4.- DELIMITACIÓN ESPACIAL.....	6
8.5.- DELIMITACIÓN TEMPORAL.....	7
8.6.1.- OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	7
8.6.2.- OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	7
8.7.- JUSTIFICACIÓN.....	7
8.8.- BASES TEÓRICAS.....	9
9.- MARCO TEÓRICO.....	15
Comunicación.....	15
Comunicación para el desarrollo.....	16
Desarrollo social.....	19
Comunicación para el desarrollo y el cambio social.....	20
Comunicación para el desarrollo.....	22
Comunicación para el cambio social.....	24
Comunicación alternativa y participativa.....	26
Características de los medios de comunicación en comunidades rurales.....	28
Desarrollo comunitario y las relaciones públicas.....	31
La comunicación, relaciones públicas de cara al desarrollo comunitario local y social.....	35
Relevancia legal por parte del COOTAD para los Gobiernos autónomos descentralizados.....	36
Niveles de organización.....	37
Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquia Rural.....	38
Funciones y Competencias.....	38

La junta parroquial rural.....	39
Parroquia San Lorenzo.....	42
10. PROCESO METODOLÓGICO.....	45
10.1 TIPO O NIVEL DE LA INVESTIGACIÓN.....	45
10.1.1. MÉTODOS.....	45
10.1.2. TÉCNICAS.....	45
10.2. POBLACIÓN.....	46
10.3. MUESTRA.....	46
11.- DIAGNÓSTICO O MUESTRA DE ESTUDIO.....	47
11.1.- ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS A LA CIUDADANÍA DE LA PARROQUIA RURAL DE SAN LORENZO DE MANTA.....	47
12.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	63
12.1.- CONCLUSIONES.....	63
12.2.- RECOMENDACIONES.....	65
13.- BIBLIOGRAFÍA.....	67
14.- CRONOGRAMA.....	71
15.- ANEXOS.....	1

6.- RESUMEN

La investigación de este tema tiene como intención realizar un análisis de las necesidades comunicacionales que existen en la parroquia rural de San Lorenzo del cantón Manta.

Se interpreta que por necesidades comunicacionales se sobre entiende todo aquello que forma parte del proceso de comunicación entre los seres humanos, es decir, la parte práctica, y que ayudan de alguna u otra manera a que en sitios, comunidades y ciudades como radios comunitarias y convencionales, redes sociales, telefonía celular y medios impresos.

La parroquia San Lorenzo de Manta, es una comunidad que se asienta sobre el océano pacífico, y forma parte de la ruta del Spondylus, lo que la convierte en ruta obligada para propios y extraños, ello merece que tenga una mejor suerte en su contexto sociológico como tal, pero además de tener poca obra pública es una zona incomunicada

En la indagación de este tema se utilizaron técnicas cualitativas como cuantitativas, las que permitieron obtener una eficaz información desde el mismo lugar, señalado, explícito en el argumento como lo es la parroquia rural de San Lorenzo de Manta.

Palabras claves: Comunicación, necesidades comunicacionales, parroquia San Lorenzo, Manta.

7.- INTRODUCCIÓN

El avance de las tecnologías de la comunicación e información en las sociedades actuales es sinónimo de progreso y bienestar, ya no solo para unas cuantas colectividades de primer orden, sino para todos y abarcando los rincones del planeta. Esa es la realidad de hoy en vivir en una sociedad de convergencia digital, producto del esfuerzo asociado y persistente de los seres humanos por su lúcido dinamismo de comunicarse desde cualquier lugar del mundo y estar al tanto de los hechos y eventos que a diario ocurren en todos los continentes.

Se deduce a su vez que este conjunto de herramientas técnicas y digitales para comunicares ha permitido que en muchas organizaciones tanto públicas, privadas y de grupos humanos sobre todo, la comunicación como una acción y carácter de interacción humana fluya de manera individual, grupal y colectivos para hacer conocer el trabajo corporativo y, que a su vez la sociedad valore el accionar que se realiza para satisfacer el desarrollo de los pueblos y comunidades.

Por lo expuesto se reflexiona para explicar que hacer conocer las diversas necesidades comunicacionales en los ámbitos urbanos y rurales no solamente se debe a la colaboración de las Tic's, en una organización comunitaria, sino también al denodado esfuerzo de los miembros que la componen y que sirve de sustento para promocionarla turística, social y corporativamente en base a la difusión de actividades, entre otros aspectos a través de periódicos, revistas, radio, televisión, telefonía celular, convencional, internet que se constituyen en técnicas eficaces y

de primer orden para promocionar el trabajo conjunto en una determinada comunidad.

Por lo tanto las diversas necesidades comunicacionales se constituyen en el medio para mantener informado lo que se hace y se proyecta en la parroquia San Lorenzo, que a pesar de pertenecer a la zona rural de Manta, debe ser el medio, canal o enlace de la comunidad para hacer conocer ante autoridades las necesidades y obra pública que hace falta, se ejecuta y proyecta, dentro de su contexto el ciudadano común, su familia, vecino, funcionarios públicos, privados observan lo que se cumple dando valoración y puntos de vista al respecto.

Por ello el deseo de conocer en la presente investigación las necesidades comunicacionales que existen en la parroquia de San Lorenzo en el período 2017-2018.

8.- MARCO CONCEPTUAL

8.1.- PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La reflexión que cabe al inicio del planteamiento del problema es derivar que, la comunicación, proceso que históricamente nació genéticamente con el ser humano, en primera instancia a través de mímicas y señas, a su vez hizo que las necesidades de comunicación también alumbraran con él, puesto que con el paso del tiempo consolidó su lenguaje y sus necesidades fueron más prácticas e inteligentes.

Con el desarrollo de las características humanas y su expansión en el mundo, en los diversos estados de historia la comunicación tomó fuerza y el hombre pudo desentrañar, conocer, tocar y fortalecer las escaseces que cada día le hacían frente. La herencia de comunicarse e interactuar del pasado se ve hoy fortalecida con todas las acciones de participar de una mejor manera en una sociedad convergente global y digitalizada.

Ya en pleno siglo XXI, se podría decir que esa analogía de interactuar y comunicarse está en todos lados, pero aún subsisten lugares, sitios, comunidades y que estando muy cerca de otros donde predomina la tecnología falta hacer conocer la carencia de necesidades comunicacionales para que su población conozca e interactúe y se sitúen en un contexto de progreso y bienestar.

Actualmente la comunicación como procedimiento de interacción entre los seres humanos no solamente comprende el hablar y recibir los mensajes a través del

proceso innato que poseen los seres humanos, sino que existen dispositivos y conectores que hacen más fácil y entendible la recepción del mismo.

En el caso que merece la presente investigación es la parroquia rural de San Lorenzo, ubicada a 28 kilómetros de Manta, su cabecera principal. En esta comunidad que se caracteriza por tener un ambiente agradable, una playa que atrae el turismo y la amabilidad de sus habitantes, donde el tratamiento de su información pasa desapercibida, tanto para sus ciudadanos como para la comunidad en general, no hay un sistema de comunicación que fluya por diversos canales y su posterior retroalimentación.

El caso amerita saber que quienes manejan la comunicación, tanto interna como externa en la población, no están capacitados en el manejo de la información pública y periodística, codificando correctamente los mensajes hasta los receptores finales, es decir la comunidad en general, y donde se involucra también a otros agentes directos e indirectos, tales como trabajadores, empleados administrativos, funcionarios medios, directrices del municipio y Junta Parroquial de San Lorenzo, esto conlleva a que se establezcan parámetros comunicacionales para que la comunicación fluya correctamente para propios y extraños.

Por ello el interés a través de este proyecto de investigación que permita conocer y aplicar un real fortalecimiento de las necesidades comunicacionales que existen en la parroquia de San Lorenzo en el período 2017-2018.

Se deducen entonces varias interrogantes que se plasmarán en la realización de la investigación:

8.2.- FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿De qué manera inciden las necesidades comunicacionales que existen en la parroquia de San Lorenzo en el período 2017-2018?

8.3.- PREGUNTAS DERIVADAS

¿De qué manera inciden las necesidades comunicacionales que existen en la parroquia de San Lorenzo en el período 2017-2018?

¿Cómo analiza usted las necesidades comunicacionales que existen en la parroquia San Lorenzo, en el periodo 2017-2018?

¿Conoce usted cuáles son las necesidades comunicacionales existentes en la parroquia de San Lorenzo?

¿Considera usted adecuado constituir canales de información que fortalezcan la expansión de los mensajes comunicacionales en la población de San Lorenzo?

¿Cree usted que debe promoverse el adecuado uso de la comunicación como un importante vínculo de desarrollo entre la población y otros sectores del cantón Manta y el mundo?

8.4.- DELIMITACIÓN ESPACIAL

La investigación se efectuó en la parroquia rural de San Lorenzo de Manta.

8.5.- DELIMITACIÓN TEMPORAL

La investigación se efectuó en el segundo semestre del año 2018.

8.6.1.- OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

OBJETIVO GENERAL

Analizar las necesidades comunicacionales que existen en la parroquia San Lorenzo, en el periodo 2017-2018.

8.6.2.- OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ¿Conocer cuáles son las necesidades comunicacionales existentes en la parroquia de San Lorenzo?
- ¿Constituir canales de información que fortalezcan la expansión de los mensajes comunicacionales en la población de San Lorenzo?
- ¿Promover el adecuado uso de la comunicación como un importante vínculo de desarrollo entre la población y otros sectores del cantón Manta y el mundo?

8.7.- JUSTIFICACIÓN

Rizo (2004), expresa que, es sabido que la comunicación puede entenderse como la interacción mediante la que los seres vivos acoplan sus respectivas conductas frente al entorno, a partir de la transmisión de mensajes, signos convenidos por el

aprendizaje de códigos comunes. También se ha concebido a la comunicación como el propio sistema de transmisión de mensajes o informaciones, entre personas físicas o sociales, o de una de éstas a una población, a través de medios personalizados o de masas, mediante un código de signos también convenido o fijado de forma arbitraria.

Se interpreta entonces que la comunicación juega un rol determinante en la vida de las personas, esto es que de acuerdo a los mensajes que recibe actúa, procede y se guía en el entorno que se desenvuelve. Otro concepto reitera que, los seres humanos interactúan bajo símbolos individualizados para entender el mensaje; o en cuyo caso arbitrariamente, es decir que reciben los mensajes para ser interpretados improcedentemente e inoportunos, y ejerce su conducta ante los demás de acuerdo al significado de ellos.

La propuesta investigativa, sin dudarle permitirá a través de los resultados, establecer diversos tipos de necesidades comunicacionales que existen en la parroquia rural de San Lorenzo de Manta. De igual manera, la investigación abre las puertas para hacer un análisis sobre los diversos indicadores que se consideran necesidades comunicacionales en la comunidad señalada.

Es importante esta investigación porque permitirá conocer de cerca una retrospectiva comunicacional de la parroquia rural de San Lorenzo, hechos personales, escenarios reales, personajes que en su día a día luchan por ubicar a este importante sector rural de Manta por un mejor desarrollo tanto urbano como comunicacional frente al desarrollo de su capital y otros rurales de la misma región.

Las necesidades o en si la comunicación que necesita la parroquia San Lorenzo cuentan con varias características, elementos y soportes para fortalecer el perfil estructural y comunicacional como una pequeña urbe que lucha por un óptimo desarrollo, herramienta indispensable en toda organización poblacional o cual fuere su producción para producir un impacto en la comunidad sociológica.

Son claros los beneficios que brinda la comunicación en todo sentido porque las necesidades comunicacionales y su implementación permitirán constituir, orientar y promocionar para proyectar un trabajo serio, planificado y estructural, como lo es el servicio público desde la parroquia rural de San Lorenzo, acción que se gesta desde el clamor ciudadano, barrial, autónomos, organismos seccionales, la comunicación juega un rol preponderante dentro de las sociedades de hoy, para proyectar calidad y calidez desde las pequeñas hasta las grandes sociedades.

8.8.- BASES TEÓRICAS

ESTADO DEL ARTE

Gonzáles Oviedo, Mauricio Efraín Y Escobar Moreira, Anahí Elisa, 2013. Producto comunicacional semanario para la parroquia San Andrés de Canoa - Manabí. Tesis previa a la obtención del Título de Licenciada en Comunicación Social. Carrera de Comunicación Social. Quito: UCE. 108 p. <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/1423>. El proyecto para San Andrés de Canoa, plantea la creación de un semanario que mantenga informados los habitantes de los acontecimientos que suceden cercanos a su entorno; provee de

noticias locales en contraste a las que presentan los medios masivos tradicionales. El proyecto editorial está definido por los resultados obtenidos en las técnicas de investigación puestas en práctica, como observación etnográfica, registro de datos, encuestas y entrevistas focalizadas. Contiene una breve reseña histórica de la parroquia, su realidad local y el marco legal bajo el que se encuentra sujeto. Como sustento periodístico, incluye los diferentes géneros que se exploran a lo largo del semanario; se enfatiza en el diseño, tipos de periódicos, papel y color. De los datos obtenidos se construye el semanario Punto x Punto, con temas de interés local, participación ciudadana y guía de turismo, al final del diseño, para los visitantes. Se concluye que al insertar un medio impreso, se está promoviendo la disminución en la desinformación local y la integración de la misma a través de la participación conjunta de todos los miembros de la comunidad.

En este sentido, Revelo Ruiz José Luciano y Ruiz Espinoza Juan Pablo, comunicación social; contenidos periodísticos; comunicación alternativa; contenidos periodísticos; parroquia san francisco de Natabuela. 2015-2016.

El principal objetivo que tiene el presente trabajo de grado es la creación de un medio de comunicación alternativo denominado “Hechos”, el cual tiene presencia en las principales redes sociales que a la fecha lideran el ranking social media del Ecuador, según el último informe publicado por alexa.com. Dichas redes son Facebook, Twitter y Google+. Hechos tiene la misión de difundir las informaciones que se generan en la parroquia San Francisco de Natabuela o a su vez que beneficien a sus pobladores. La propuesta del boletín informativo Hechos está

diseñada para su circulación quincenal en papel. Este proyecto que lo realizó como requisito fundamental para obtener el título de licenciado en Comunicación Social y se complementa con prácticas y estudios que se han obtenido durante la investigación. Esta idea nació de un conversatorio entre pobladores de la comunidad Los Óvalos que forma parte de la parroquia Natabuela. La necesidad de este proyecto quedó demostrada en las encuestas y en las teorías de la comunicación utilizadas en la investigación. En este contexto fue necesario investigar las raíces sociales, socioculturales y comunicacionales que existen en la parroquia. Por tal motivo el Marco Teórico está compuesto por la Teoría Humanista, Cognitiva, Socio-Crítica entre otras. En este contexto señalamos los conceptos de comunicación de Aristóteles, David K. Berlo, Stanton entre otros. Por todo lo expuesto, fue importante estudiar y comparar los conocimientos básicos del periodismo y plasmarlos en una propuesta de comunicación alternativa. Para dicha investigación se contó con el permiso y apoyo de la Junta Parroquial de San Francisco de Natabuela y de sus pobladores. Para el estudio se utilizó los aspectos metodológicos de diálogo, observación y documentación. Lo principal de este proceso es la participación ciudadana en el desarrollo y construcción participativa en la creación de la opinión pública. Además de la integración entre los pobladores de la parroquia. La elaboración de Hechos surge en respuesta a los resultados obtenidos de las encuestas.

<http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/4897>.

Por su parte Guevara Sarabia, Cecilia Marlene, Análisis comunicacional de la cabecera parroquial Chongón perteneciente al cantón Guayaquil y creación de una

revista comunitaria, 2015. Universidad de Guayaquil. Facultad de Comunicación Social. Este proyecto es un análisis e investigación de los principales indicadores informativos y sociales de la cabecera parroquial Chongón para determinar las falencias y encontrar herramientas, basadas en el uso de los medios de comunicación, específicamente prensa escrita formato revista, para promover mayor desarrollo social en la mencionada comunidad, por esta razón se planteó como objetivo: Mejorar la comunicación entre los habitantes de Chongón para optimizar su calidad de vida, tomando en cuenta el análisis de la incidencia que ha tenido la comunicación social en el desarrollo informativo de Chongón y proponer la creación de una revista comunitaria en esta cabecera parroquial del cantón Guayaquil; la investigación utilizó el método deductivo, la descripción, aplicando la técnica de la encuesta y el instrumento del cuestionario a una muestra de 356 habitantes, cuyos resultados evidenciaron que solo el 28% de la población de Chongón estudia y que el 61% de ellos tienen bajos niveles de escolaridad, lo que es un factor que les ha impedido desarrollar la labor informativa en sus comunidades; siendo calificada de regular y mala el desarrollo informativo local, existiendo una baja efectividad de la actual forma de comunicación social entre los miembros de la comunidad de Chongón, manifestando por unanimidad los habitantes de esta parroquia de Guayaquil, que se debe mejorar la comunicación social a través de la elaboración de una revista comunitaria.

<http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/7485>

De igual manera España Salvador, Rommy Andrea, 2017. Proyecto de sistematización de los procesos comunicacionales del Gad de Nayón”, Este

trabajo de grado es un recuento que abarca dos teorías; la Teoría Sistémica de la Comunicación que entiende a una organización como un todo integrado, interdependiente e interrelacionado y la Teoría de la Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social desde donde se expone el 'desarrollo', sus diferentes teorías, concepciones a lo largo de la historia y su relación directa con la comunicación y la cultura. Ambas perspectivas permiten llevar a cabo el proyecto de "Sistematización de los procesos comunicacionales del GAD de Nayón" que tiene como objetivo mejorar las relaciones entre el Gobierno Parroquial y la comunidad. Aquí se plantean estrategias y acciones de comunicación basadas en el diálogo y la participación, que han sido construidas a partir del análisis de las necesidades y prioridades de los nayonenses. Este proyecto parte de un proceso investigativo y de un diagnóstico de comunicación realizado a partir de la aplicación de técnicas de investigación cualitativa.

<p://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/12805>

Finalmente el Dr. Jorge Barnuevo Romero e Arévalo Jaramillo, María Inés, 2011. Incidencia de productos comunicacionales con perspectivas turísticas, que incluyan aspectos geográficos y culturales de la parroquia Malacatos del cantón y provincia de Loja.- propuesta alternativa. Período: junio 2008- agosto 2009. La comunicación turística, constituye una práctica de gran utilidad, ya que de ella depende el crecimiento económico y cultural de los pueblos. En el cantón Loja, la falta de difusión y promoción de las parroquias genera la pérdida de destinos turísticos, es el caso de Malacatos, que no cuenta con el material impreso informativo básico para su proyección turística. El inventario realizado sobre los

atractivos naturales y culturales, registra ordenadamente los factores que contribuyen a conformar la oferta turística del mencionado valle. Encuestas aplicadas a quienes viven en esta parroquia prueban del interés por estimular ésta actividad, reconociendo en su entorno natural, cultural e historia aspectos de gran provecho turístico. El problema radica en la inapropiada difusión, lo cual se evidencia con la inadecuada construcción de material promocional y una deficiente difusión de los atractivos turísticos, limitando la importancia de varias riquezas naturales y culturales de ésta parroquia. De forma específica los objetivos que guiaron el trabajo de investigación fueron:

- Inventariar atractivos turísticos, culturales y territoriales, de la parroquia Malacatos del cantón y provincia de Loja.
- Identificar estrategias y prácticas comunicacionales aplicadas a medios de comunicación para promocionar el potencial turístico de la parroquia Malacatos del cantón y provincia de Loja
- Construir e implementar un soporte comunicacional de proyección turístico- promocional, sobre los atractivos culturales y territoriales, de la parroquia Malacatos del cantón y provincia de Loja.

<http://dspace.unl.edu.ec/jspui/handle/123456789/3105>

9.- MARCO TEÓRICO

Comunicación

La comunicación debe entenderse como un “proceso de transmisión y recepción de ideas, información y mensajes” (Luhmann, 1999, pág. 3). La comunicación actual, entre dos personas, es el resultado de múltiples métodos de expresión desarrollados durante siglos. Los gestos, el desarrollo del lenguaje y la necesidad de realizar acciones conjuntas, tienen aquí un papel importante.

Además, la comunicación se entiende, desde la visión de (Luhmann, 1999, pág. 3), como una forma que se autodesenvuelve y se desarrolla como un fenómeno radicalmente binario, ya que, se define por los símbolos si/no, aceptación/rechazo. Código que encontramos también en los medios de comunicación, lo informable/no informable. Así, la comunicación consiste, según (Luhmann, 1999, pág. 3), en la conjunción de tres distinciones selectivas:

1. Información
2. Modo de comunicar, pues una misma información se puede comunicar de formas diferentes
3. Comprensión que consiste en la distinción entre comunicación y forma de comunicar. (Mayorga, 2004)

Rogers (1976) señala que comunicación es: “Compartir información y compartir implica que dos o más personas hacen algo juntas, no que un individuo le hace algo a otro, más que entender qué un individuo se ‘comunica’, debemos suponer

que se compromete en la comunicación y se vuelve parte de un sistema de comunicación.”

Dentro del proceso de la comunicación se puede señalar a los signos, señales e incluso gestos que permiten dar a conocer o enterarse de algún mensaje, ya sea este oral o escrito, siempre que tenga la intención de interrelacionarse.

Comunicación para el desarrollo

La comunicación para el desarrollo es un tema que se ha venido tratando desde finales de la década de 1950, el interés por esta viene asociado a las investigaciones en el campo del uso educativo de los medios de comunicación y su influencia para potenciar las aplicaciones tecnológicas en las zonas rurales. Estas investigaciones fueron iniciativa del gobierno de Estados Unidos con el propósito de potenciar diversos programas de asistencia técnica y financiera ligados a la extensión agrícola en determinadas zonas de Latinoamérica, también se incluía en este programa la educación audiovisual y la información sanitaria.

Sin embargo, estos estudios no prosperaron pues tenían un marcado carácter utilitarista y estaban enmarcados en el paradigma desarrollista, donde se potenció el uso de los medios para desarrollar la tecnología, específicamente agrícola, y asegurar la dependencia aún mayor a Estados Unidos. (Morfa & Sol, 2012)

Luego de esto, ya adentrados en la década del 60 se daría una coyuntura histórica en la cual la difusión y aplicación de los más media vendría, según sus promotores, unida a la idea de progreso y de beneficios en las comunidades

tradicionales que los aplicaran, lo cual estuvo dado por las potencialidades que ostentaban para la modernización. (Morfa & Sol, 2012)

El constante crecimiento económico, una distribución equitativa y la democratización del acceso a estas tecnologías eran las metas que aseguraban los primeros promotores de este modelo (Rogers, 1962).

Con el paso del tiempo comenzó una reflexión teórica donde proliferó una fuerte crítica tanto al colonialismo tecnológico y cultural como a la dependencia que estos modelos propiciaban para los países del tercer mundo. Esta crítica se basó en derrumbar el modelo europeísta como cúspide de lo moderno, que ignoraba la multiculturalidad como elemento fundamental para el desarrollo. (Morfa & Sol, 2012)

Es así que se comienza a defender el papel que juega la pertinencia y adaptación específica a un contexto histórico cultural determinado en todo proceso de desarrollo. Las distintas instituciones, grupos sociales, tradiciones y costumbres de un territorio exigen modelos de desarrollo diferentes a los requeridos en un espacio con un aparato cultural diferente. Uno de los aspectos fundamentales a abordar, como dice la socióloga argentina (Cabello, 2002), son "las formas específicas de comunicación que se dan a nivel local, ya sean éstas vehiculadas a través de tecnologías mediáticas o relacionadas con distintas formas de comunicación interpersonal o mediatizada". Lo que, desde la lógica de la inclusión, se ha dado en llamar las redes de convivencia o redes comunitarias. (Morfa & Sol, 2012)

Sin embargo, lo que se entiende por comunicación comunitaria no ha de quedarse en la adaptación de unas políticas comunicativas a una audiencia determinada, ya sea local, territorial o municipal, sino que esta aspira a basarse en mucho más que los intereses y necesidades de un grupo (Morfa & Sol, 2012)

El concepto de comunicación comunitaria tiene que ver con la comunicación para el desarrollo. La institución internacional más activa en este campo ha sido la UNESCO, sobre todo desde los años sesenta con el debate en torno al Nuevo Orden Mundial de la Información y las Comunicaciones. La misión de la UNESCO está conectada a prioridades de desarrollo, e incluye la promoción y defensa de la libertad de expresión. (Morfa & Sol, 2012)

Actualmente, la agencia tiene tres preocupaciones: la promoción de la libertad de expresión y el pluralismo mediático, el desarrollo de los recursos humanos y el desarrollo de los medios comunitarios. Su Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación ha fundado muchas iniciativas de radios comunitarias. (Milan, 2006)

La conceptualización del desarrollo humano del Programa de Desarrollo de Naciones Unidas (PNUD), lanzada en 1990 y más tarde reutilizada por la UNESCO, ofrece un buen terreno para el empoderamiento de la gente a través de las iniciativas de comunicación. Este desarrollo humano incluye la “igualdad en el acceso a recursos vitales y capacidades [...], la adquisición y distribución de conocimiento para la atribución de poder a las personas y la participación de la gente” (Hamelink, 1999, pág. 24)

De este modo, la pobreza se torna un fenómeno multidimensional, y uno de sus factores es la “privación del conocimiento y de la comunicación” (PNUD, 1997; citado por Milán, 2006).

Por lo tanto, existe una conexión estrecha entre el desarrollo humano y el acceso a las infraestructuras de comunicación. (Morfa & Sol, 2012)

Desarrollo social

“En cierta forma, sería el resultado de la mejora de los índices colectivos de bienestar como esperanza de vida, mortalidad infantil, ingreso disponible, ingesta calórica o acceso a servicios sociales; es decir, todo lo que significa que los grupos humanos vivan más, tengan mayor goce de bienes de consumo y sufran menos las penalidades impuestas por los embates de la naturaleza, la enfermedad y los riesgos a los cuales estamos expuestos”. (Uribe, 2004. Pág. 13)

Bajo esa perspectiva, el desarrollo se entiende como el desplazamiento ascendente de una sociedad, región, comunidad o nación; cuyos extremos por un lado señalan a las sociedades más avanzadas y, por el otro, las más atrasadas. (Uribe, 2004, p.13).

El desarrollo social entonces denota la importancia de optar por nuevos mecanismos que permitan impulsar las acciones que caracterizan a un poblado, en ese sentido, aprovechar las oportunidades del entorno con el que se cuenta para mejorar las condiciones de vida de los gobiernos y sus habitantes. Darle un enfoque y sentido a la comunicación y la consolidación de una marca ciudad, sin duda, podría influenciar y motivar dicho desarrollo, desde la aplicación de acciones

de comunicación y relaciones públicas que ejerzan estrategias y mecanismos de acción para enfatizar en dichas acciones.

Comunicación para el desarrollo y el cambio social

Entender la comunicación para el desarrollo, el cambio social, comunitario o participativo -entre otras denominaciones que se le ha designado-, no es posible sin mencionar a los intelectuales que sientan las bases para que germinen las investigaciones desde las mal llamadas periferias o países del tercer mundo. Además, es necesario mencionar que sus postulados marcan la ruta para romper con los métodos, teorías y técnicas foráneas que indican las formas de realizar estudios sobre comunicación -y otros campos investigativos- en Latinoamérica.

Miquel de Moragas (2011) menciona que Luís Ramiro Beltrán, recomienda ir a los estudios planteado por Juan Díaz Bordenave, porque en sus análisis se habla sobre la comunicación participativa y porque él contribuye a reflexionar sobre las formas de transformar las desigualdades sociales en América Latina.

Miquel de Moragas (2011) explica que las primeras propuestas teóricas sobre comunicación para el desarrollo o cambio social emergieron de “[...] la renovación pedagógica de Paulo Freire, la filosofía de comunicación de Pasqueli y el nuevo escenario de las políticas de comunicación de Luís Ramiro Beltrán” (Miquel de Moragas, 2011: 183), quienes contribuyen a pensar la comunicación desde las prácticas diarias de las comunidades olvidadas.

Paulo Freire, luego de desmontar el discurso dominante y mencionar que las teorías foráneas imponían su ideología y trasmitían sus valores por medio de sus

enseñanzas, elabora una propuesta sobre la pedagogía participativa que iba contra “[...] la educación trasmisora de valores de la élite dominante [...]” (Miquel de Moragas, 2011: 183); la transmisión de valores también se evidenciaba en los medios de comunicación comerciales.

Por otra parte, para comprender los postulados de la corriente sociofilosófica, Miquel de Moragas (2011) invita a comprender los axiomas de Antonio Pasquali, quien realiza un estudio detallado del control capitalista que ejercen las proposiciones comunicacionales norteamericanas y europeas. También señala que los postulados favorecen el pensamiento externo y logran “[...] transferencias y contaminaciones culturales mediante la cual una cultura más tecnificada y equipada que otras para la imposición universal de valores que le son propios, y se difunde hacia otras zonas para absorber, neutralizar y masificarlas bajo el imperio de sus propias élites [...]” (Pasquali en Miquel de Moragas, 2011: 184).

El bolivariano Luis Ramiro Beltrán propone en sus reflexiones pensar una comunicación latinoamericana o comunitaria desde las realidades de los países del Cono Sur. Los planteamientos son ejecutados porque, a su consideración, los métodos, teorías, técnicas y postulados extranjeros solo responden a sus realidades y no latinoamericanas.

Con todas las evidencias erróneas emitidas por los pensadores del exterior, en Latinoamérica se empieza a reformular o repensar las teorías sobre comunicación para el desarrollo, comunicación para el cambio social y la comunicación participativa.

Comunicación para el desarrollo

Luís Ramiro Beltrán (2005: 9) menciona que “[...] a principios de la década de los años 60’ con los postulados implementados por los países ‘desarrollados’ comenzaron a registrarse claros indicios de inoperancia de aquel paradigma [...]”.

En la década de 1970 cayó el modelo extranjero de desarrollo, debido a problemas económicos que sufrió la región, por ejemplo, la caída del precio del petróleo, lo que obligó a los países dependientes a realizar ajustes en sus gastos públicos para “cubrir los déficits acumulados “[...] por el intercambio comercial [...]” (Beltrán, 2005: 9). Los efectos son evidentes, porque las medidas tomadas por los gobernantes se afectan a las clases vulnerables y la región se sumerge en un mayor subdesarrollo.

De esta forma, y con los antecedentes mencionados, el pensador propone que las teorías del desarrollo sean reformuladas, implementadas o se materialicen en las sociedades rurales. Menciona que la comunicación para el desarrollo “[...] es la expansión y el equilibrio en el acceso de la gente al proceso de comunicación y en su participación en el mismo y empleando los medios para asegurar, además, el avance tecnológico del bienestar material, la justicia social, la libertad para todos y el gobierno de la mayoría” (Beltrán, 2005: 13).

Juan Díaz Bordenave, propone que la comunicación para el desarrollo sea un “[...] modo diferente del emanado del capitalismo liberal y del comunismo estatal y proponer a nuestros pueblos un socialismo democrático de bases comunitarias autogestionarias y participativas” (Bordenave en Beltrán: 2005: 9). En otras

palabras, que el desarrollo se geste en condiciones de igualdad, justicia, libertad y que beneficie a todas las poblaciones urbanas y rurales.

Puesta las bases de la comunicación para el desarrollo, a partir de la década de los 70' se han formado varias agrupaciones de profesionales en comunicación, asociaciones de investigación, federaciones de estudios en comunicación e institutos; todas con el objetivo de contribuir al estudio de la comunicación para el desarrollo y con miras a la democratización de la comunicación.

En las instituciones que pertenecían a diversos países de Latinoamérica y con los aportes de los diferentes autores, quienes plantearon estudios sobre la educación alternativa, el desarrollo participativo y la democratización de la comunicación. Pero los aportes que marcan una forma diferente de pensar la comunicación en América del Sur son las proposiciones de Jesús Martín Barbero, quien plantea “[...] que lo popular no había únicamente desde las culturas indígenas o los campesinos, sino también desde la trama espesa de los mestizajes o las deformaciones de lo urbano, lo masivo” (Martín Barbero en Beltrán, 2005: 15), sus propuestas dieron paso a varios estudios de comunicación en Latinoamérica.

Aportes de otros pensadores, pertenecientes a las instituciones antes mencionadas, miran a la comunicación para el desarrollo como un fenómeno sociocultural, sugieren utilizarla como estrategia para la construcción de ciudadanía; para fortalecer la participación política y social de las personas, fortalecer las prácticas sociales de las comunidades. También hay planteamientos de usarla como resistencia de los procesos de aculturación.

Se plantea además que se genere una estrategia de fortalecimiento y la construcción de un modelo endógeno. Gumucio Dragon (2012: 35) se acoge al siguiente pensamiento de Luís Ramiro Beltrán: “[...] los países latinoamericanos deben diseñar sus propias políticas de información y sus estrategias de comunicación para el desarrollo”. Esta mención la hace porque se da cuenta que las agencias de información latinas y sus intelectuales aún tienen arraigada la dependencia teórica foránea.

Comunicación para el cambio social

Comienza a gestarse en 1997, luego de la reunión de especialistas en comunicación convocado por la Fundación Rockefeller, desde donde se busca dialogar el papel de la comunicación que contribuya al cambio social. En la reunión se conceptualiza a la comunicación para el cambio social como “[...] un proceso de diálogo y debate, basado en la tolerancia, el respeto, la equidad, la justicia social y la participación activa de todos (Gumucio Dragon, 2011: 32); proponen además que lo que importa es el proceso comunicativo y no los productos -para periódicos, televisión o radio-.

Por otra parte, busca que el diálogo entre persona, comunidad y la sociedad para que esta sea de forma horizontal y los procesos de intercambios comunicativo-participativos. Entonces, se entiende que “[...] la comunicación para el cambio social ha heredado la preocupación por la cultura y por las tradiciones comunitarias, el respeto hacia el conocimiento local, el diálogo horizontal entre los expertos del desarrollo y los sujetos del desarrollo (Gumucio Dragon, 2011: 32).

Niega las conductas individualistas y propone que los procesos y productos comunicacionales sean acorde con las costumbres, mitos y tradiciones de la comunidad. Tiene como fin fortalecer las capacidades que en la comunidad se encuentran desvalorizadas, para así generar una sociedad más participativa, equitativa y tolerante.

Otras premisas de la teoría según Gumucio Dragon (2011: 33) son: “[...] las comunidades deben ser agentes de su propio cambio y gestoras de su propia comunicación [...] promueve el diálogo, el debate y la negociación desde el seno de la comunidad [...] promueve un proceso cíclico de interacciones desde el conocimiento compartido por la comunidad y desde la acción colectiva”. Así, se puede promover una comunicación donde participen los diferentes sectores relegados y aislados por los medios comerciales y los políticos.

También, Gumucio Dragon (2011: 34) plantea algunas condiciones que ayudan a generar una verdadera comunicación para cambio el social, tales como: [...] Participación comunitaria y apropiación [...], lengua y pertinencia cultural [...], generación de contenidos locales [...], uso de tecnología apropiada y convergencias y redes”.

A criterio del autor, algunas propuestas de comunicación para el cambio social han fracasado por falta de un debate de ideas, una participación democrática e incluir las diversas lenguas de las comunidades. Por ello es necesario promover el cambio desde un diálogo continuo, el rescate de saberes de la comunidad, manejar la tecnología acorde con las necesidades y generar las redes con otras

localidades para conocer los procesos comunicacionales en desarrollando y enriquecer los suyos.

Comunicación alternativa y participativa

La exclusión, la marginación y la discriminación de diferentes grupos sociales hacen que estos se agrupen en relación a sus necesidades y sus formas de pensar, para tomarse los espacios públicos y expresar sus ideologías, creando periódicos de sus comunidades, revistas, radios comunitarias y pequeñas televisoras; pero aquellos medios, logran expresar sus peticiones y necesidades.

Esa es la esencia de la comunicación participativa, a decir de Gumucio Dragon (2012: 38): “el rasgo central de la comunicación alternativa es la apropiación de los procesos de comunicación”. La toma de medios ayuda a que las comunidades se apropien de las herramientas de comunicación para fortalecer la organización comunitaria, aunque las comunidades no necesariamente buscan ser dueños de una radio, un periódico o una televisora, sino “[...] apropiarse del proceso de toma de decisiones, como una respuesta colectiva a la hegemonía y a la imposibilidad de acceder a los medios masivos” Gumucio Dragon (2012: 38).

La propuesta teórica busca los principios de la “[...] tolerancia, la diversidad cultural, el respeto, y la justicia social que implican fortalecer las voces de los menos favorecidos, a través de la participación colectiva, la participación democrática, la horizontalidad en la toma de decisiones, la valoración de la identidad y de la cultura y el carácter dialógico de la relaciones” (Gumucio Dragon, 2012: 40).

La propuesta busca dejar en libertad la creación de los contenidos simbólicos y dependiendo de la necesidad que tiene cada uno de ellas, además, el enfoque valora el proceso de la creación, su articulación, el aporte y la participación de los actores. “El fortalecimiento organizativo, la recuperación de la memoria y la identidad colectiva y, en última instancia, el crecimiento de la vida democrática son los verdaderos resultados del proceso comunicacional” Gumucio Dragon (2012: 41). Esta visión, incluso, es de largo plazo y favorece el cambio social.

La comunicación participativa surge luego de hacer lecturas y relecturas de los postulados de autores de diferentes continentes como el asiático, africano y latinoamericano. Luego de compartir con la sociedad las propuestas, obliga a los pueblos a salir a las calles a demandar una participación en la vida democrática. Las consecuencias que se dan por medio de estas manifestaciones permiten que se generen comunidades rurales y urbanas más participativas y con ansias de conquistar los espacios antes relegados.

Gumucio Dragon (2012: 37) manifiesta que a estas manifestaciones se les puede dar diversos nombres como “[...] popular; dialógica; alternativa participativa, endógena; comunitaria”, y propone una sustentabilidad en el tiempo, es comunicacionalmente dialógica, negociable y busca “[...] fortalecer la identidad cultural, la confianza, el compromiso y, en general el empoderamiento [...]” Gumucio Dragon (2012: 42); por otra parte, rechaza los modelos lineales de comunicación - funcionalismo- y verticales. Apuesta por el interaccionismo, la compartición de conocimientos y accionar de la colectividad.

Los bosquejos que se han propuesto en este apartado son mínimos, porque la comunicación para el desarrollo y el cambio social sigue en proceso de construcción y porque tiene otros desafíos por cumplir como “[...] establecer las diferencia entre información y comunicación; mensajes y procesos; acceso y participación; comunicación y comunicaciones; información y conocimiento [...]” Gumucio Dragon (2012: 51), debido a que los conceptos aún son inexactos.

Y también tiene como retos desarrollar mayores investigaciones y estudios, con la finalidad de dejar de repetir ideas prestadas, aclarar términos y estrategias de comunicación; ofertar más carreras enfocadas en el desarrollo y el cambio social y preparar docentes y especialistas en comunicación con enfoque en comunicación para el cambio social. Por último, tiene la obligación de legitimar el campo y “[...] posicionar a la comunicación para el cambio social en un nivel más alto en la agenda para el desarrollo” Gumucio Dragon (2012: 52).

Características de los medios de comunicación en comunidades rurales

Los medios de comunicación presentan las siguientes características:

1. Desde lo territorial: Comprende un proceso de comunicación vinculado a una porción del territorio o espacio geográfico de la ciudad, bien por su división de carácter político administrativo, como los barrios, las unidades de planeación zonal y/o rural, o las localidades, o bien, por las características ambientales y los límites geográficos naturales del entorno.
2. Desde lo sectorial: Atiende a las necesidades y expectativas de una determinada comunidad, sector o grupo de población u organización o

movimiento social que comparte rasgos, características y/o intereses comunes de orden social, político, económico, étnico, lingüístico, ideológico, ambiental, educativo y/o cultural, independientemente del territorio o espacio geográfico que los individuos ocupen o habiten.

3. Desde un aspecto alternativa de sociedad: Construye un proceso de comunicación de pensamiento autónomo e independiente que confronta el pensamiento único, apartándose generalmente de las expresiones de los medios tradicionales de comunicación y de los intereses económicos y de las relaciones de poder prevalentes.
4. Desde el servicio que brindan (telecomunicaciones): La telefonía, la radio, la televisión y la transmisión de datos a través de computadoras son partes del sector de las telecomunicaciones. La radio es el aparato electrónico de comunicación más extendido en el mundo y un medio único para llegar a las comunidades más pobres del mundo. Las estaciones de radio comunitarias, han proporcionado a las comunidades los medios de expresión cultural, noticias e información y diálogo local. Las nuevas tecnologías han transformado la práctica de los medios de comunicación masiva con un incremento en el uso de computadoras en la producción y acceso a la información de la Internet. (U.N.E.F.A)

La radio es aún la herramienta comunicativa dominante para alcanzar comunidades pobres, lo que se debe fundamentalmente a los costos y la accesibilidad. No sorprende, pues, que el movimiento de radio comunitaria sea fuerte en el nivel nacional y transnacional. Ya que la radio es un medio catalizador

de la atención de legisladores y de la sociedad civil y por su importancia en los países en vías de desarrollo.

Generalmente, los medios comunitarios se caracterizan por un alto grado de horizontalidad, apertura y posibilidades de participación; son “los medios de expresión de la comunidad más que por la comunidad, [...] medios a los que los miembros de la comunidad tienen acceso [...] cuando quieren tener acceso” (Berrigan, 1977, p. 18). Según Dunaway, este es un asunto de acceso de ciudadanos ordinarios (“sin censura, incontrolable e inconsistente”, amateur y quizás algo ingenuo) enfrentado a la construcción de una audiencia simplemente comercial (Dunaway, 2002, p. 63). El énfasis se hace especialmente en el diálogo y la comunicación como un proceso interactivo (Carpentier et al., 2003). Sobre la radio, Offor (2002) argumenta que para promover el cambio social y cultural, la radio comunitaria necesita ser no sólo un canal de transmisión a la gente, sino también un medio de recepción de ellos, es decir, no sólo un instrumento para oír desde y sobre el mundo, sino para escuchar la voz de la gente, algo que haga que esa voz sea oída.

Los medios comunitarios cubren diversos temas, pero generalmente abarcan aquello que puede ser llamado una “misión social”. Su impacto es aún más relevante cuando estos programas no están creados con una lógica vertical, sino a través de un proceso horizontal, por la comunidad y para la comunidad.

Desarrollo comunitario y las relaciones públicas

Arizaldo Carvajal Burbano (2011), en el especial Apuntes sobre desarrollo comunitario recoge el aporte de varios autores para referirse al tema. Para entender la concepción de desarrollo comunitario, es conveniente abordar a Zárate (2007), hablar de comunidad en los últimos 40 años sin duda es hablar de desarrollo comunitario, pero si damos una mirada a los 1950 en Asia y África es donde realmente inicia el desarrollo comunitario, como una técnica de acción social enfocada en mejorar las condiciones de vida de la población. (Zárate, 2007).

La ONU sobre el tema refiere: "Proceso destinado a crear condiciones de progreso económico y social para toda la comunidad, con la participación activa de ésta, y la mayor confianza posible en su iniciativa". A lo que Giovanni Bonfiglio (1982), añade que el desarrollo de la comunidad toma características propias de acuerdo al contexto de su aplicación, es decir, en función de la agencia o ente que lo promueve. (Bonfiglio, 1982, p. 18).

Para Phil Bartle (S.f.), citado en Zárate (2007), existen 12 características que se consideran para entender que existe o se ha generado un proceso de desarrollo comunitario, entre ellos: Sistemas de participación ciudadana en los cuales las comunidades interfieran de manera activa en las decisiones que afectan sus condiciones de trabajo y garantizan el buen vivir, otro aspecto que se considera para que se dé un proceso de desarrollo comunitario es la capacidad para promover e incentivar la equidad de género, identificar problemas y establecer mejoras para los mismos es otro de los elementos que caracteriza el desarrollo comunitario. Se debe resaltar la intervención de la comunidad en todas las fases

de la mejora de su parroquia, participando de manera directa o indirecta en el plan de desarrollo rural que ejecuta el ente rector, será así más fácil que los públicos internos identifiquen los valores y factores funcionales y emocionales que pueden impulsar para el desarrollo de su ciudad. (Zárate, 2007, p. 15).

Para Nogueiras (1996), existen ciertos rasgos que definen al desarrollo comunitario entre ellos: proceso educativo que logra cambios de carácter cualitativo en las actitudes y comportamientos de la población, técnica de acción social, el desarrollo comunitario se dirige a aquellas comunidades en situación de subdesarrollo, el objeto primordial de el mismo se enfoca en la consecución del bienestar social y mejora de la calidad de vida con la intervención de los miembros que conforman una determinada comunidad, es importante que exista una participación voluntaria y consciente de los individuos, para impulsar su propio desarrollo.

Por consiguiente, el desarrollo comunitario es un proceso que suma el esfuerzo de todos los miembros de una comunidad y sus públicos vinculados de carácter estratégico, como gobiernos seccionales, organismos públicos y privados, entre otros, para mejorar las condiciones de vida desde una perspectiva social, económica, cultural y sin duda humana, integrando la misma al progreso de su nivel más cercano y por ende al máximo superior, en este caso al país en el que se reside, a través de la interacción y participación de sus miembros.

De acuerdo a los autores citados, el desarrollo comunitario se expresa en programas y planes de trabajo que concretan y materializan los ideales de sus miembros, por lo que promover el desarrollo permite aumentar y mejorar las

capacidades físicas, intelectuales y humanas de los miembros de tales agrupaciones, con el objeto de superar sus necesidades y alcanzar deseos.

El correcto diseño de una propuesta de relaciones públicas comunitarias que integre y unifique a todos los públicos vinculantes y estratégicos que de cierto modo tienen relación directa o indirecta, positiva, negativa o neutra, permitirá involucrar a las comunidades o agrupaciones (gobiernos locales) en un proceso de mejora en todas sus condiciones: socio-culturales, económicas-políticas y sobre todo propiciar espacios de diálogo y disertación que hagan del proceso participativo un ente vivaz y efectivo para lograr los fines deseados de las comunidades. Las estrategias y herramientas de comunicación y relaciones públicas ayudarán a promover procesos de participación, en los que cada miembro de la población actúe como un agente activo, para generar actividades productivas para impartir programas de desarrollo acorde a las necesidades comunicacionales existentes, tanto para autoridades, pobladores, trabajadores, miembros pasitos y demás agentes sociales de una comunidad.

Se puede concluir entonces, que el desarrollo comunitario es posible gracias a la participación activa de diferentes públicos que componen una comunidad, en este caso, un poblado, entre ellos autoridades, moradores, visitantes, representantes barriales, religiosos, educativos, comerciantes, etc., en materia de comunicación y relaciones públicas, dichos públicos valga la redundancia inciden en el desarrollo o no de una comunidad, y por ello es esencial establecer un análisis sobre cada uno de ellos para comunicar mensajes idóneos y claros acorde a su posición y requerimientos. De manera efectiva, los actores son: las familias, escuelas,

vecindarios, barrios, sindicatos, la Iglesia, los líderes comunitarios, la junta parroquial, las organizaciones formales e informales, los organismos privados y públicos que concatenan a la comunidad con políticas de gobierno, y cada uno de aquellos que conforman un conglomerado socio-civil en particular. (Zárate, 2007, p. 15)

Cada uno de esos actores se mueve y conduce por líneas de comunicación diferentes, se mueven por valores como el altruismo y la conciencia ética, una fe cristiana arraigada, que generan o no un sentido de pertenencia a su comunidad, misma que debe transmitir una identidad clara, con la cual en función de las características que definen a los diversos públicos que componen un organismo encuentren el sentir con el que más se relacionan, tarea que debe ser direccionada desde una perspectiva comunicacional y de relaciones públicas que transmita en esencia dicha identidad con mensajes que lleguen de manera clara a cada uno de los públicos, con el objeto de lograr un posicionamiento de dicha comunidad, marca u organización frente a las demás, pues dicha identidad se constituye como el valor diferenciador de los semejantes alternos. (Nogueiras, 1996, p. 33)

Por lo tanto, la comunicación gracias a las relaciones públicas busca afianzar las relaciones entre los públicos de interés de una organización, vinculando a los mismos a través de alianzas estratégicas que suplan necesidades de ambos públicos, con el objeto de proyectar una imagen favorable entre los públicos inmediatos, en este caso los visitantes (turistas), moradores, refiriéndonos a comunidad, parroquia.

La comunicación, relaciones públicas de cara al desarrollo comunitario local y social

Para Rafael Obregón, Catedrático Unesco de la Comunicación (2007), explorar la relación existente entre la comunicación y el desarrollo implica entender los antecedentes generales que conllevan tal relación. (Obregón, 2007, p. 5-6). El desarrollo como un elemento exclusivo del campo político, social, económico, cultural y de la modernidad como tal, es propio de las acciones interna y externas de los humanos con el objeto de alcanzar mejores condiciones de vida en los escenarios ya descritos en este apartado y en los temas vistos anteriormente.

La comunicación al generar espacios y contextos para que los cuestionamientos anteriores se propicien, gestionen y alcancen, contribuye a la siguiente reflexión: la comunicación sobre las comunidades o sociedades propicia y facilita entornos que determinan metas y estrategias para promover procesos de cambio a nivel social, económico, político de manera colectiva o individual, siempre sumando a los fines máximos que establece un conglomerado en particular; para las comunidades u organismos sociales como se defino anteriormente la mejora de las condiciones de vida, es decir alcanzar un desarrollo en los campos expuestos aquí (político, social, económico, incluyente, etc.). (Obregón, 2007, p. 8)

Acorde a lo abordado en este espacio y los anteriores, las relaciones públicas como herramienta de la comunicación permitirán establecer las políticas a seguir en función de los públicos vinculantes que se determinen de manera estratégica para alcanzar los niveles de desarrollo requeridos.

Las comunidades buscan un dialogo permanente con sus diferentes entornos, Joan Costa (2008), sostiene que lo que se procura es una homeostasis relacional con el entorno, es decir, alcanzar un equilibrio con los ambientes en los que se desarrolla un organismo social. (Costa, 2008, p. 61).

Una correcta planificación y organización de las prioridades y campos de acción favorecerá de manera inteligente dichos procesos de desarrollo, el esfuerzo vinculante generará canales de comunicación e información que proporcionen un sentido de integración y socialización con los diferentes públicos que componen la comunidad, logrando sistematizar los mismos bajo mensajes y estrategias comunicacionales claras y determinadas para cada público objetivo con el que se trabaje de manera directa o indirecta siempre y cuando influya en el desarrollo de la comunidad en cuestión.

Tal y como señala Phil Bartle, citado por Zárata (2007), todo proceso de desarrollo comunitario requiere una comunicación e intervención en los niveles de organización, acción, puesta en marcha y control sobre la planificación elaborada, el papel de la comunicación debe evidenciarse en cada uno de esos niveles para generar la participación activa de los actores de una comunidad u organismo social-civil en particular. (Pág. 44).

Relevancia legal por parte del COOTAD para los Gobiernos autónomos descentralizados

El territorio ecuatoriano está organizado por diferentes niveles de actuación. El COOTAD (2010), sobre ello refiere en el Art. 10 Niveles de organización territorial,

que Ecuador se organiza básicamente en regiones, provincias, cantones y parroquias rurales. (Pág. 17). Por consiguiente, los Gobiernos autónomos descentralizados se establecen en cada una de las circunscripciones que componen el territorio ecuatoriano en sus diferentes niveles.

En el COOTAD (2010), el Título III sobre los GAD en el Artículo 28.- Gobiernos autónomos descentralizados, sobre la importancia de los mismos reposa la promoción del desarrollo para garantizar el buen vivir, a través del ejercicio de las competencias de las autoridades elegidas por votación. (Pág. 23). Las funciones se detallan en el Art. 29 desde tres perspectivas integradas: legislativas, de ejecución y administración y de participación y control social. (Pág. 24).

Niveles de organización

Acorde al COOTAD (2010), los niveles de organización y participación de los gobiernos autónomos descentralizados son:

- Gobierno Autónomo Descentralizado Regional
- Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal
- Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural
 - Junta Parroquial Rural – Presidenta/e –

Para cubrir el alcance del proyecto de investigación aquí descrito se abordarán de manera particular a los Gobiernos Autónomos Descentralizados Parroquial Rural, referido a la pertenencia del territorio de la parroquia de San Lorenzo.

Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquia Rural

Funciones y Competencias

Acorde a la relevancia de esta parte con el tema se debe mencionar de manera general las funciones del gobierno autónomo descentralizado parroquial rural que habilitan al mismo en la aplicación y ejecución de estrategias de gobierno que promuevan el desarrollo sustentable de las parroquias para garantizar el buen vivir. Entre dichas funciones tenemos: diseño de políticas de promoción y construcción de equidad, implementación de espacios que faciliten la participación ciudadana, la elaboración de un plan parroquial rural de desarrollo. En este último, se debe considerar el aporte de un experto de comunicación que canalice los objetivos y estrategias de tal manera, que lleguen a sus audiencias clave y permitan el alcance de dichas metas en el referidas, considerando que se debe fomentar la inversión y el desarrollo económico, así como promover y patrocinar la cultura, las artes, la educación y el deporte, así como coordinar con las instituciones público-privadas que garanticen la seguridad y suplan las necesidades básicas de los moradores. (COOTAD, 2010, p. 40-42).

El Art. 65 del COOTAD (2010), determina ciertas competencias exclusivas de los GAD parroquiales. Para el proyecto de investigación, nos centramos en dos de ellas: planificar y mantener, en coordinación con los gobiernos provinciales, la vialidad parroquial rural e Incentivar el desarrollo de actividades productivas comunitarias. (Pág. 48-49). Que son acciones en las que se puede determinar

aspectos comunicacionales y de relaciones públicas que favorezcan y sumen al posicionamiento y empoderamiento de la parroquia en actores internos y externos.

La junta parroquial rural

El Art. 66 del COOTAD, sobre la Junta parroquial rural sostiene: “Es el órgano de gobierno de la parroquia rural, integrado por vocales elegidos por votación popular, de los cuales el más votado lo presidirá. El segundo vocal más votado será el vicepresidente de la junta parroquial rural”. (COOTAD, 2008, p. 49).

La funcionalidad y competencia de los miembros de la junta parroquial radica en velar por el cumplimiento y correcto desarrollo y aplicación del plan parroquial rural de desarrollo presentado por el GAD (presidente y vicepresidente). Reconociendo que los vocales representan a un sector en particular, acorde a las necesidades y ambientes que maneja la parroquia, en el caso de estudio El Quinche, los vocales representan al sector comercial, deportivo, cultural y social.

Incidencia de la comunicación y relaciones públicas en los gobiernos autónomos descentralizados – Juntas parroquiales rurales

Es importante comprender y analizar la ley que rige a las Juntas Parroquiales rurales (GAD parroquiales), para entender hasta donde llegan las atribuciones de las Juntas Parroquiales, y por ende si dentro de sus funciones se contempla la aplicación funcional y legalmente aplicable acorde a la naturaleza jurídica que rige a las juntas parroquiales rurales.

Por otro parte, abordar las competencias exclusivas de los gobiernos parroquiales nos da una visión más amplia del campo de acción en el que infieren las estrategias y líneas de acción desarrolladas dentro del plan de ordenamiento territorial parroquial, establecido por una planificación clara, coordinada, presupuestada y establecida por departamentos que contemplan campos educativos, culturales, sociales, deportivos, administrativos, de estructura e implementación arquitectónica y sin duda participativos, sin olvidar a los grupos vulnerables que establece la Constitución del Ecuador, entre ellos adulto mayor, infantes y personas con capacidades especiales.

Es importante entender que el Gobierno autónomo descentralizado parroquial rural está constituido por el Presidente, que es la autoridad máxima del ente rector de la parroquia, y la junta parroquial al ser el órgano de gobierno de la parroquia rural se constituye por los vocales elegidos por votación popular.

El presidente o presidenta es la máxima autoridad del ejecutivo de los gobiernos autónomos descentralizados parroquiales rurales, por lo tanto las atribuciones de el mismo se practican en el ejercicio de representación legal y judicial, al ejercer la facultad ejecutiva del GAD parroquial. El mismo es el encargado de presentar a la junta parroquial (cuerpo de vocales elegido por votación, donde cada uno representa un sector u organización activa, comercial, mercantil, deportiva, educativa, socio-cultural, etc.) proyectos de acuerdos, resoluciones y normativa reglamentaría así como dirigir la elaboración del plan parroquial de desarrollo y el de ordenamiento territorial, en concordancia con el plan cantonal y provincial de

desarrollo en un marco de inclusión e integración ciudadana participativa. (COOTAD, 2008, p. 51 Art 70. apartado a y d).

Dentro de las atribuciones, funciones y competencias de las juntas parroquiales rurales, partiendo de la dirección, elaboración y presentación de el plan parroquial de desarrollo y el de ordenamiento territorial, se evidencian acciones de comunicación y relaciones públicas que faciliten y favorezcan las relaciones con las audiencias internas y externas de los gobiernos parroquiales locales para cumplir con los fines y objetivos que en los planes se establecen. Siendo importante así, analizar el papel y espacio que las autoridades parroquiales le dan al campo comunicacional.

Cuando hablamos de fomentar la inversión y el desarrollo económico de la economía popular y solidaria en sectores como el turismo y el comercio, sin duda se pueden aplicar acciones de comunicación comunitaria y comunicación como tal que permitan reactivar y reforzar dichos campos de acción, para atraer mayores visitantes, que enmarque como un enganche turístico del sector, y es deber de las autoridades y moradores de la parroquia como tal trabajar en conjunto para activar más elementos que aporten a la economía popular y posicionen a la población, en este sentido pensar en una marca ciudad que comunique en todos los niveles la identidad y sentir de la parroquia a través y en todos los públicos de interés podría resultar como una estrategia efectiva que dinamice de una manera más fuerte a la parroquia.

Es deber y obligación que los gobiernos nacionales y locales den a conocer a sus públicos que es lo que se ha realizado en sus periodos de mandato, dentro de las

leyes de transparencia y control social, por lo que manejar una comunicación global dentro de todo el periodo facilitaría los procesos para no comunicar al final del año los resúmenes ejecutivos que tienden a ser cansados y desgastantes, de cierto modo son retrogradas e incluso han perdido vigencia, las memorias y demás, por ello se debe buscar maneras más creativas e innovadoras para comunicar.

Una vez que se han abordado los temas generales, resulta sustancial analizar el desarrollo comunitario y las relaciones públicas, para notar los espacios de trabajo que hacen posible la misma una vez definida la parte estructural, funcional, legal y organizativa del ente rector (Gobiernos Parroquiales Rurales).

Parroquia San Lorenzo

La ordenanza de creación de la parroquia rural San Lorenzo, fue discutida por la corporación municipal de Manta, en sesiones del 21 de abril y 5 de mayo del año 1949, desempeñaba las funciones del Presidente del consejo de Manta, el señor don Emilio Bowen Roggiero y de secretario el señor Agustín Andrade V. Actualmente tiene 67 años de vida parroquial.

La Playa de San Lorenzo se encuentra ubicada a 30 minutos al sur de Manta, al pie de la ruta del Spondylus, su reconocido perfil nos invita a descubrir este maravilloso lugar como uno de los Paisajes estrellas de la Costa Ecuatoriana. Situada a 32 kilómetros de la ciudad de Manta, pertenece a la parroquia rural de San Lorenzo, en la provincia de Manabí.

Es una playa con una extensión aproximada de 3 kilómetros a la cual se accede por vía costanera. Posee una vista maravillosa desde el faro, desde donde se puede divisar la isla de la Plata. Es una de las playas más importante y concurrida de la región, es ideal para practicar todo tipo de deportes acuáticos los cuales cuentan con prestadores de servicios.

La playa de San Lorenzo se encuentra en el cabo mismo nombre, es la punta más sobresaliente de la costa manabita, comprende desde Cabo San Lorenzo hasta Punta Tenidero del Bravo.

San Lorenzo es reconocido por turistas nacionales y extranjeros por su tranquilidad y clima que lo han transformado en una opción para el turista que busca disfrutar de un lugar apartado de la ciudad. Posee temperatura media que oscila entre los 25° y los 29° C.

Tiene un paisaje muy característico, con formaciones rocosas, cuevas y acantilados. En lo más alto de la montaña se encuentra el mirador del faro con una vista maravillosa hacia el océano y las playas cercanas.

Desde la playa de San Lorenzo se pueden divisar diversas formas rocosas, cuevas, aves marinas y la isla de la Plata con su increíble demostración de ballenas jorobadas cuando pasan de norte a sur en los meses de junio a septiembre.

Playa San Lorenzo también es el lugar perfecto para quienes gustan del ecoturismo, ya que cuenta con un área protegida de 13545 hectáreas, donde se puede disfrutar de la intacta naturaleza.

Sus tranquilas aguas son marcadas por el constante ir y venir de las embarcaciones, tanto para el transporte de turistas como para la pesca deportiva.

Es una playa muy concurrida por los amantes de las olas, como surfistas y bodyboarders. San Lorenzo es un lugar con un encanto natural, donde el visitante puede escuchar el murmullo del mar, rodeado de la singular belleza.

El paisaje es predominantemente marítimo con horizonte despejado, enfrentando con plena visibilidad el occidente de norte a sur, a excepción del punto 230° sur-este en que se aprecia la silueta de la Isla de la Plata, hacia la espalda colineamiento continuo formando en algunos tramos acantilados con salientes rocosas.

Su fiesta de parroquialización la celebran el 10 de agosto de cada año.

10. PROCESO METODOLÓGICO

10.1 TIPO O NIVEL DE LA INVESTIGACIÓN

10.1.1. MÉTODOS

Método deductivo: Considerando que se analizaron las necesidades comunicacionales que existen en la parroquia de San Lorenzo en el período 2017-2018.

Método inductivo: Porque se estudiaron las ventajas de las necesidades comunicacionales que existen en la parroquia de San Lorenzo.

Método Estadístico: Permitió ayudar a la tabulación de los datos, la graficación e interpretación y análisis de resultados.

Método sintético: En la elaboración de las conclusiones y recomendaciones.

10.1.2. TÉCNICAS

Las técnicas que se aplicaron para la recolección de datos son:

Bibliográficas: En la fundamentación teórica.

Encuestas: En la recolección de la información de campo, a través de las encuestas aplicadas a la comunidad de la parroquia San Lorenzo de Manta.

Entrevista: para la autoridad de la Junta Parroquial de San Lorenzo.

10.2. POBLACIÓN

El presente proyecto de grado se efectuó en la parroquia rural de San Lorenzo de Manta.

10.3. MUESTRA

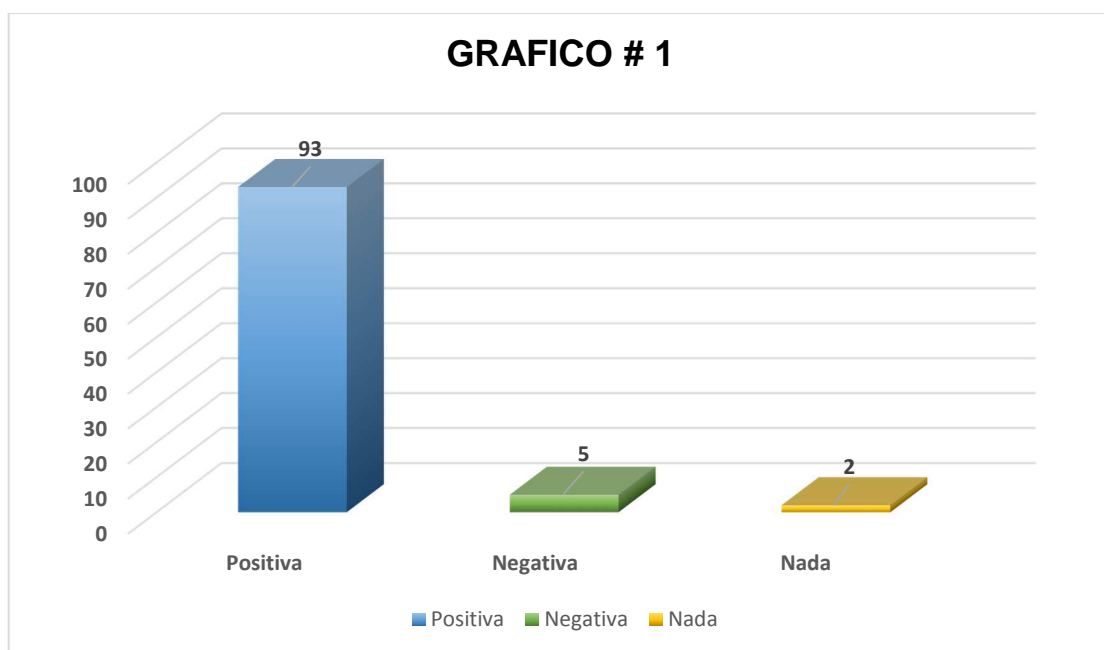
Se tomó en consideración una muestra no probabilística a 100 personas, habitantes de la parroquia San Lorenzo de Manta y una entrevista al presidente de la Junta Parroquial de San Lorenzo.

11.- DIAGNÓSTICO O MUESTRA DE ESTUDIO

11.1.- ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS A LA CIUDADANÍA DE LA PARROQUIA RURAL DE SAN LORENZO DE MANTA

1.- ¿Considera usted necesario analizar cuáles son las necesidades comunicacionales que existen en la parroquia San Lorenzo, en el periodo 2017-2018?

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Positiva	93	93,00%
Negativa	5	5,00%
Nada	2	2,00%
TOTAL	100	100,00%



Fuente: Ciudadanía de la parroquia San Lorenzo de Manta

Realizado por: Oscar Jacinto Párraga Mendoza.

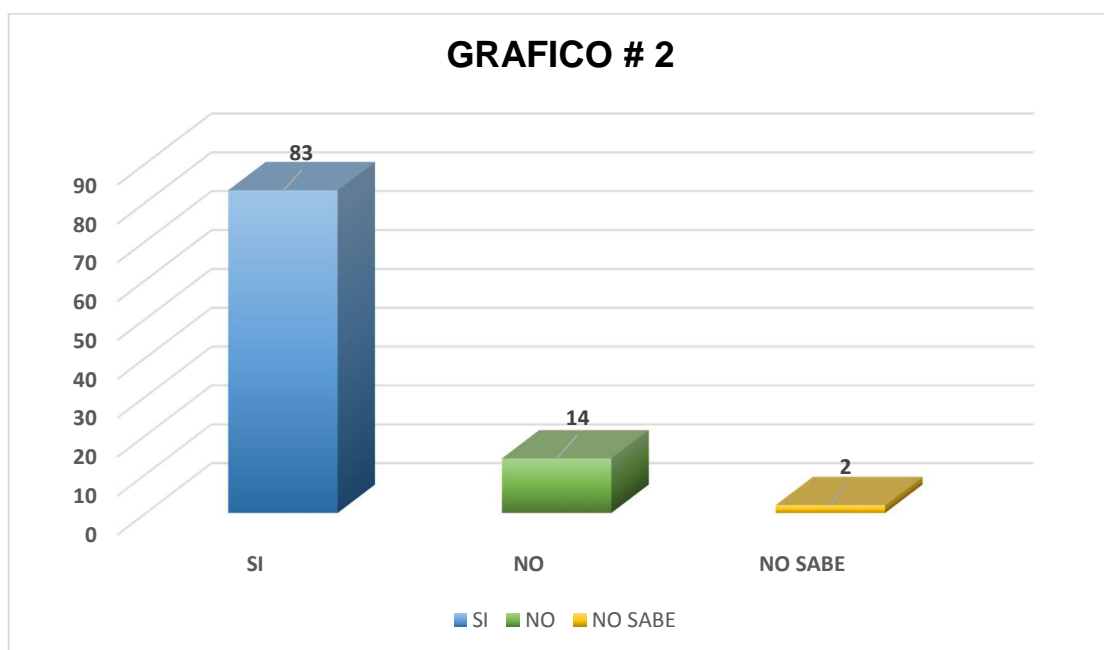
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En el cuadro número uno al preguntar si se considera necesario analizar cuáles son las necesidades comunicacionales que existen en la parroquia San Lorenzo, un 93% dijo positivo; en tanto que un 5% por ciento expresó negativo. Finalmente un 2% nada.

En consecuencia, los encuestados mayoritariamente deducen que existen necesidades comunicacionales en la parroquia San Lorenzo de Manta, esto indica que hay deficiencia de servicios básicos y tecnológicos para comunicarse tanto interno como externamente en este importante sector rural del cantón.

2.- ¿De acuerdo a su criterio es indispensable conocer cuáles son las necesidades comunicacionales existentes en la parroquia de San Lorenzo?

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	83	83,00%
No	14	14,00%
No sabe	3	3,00%
TOTAL	100	100,00%



Fuente: Ciudadanía de la parroquia San Lorenzo de Manta

Realizado por: Oscar Jacinto Párraga Mendoza.

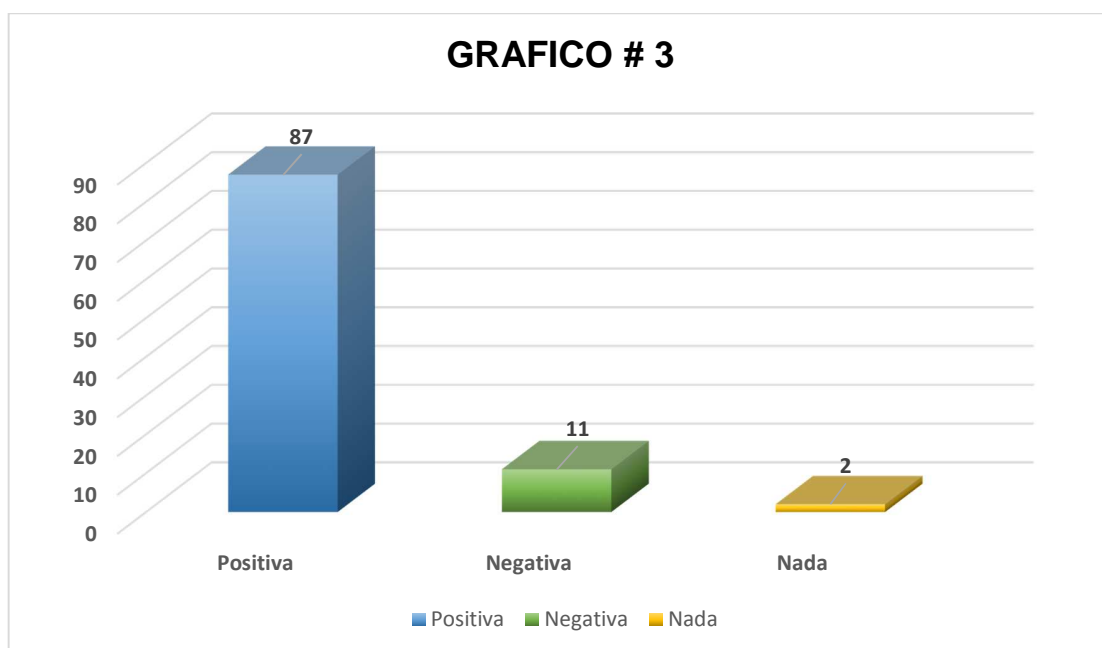
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Al preguntársele a los encuestados el criterio si es indispensable conocer cuáles son las necesidades comunicacionales existentes en la parroquia de San Lorenzo, respondieron que sí un 83%, mientras que un 14% No. Finalmente un 3% expresó no sabe.

En consecuencia, los encuestados concuerdan que sí es necesario conocer las necesidades comunicacionales existentes en la parroquia rural de San Lorenzo. Esto demuestra la necesidad de fortalecer de diversas modales con los cuales los habitantes de un determinado sector de Manta y la provincia pueden mejorar su sistema de comunicación.

3.- ¿Cree usted necesario constituir canales de información que fortalezcan la expansión de los mensajes comunicacionales en la población de San Lorenzo?

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Positiva	87	87,00%
Negativa	11	11,00%
Nada	2	2,00%
TOTAL	100	100,00%



Fuente: Ciudadanía de la parroquia San Lorenzo de Manta

Realizado por: Oscar Jacinto Párraga Mendoza.

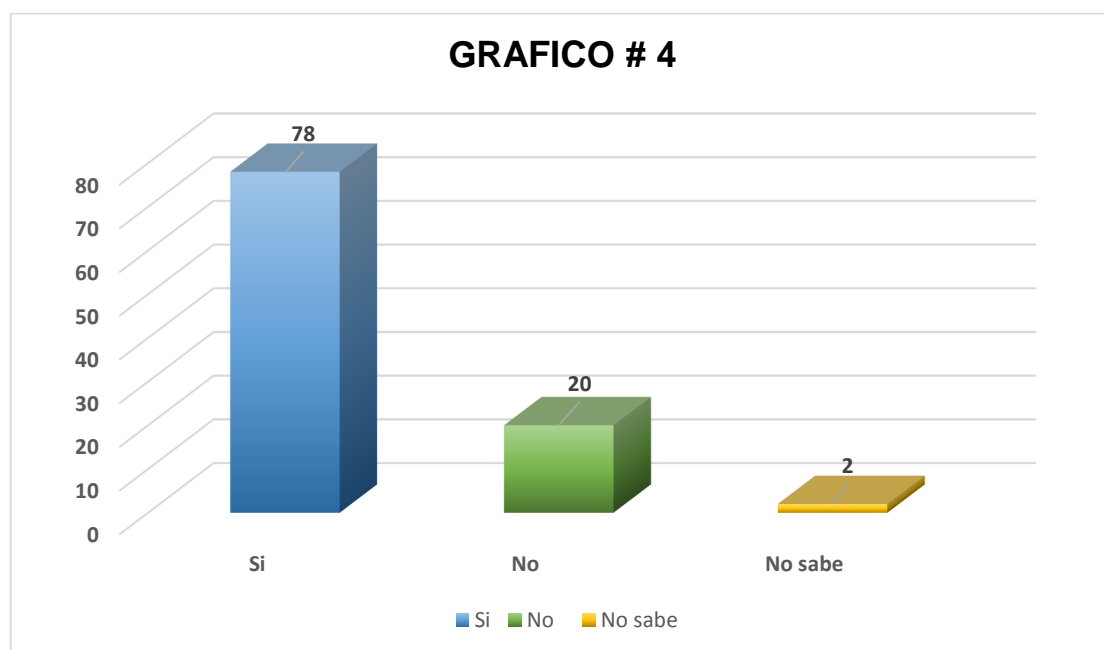
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El gráfico muestra que un 87% dijo positiva, mientras que un 11% manifestó negativa, y, un 2% Nada, al saber en los encuestados si es necesario constituir canales de información que fortalezcan la expansión de los mensajes comunicacionales en la población de San Lorenzo.

Se deduce que la mayoría de los encuestados coinciden en revelar que sí es necesario constituir canales de información que fortalezcan la expansión de los mensajes comunicacionales en la población de San Lorenzo, es decir aplicar nuevas estrategias que permitan fortalecer el proceso de comunicación dentro y fuera de la parroquia.

4.- ¿Considera importante promover el adecuado uso de la comunicación como un importante vínculo de desarrollo entre la población y otros sectores del cantón Manta y el mundo?

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	78	78,00%
No	20	20,00%
No sabe	2	2,00%
TOTAL	100	100,00%



Fuente: Ciudadanía de la parroquia San Lorenzo de Manta

Realizado por: Oscar Jacinto Párraga Mendoza.

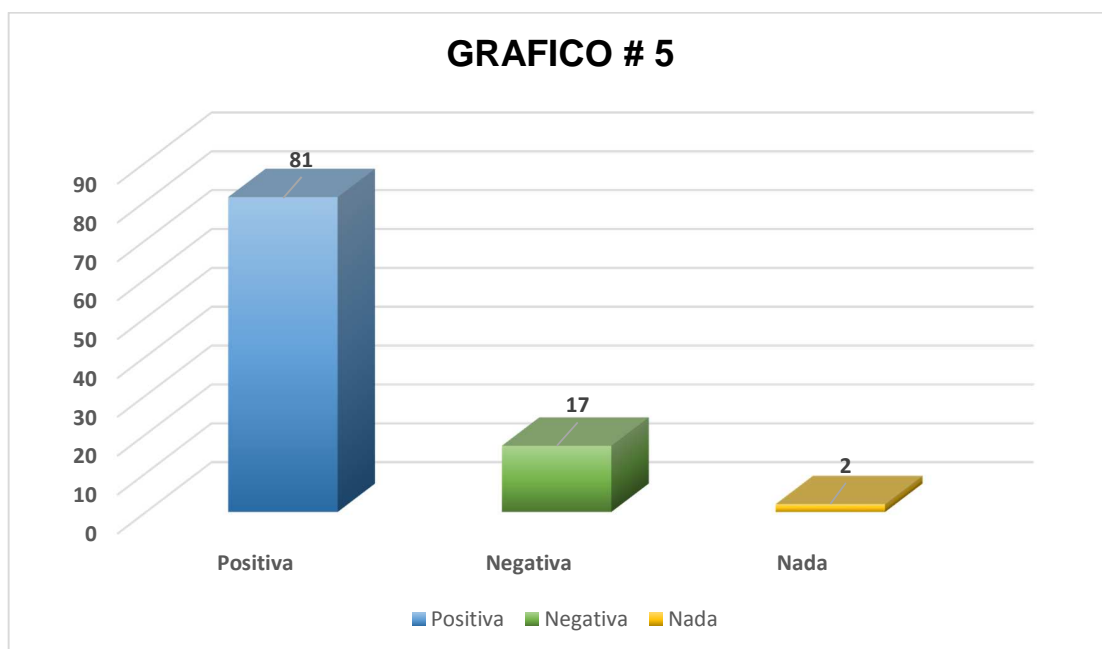
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En el gráfico se muestra que un 78% de los habitantes dice que sí; mientras un 20% expresa que no; y un 2% dice no sabe, en relación si considera importante promover el adecuado uso de la comunicación como un importante vinculo de desarrollo entre la población y otros sectores del cantón Manta y el mundo.

Se demuestra que los encuestados si consideran importante promover el adecuado uso de la comunicación como un importante vinculo de desarrollo entre la población y otros sectores del cantón Manta y el mundo.

5.- ¿Cree usted que con la implementación de adecuados canales de información, la comunicación incide significativamente en la parroquia de San Lorenzo?

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Positiva	81	81,00%
Negativa	17	17,00%
Nada	2	2,00%
TOTAL	100	100,00%



Fuente: Ciudadanía de la parroquia San Lorenzo de Manta

Realizado por: Oscar Jacinto Párraga Mendoza.

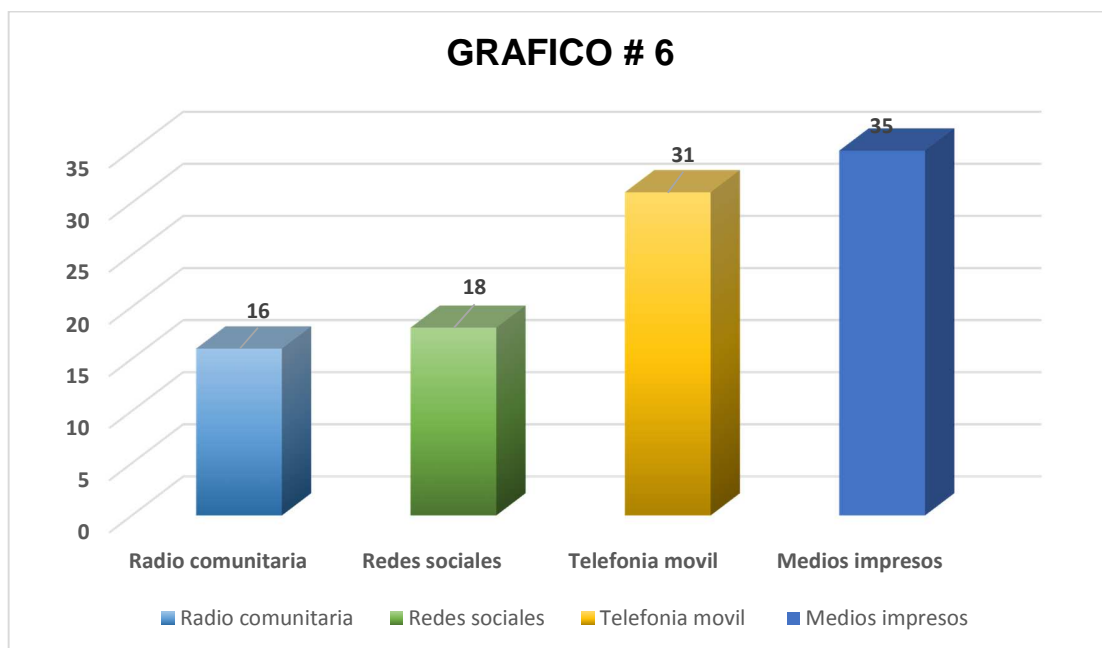
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El gráfico muestra que un 81% expresa positiva; en tanto que un 17% dice negativa; y finalmente un 2% manifiesta nada. Al indicar que con la implementación de adecuados canales de información, la comunicación incide significativamente en la parroquia de San Lorenzo

En consecuencia, los encuestados manifiestan que con la implementación de adecuados canales de información, la comunicación incide significativamente en la parroquia de San Lorenzo, lo que permitirá en acceder proporcionalmente a comunicarse positivamente entre los miembros de esta comunidad mantense.

6.- ¿Qué tipos de canales de información necesita la parroquia San Lorenzo para fortalecer la expansión de los mensajes comunicacionales?

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Radio comunitaria	16	16,00%
Redes sociales	18	18,00%
Telefonía móvil	31	31,00%
Medios impresos	35	35,00%
TOTAL	100	100,00%



Fuente: Ciudadanía de la parroquia San Lorenzo de Manta

Realizado por: Oscar Jacinto Párraga Mendoza.

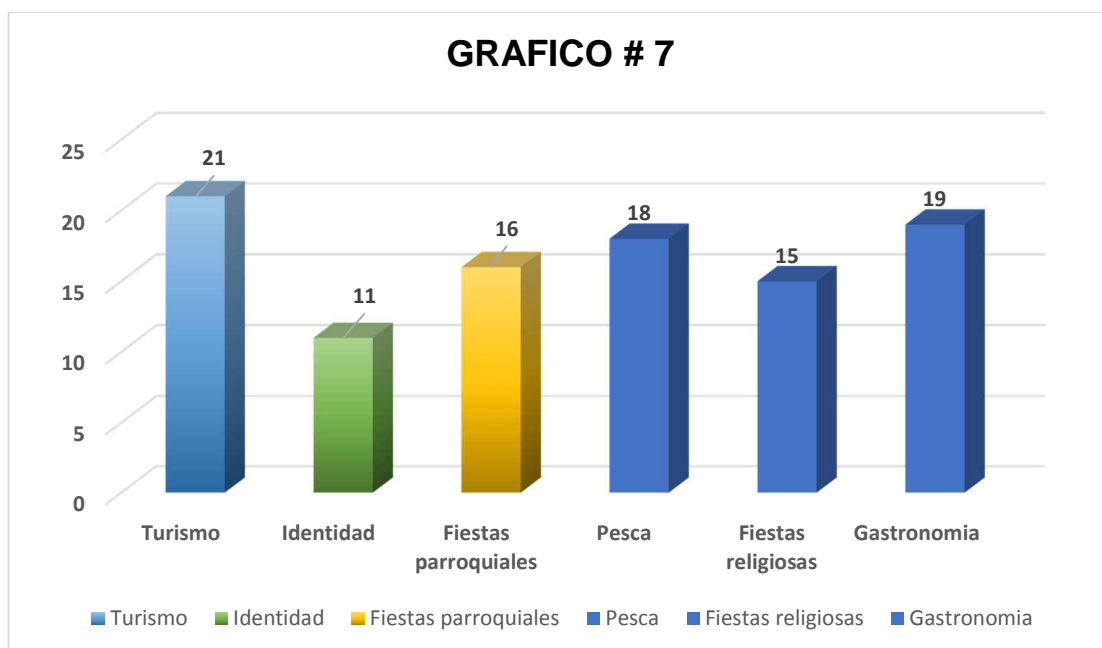
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El gráfico número seis muestra que un 16% dice Radio comunitaria; un 18% expresa Redes sociales; un 31% telefonía móvil; en tanto un 35% manifiesta medios impresos.

En consecuencia los encuestados señalan que necesitan de diferentes tipos de canales de canales de información necesita la parroquia San Lorenzo para fortalecer la expansión de los mensajes comunicacionales, señalando en primer lugar a medios impresos, seguido de telefonía móvil, redes sociales y finalmente radio comunitaria.

7.- ¿Cree usted necesario hacer conocer la identidad de la parroquia de San Lorenzo a través de?

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Turismo	21	21,00%
Identidad	11	11,00%
Fiestas parroquiales	16	16,00%
Pesca	18	18,00%
Fiestas religiosas	15	15,00%
Gastronomía	19	19,00%
TOTAL	100	100,00%



Fuente: Ciudadanía de la parroquia San Lorenzo de Manta

Realizado por: Oscar Jacinto Párraga Mendoza.

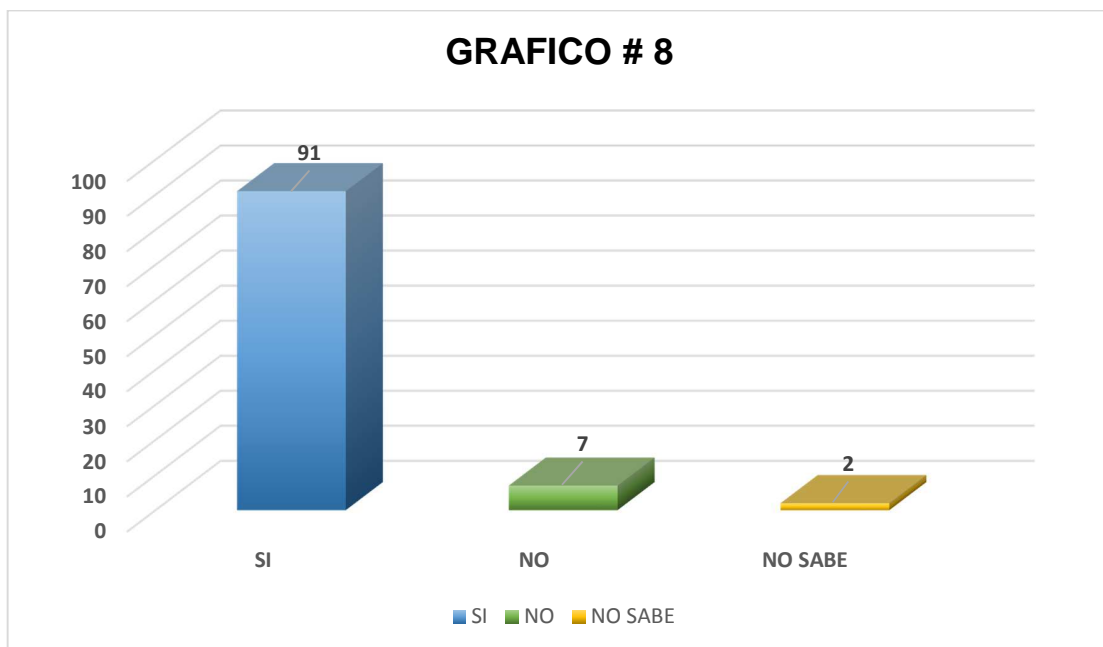
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El gráfico número siete señala turismo un 21%, identidad un 11%, fiestas parroquiales 16%, en tanto que pesca 18%, mientras que un 15% fiestas religiosas, y finalmente un 19% gastronomía.

Por lo expuesto se interpreta que los habitantes consideran hacer conocer la identidad de la parroquia de San Lorenzo a través del turismo, gastronomía, pesca, fiestas parroquiales, fiestas religiosas y finalmente identidad a través de nuevos canales comunicacionales entre sus habitantes y el resto del mundo.

8.- ¿Es necesario para usted hacer conocer a la parroquia San Lorenzo para propiciar un desarrollo ante las autoridades del municipio de Manta?

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	91	91,00%
No	7	7,00%
No sabe	2	2,00%
TOTAL	100	100,00%



Fuente: Ciudadanía de la parroquia San Lorenzo de Manta

Realizado por: Oscar Jacinto Párraga Mendoza.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El gráfico muestra que un 91% dice sí; mientras un 7% expresa no, y otro 2% manifiesta no saber. En relación a hacer conocer a la parroquia San Lorenzo para propiciar un desarrollo ante las autoridades del municipio de Manta.

Por lo expuesto se interpreta que los habitantes de la parroquia rural de San Lorenzo, desean hacer conocer a esta comunidad para insertarse en un contexto de progreso y bienestar, contando con adecuados canales de comunicación donde fluya el diálogo, contacto ante las autoridades del municipio de Manta, entidad rectora de la obra pública en el cantón.

12.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

12.1.- CONCLUSIONES

Conclusiones en relación al objetivo general que expresa: Analizar las necesidades comunicacionales que existen en la parroquia San Lorenzo, en el periodo 2017-2018.

En consecuencia, se concluye analizando que existen necesidades comunicacionales en la parroquia San Lorenzo de Manta, que hay deficiencia de servicios básicos y tecnológicos para comunicarse tanto interno como externamente en este importante sector rural del cantón.

Conclusiones en relación al primer objetivo específico que expresa: Conocer cuáles son las necesidades comunicacionales existentes en la parroquia de San Lorenzo.

Se concluye que es necesario hacer conocer las necesidades comunicacionales existentes en la parroquia rural de San Lorenzo, demostrando la necesidad de fortalecer de diversas maneras con los cuales los habitantes de un determinado sector de Manta y la provincia pueden mejorar su sistema de comunicación.

Conclusiones en relación al segundo objetivo específico que expresa:

Constituir canales de información que fortalezcan la expansión de los mensajes comunicacionales en la población de San Lorenzo

Se concluye que es necesario constituir canales de información que fortalezcan la expansión de los mensajes comunicacionales en la población de San Lorenzo, aplicando nuevas estrategias que permitan fortalecer el proceso de comunicación dentro y fuera de la parroquia.

Conclusiones en relación al tercer objetivo específico que expresa: Promover el adecuado uso de la comunicación como un importante vínculo de desarrollo entre la población y otros sectores del cantón Manta y el mundo.

Se concluye que es importante promover el adecuado uso de la comunicación como un importante vínculo de desarrollo entre la población y otros sectores del cantón Manta y el mundo.

12.2.- RECOMENDACIONES

Recomendaciones en relación al objetivo general:

Se recomienda analizar las necesidades comunicacionales en la parroquia San Lorenzo de Manta, que hay deficiencia de servicios básicos y tecnológicos para comunicarse tanto interno como externamente en este importante sector rural del cantón.

Recomendaciones en relación al primer objetivo específico:

Se recomienda hacer conocer las necesidades comunicacionales existentes en la parroquia rural de San Lorenzo, demostrando la necesidad de fortalecer de diversas maneras con los cuales los habitantes de un determinado sector de Manta y la provincia pueden mejorar su sistema de comunicación.

Recomendaciones en relación al segundo objetivo específico:

Se recomienda constituir canales de información que fortalezcan la expansión de los mensajes comunicacionales en la población de San Lorenzo, aplicando nuevas estrategias que permitan fortalecer el proceso de comunicación dentro y fuera de la parroquia.

Recomendaciones en relación al tercer objetivo específico:

Se recomienda promover el adecuado uso de la comunicación como un importante vínculo de desarrollo entre la población y otros sectores del cantón Manta y el mundo.

13.- BIBLIOGRAFÍA

1. Beltrán, L. (2005). "La comunicación para el desarrollo en Latinoamérica, un recuento de medio siglo." III congreso panamericano de comunicación, Buenos Aires.
2. Benavides, J. (2004). Medios de comunicación comunitaria: entre los deseos y los espejismos de la ciudadanía.
3. Berrigan, F. (1981). La comunicación comunitaria. cometido de los medios de comunicación comunitaria en el desarrollo. estudios y documentos de comunicación social.
4. Bonfiglio, G (1982). Desarrollo de la comunidad y trabajo social. Lima, Ediciones Celats.
5. Cabello, R. (2002). La comunicación desde la perspectiva del desarrollo humano. Argentina: Universidad Nacional de Río Cuarto.
6. Carpentier, N y Servaes, J. (2003). Making community media work. París: Unesco.
7. Carvajal, B. (2011). Desarrollo local: manual básico para agentes de desarrollo local y otros actores. Madrid, Cersa editores.
8. Castells, M. (2009). Comunicación y poder. España: Alianza Editorial, S.A.
9. Cootad. (2012). Código orgánico de organización territorial, autonomía y descentralización. Quito, Ecuador: Ministerio de coordinación de la política y gobiernos autónomos descentralizados.
10. Costa, J. (2008). La comunicación en acción. Barcelona: Ediciones Piados.
11. De Moragas, M. (1981). Teorías de la comunicación. España.

12. Dr. Jorge Barnuevo Romero e Arévalo Jaramillo, María Inés, 2011. Incidencia de productos comunicacionales con perspectivas turísticas, que incluyan aspectos geográficos y culturales de la parroquia Malacatos del cantón y provincia de Loja.- propuesta alternativa. Período: junio 2008-agosto 2009.
13. España Salvador, Rommy Andrea, 2017. Proyecto de sistematización de los procesos comunicacionales del Gad de Nayón [p://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/12805](http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/12805)
14. Gonzáles Oviedo, Mauricio Efraín Y Escobar Moreira, Anahí Elisa, 2013. Producto comunicacional semanario para la parroquia San Andrés de Canoa - Manabí. Tesis previa a la obtención del Título de Licenciada en Comunicación Social. Carrera de Comunicación Social. Quito: UCE. 108 p. <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/1423>.
15. Gumucio Dragon (2014). El cine comunitario en América Latina y El Caribe. Quito: Imprenta la Unión.
16. Guevara Sarabia, Cecilia Marlene, Análisis comunicacional de la cabecera parroquial Chongón perteneciente al cantón Guayaquil y creación de una revista comunitaria, 2015. Universidad de Guayaquil. Facultad de Comunicación Social. <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/7485>
17. Hamelink, C. (1999). Desarrollo humano. En reporte mundial para las comunicaciones y la información. Paris: Unesco.
18. López, V. (2012). Públicos, privados y comunitarios.
19. Luhmann, N. (1999). Estudio de la comunicación. Revista Sociológica.

20. Marta Rizo. Hacia un nuevo concepto de comunicación, El interaccionismo simbólico y la Escuela de Palo Alto. 2004, Portal de la Comunicación, página dos, <http://www.portalcomunicacio.com/download/17.pdf>
21. Martínez, M. & Sierra C. (2012). Comunicación y desarrollo: prácticas comunicativas y empoderamiento local. España: Editorial Gedisa S.A.
22. Mayorga, R. (2004). Las noticias internacionales y la dependencia de los canales chilenos con los centros de generadores de noticias.
23. Mcquail, D. (2000). Introducción a la teoría de comunicación de masas. España: Paidós Ibérica, S.A.
24. Milan, S. (2006). Medios comunitarios y regulación, una perspectiva de comunicación para el desarrollo. investigación y desarrollo.
25. Morfa, H. & Sol, G. (2012). Medios y desarrollo: un reto desde lo comunitario. Contribuciones a las ciencias sociales.
26. Nogueiras, L. (1996). La práctica y la teoría del desarrollo comunitario: descripción de un modelo. Madrid, Narcea.
27. Obregón, R. (2007). Comunicación, desarrollo y cambio social. Ohio, University. Unesco.
28. Revelo Ruiz José Luciano y Ruiz Espinoza Juan Pablo, comunicación social; contenidos periodísticos; comunicación alternativa; contenidos periodísticos; parroquia san francisco de Natabuela. 2015-2016.
29. <http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/4897>.
30. Serrano, C. (2011). Primeros medios comunitarios en Ecuador.
31. Universidad nacional experimental politécnica de la fuerza armada nacional (U.N.E.F.A). Medios de comunicación comunitarios.

32. Zarate, M. (2007). "Desarrollo comunitario", en Serrano, et al. Modelo de desarrollo humano comunitario. Sistematización de 20 años de trabajo comunitario. México, DF, Plaza y Valdés Editores.

14.- CRONOGRAMA

ACTIVIDADES	FECHAS EN MESES			
	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO	FEBRERO
Presentación del proyecto de investigación	X			
Aprobación del proyecto de investigación	X	X		
Recolección de información bibliográfica	X	X		
Aplicación de encuestas y entrevistas		X		
Elaboración del marco teórico		X	X	
Tabulación de los datos obtenidos			X	
Redacción de conclusiones y recomendaciones			X	
Redacción del primer borrador			X	
Corrección y presentación del proyecto de investigación			X	X
Sustentación del proyecto de investigación.			X	X

15.- ANEXOS



Uleam

Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí
Facultad Ciencias de la Comunicación
Carrera Periodismo

Encuesta aplicada a los habitantes de la parroquia San Lorenzo de Manta

OBJETIVO:

Evidenciar cuáles son las necesidades comunicacionales que existen en la parroquia de San Lorenzo, en el periodo 2017-2018.

Estimado Joven, Señor o Señora:

Un egresado de La universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Facultad Ciencias de la Comunicación, carrera de Periodismo, está realizando un estudio previo a la obtención del título de Licenciado en Ciencias de la comunicación y cuyo objetivo es: Evidenciar cuáles son las necesidades comunicacionales que existen en la parroquia de San Lorenzo, en el periodo 2017-2018.

Indicaciones:

Señale con una X en el casillero de la respuesta que estime conveniente.

1.- ¿Considera usted necesario evidenciar cuáles son las necesidades comunicacionales que existen en la parroquia de San Lorenzo, en el periodo 2017-2018?

a) Positiva b) Negativa c) Nada

2.- ¿De acuerdo a su criterio es indispensable conocer cuáles son las necesidades comunicacionales existente en la parroquia de San Lorenzo?

a) Si b) No c) No sabe

3.- ¿Cree usted que es necesario constituir canales de información que fortalezcan la expansión de los mensajes comunicacionales en la población de San Lorenzo?

a) Positiva b) Negativa c) Nada

4.- ¿Considera importante promover el adecuado uso de la comunicación como un importante vinculo de desarrollo entre la población y otros sectores del cantón Manta y el mundo?

a) Si b) No c) No sabe

5.- ¿Cree usted que, con la implementación de adecuados canales de información, la comunicación incide significativamente en la parroquia San Lorenzo?

a) Positiva b) Negativa c) Nada

6.- ¿Qué tipos de canales de información necesita la parroquia San Lorenzo para fortalecer la expansión de los mensajes comunicacionales?

a) Radio Comunitario b) Redes Sociales
c) Telefonía móvil d) Medios impresos

7.- ¿Cree usted que es necesario hacer conocer la identidad de la parroquia San Lorenzo a través de turismo, identidad, fiestas patronales, fiestas religiosas, pesca y turismo?

- | | | | |
|-------------------------|--------------------------|----------------|--------------------------|
| a) Turismo | <input type="checkbox"/> | b) identidad | <input type="checkbox"/> |
| c) Fiestas parroquiales | <input type="checkbox"/> | d) pesca | <input type="checkbox"/> |
| e) Fiestas Religiosas | <input type="checkbox"/> | f) Gastronomía | <input type="checkbox"/> |

8.- ¿Es necesario para usted hacer conocer a la parroquia San Lorenzo para propiciar un desarrollo ante las autoridades del municipio de Manta?

- | | | | | | |
|-------|--------------------------|-------|--------------------------|------------|--------------------------|
| a) Si | <input type="checkbox"/> | b) No | <input type="checkbox"/> | c) No sabe | <input type="checkbox"/> |
|-------|--------------------------|-------|--------------------------|------------|--------------------------|

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ENTREVISTA

NOMBRE: Klever Reyes

FUNCIÓN: Presidente de la Junta Parroquial

LUGAR: Parroquia rural de San Lorenzo de Manta.

¿Considera usted necesario evidenciar cuales son las necesidades comunicacionales que existen en la parroquia de San Lorenzo, en el periodo 2017-2018?

Es importante hacer evidenciar las necesidades comunicacionales que existen en esta parroquia San Lorenzo, porque gracias a ello las personas o autoridades que no conocen, están al tanto de lo que se necesita para progresar y convertirnos en una parroquia libre de problemáticas para progresar.

¿De acuerdo a su criterio es indispensable conocer cuáles son las necesidades comunicacionales existente en la parroquia de San Lorenzo?

Es muy indispensable que se tengan claro lo que pasa San Lorenzo y, no se oculte nada, más allá de que se conozcan, se deben resolver en su mayoría todas las necesidades de nuestra parroquia para poder vivir bien.

¿Cree usted que es necesario constituir canales de información que fortalezcan la expansión de los mensajes comunicacionales en la población de San Lorenzo?

Estoy de acuerdo que existan medios en los cuales los habitantes de San Lorenzo, hagan conocer por lo que vivimos y lo que necesitamos a diario. Tenemos derecho a informar y mantenernos informados de las cosas que hacen y de las que no, para así poder trabajar por el desarrollo de San Lorenzo.

¿Considera importante promover el adecuado uso de la comunicación como un importante vínculo de desarrollo entre la población y otros sectores del cantón Manta y el mundo?

El uso adecuado de la comunicación siempre será visto como algo positivo ante la sociedad, es un importante vínculo que se logra con cada morador de un sector, porque a través de ello nos sentimos seguros de conocer y expresar todo lo que sucede en cualquier lugar del mundo. Lo que nunca podemos aceptar, es el mal uso de la comunicación o más bien que no se digan las cosas como son o se tapen cosas por algún motivo o compromiso.

¿Cree usted que, con la implementación de adecuados canales de información, la comunicación incide significativamente en la parroquia San Lorenzo?

La implementación de canales de información o medios de comunicación aporta de buena manera a nuestra parroquia, siempre hemos vivido alejados de estos medios por motivo de la distancia de la zona urbana; cuando hemos querido dar a conocer las necesidades por las que pasa San Lorenzo debemos acercarnos a los medios y difundir aquello. Sería de gran importancia que existan personas profesionales de la comunicación que nos visiten y palpen por lo que se desarrolla en la parroquia y lo que nos hace falta. Todo no es malo de parte de la Junta Parroquial de San Lorenzo en muchas ocasiones se logra solucionar series de necesidades que está a nuestro alcance y competencia.

¿Qué tipos de canales de información necesita la parroquia San Lorenzo para fortalecer la expansión de los mensajes comunicacionales?

San Lorenzo necesita medios de comunicación comunitarios que estén al tanto de las cosas que se realizan en la parroquia, y también den a conocer por lo que se vive. Creo que una radio nos ayudaría mucho para que cada ciudadano se acerque y manifieste lo positivo y negativo de donde habitamos, estoy de acuerdo también el uso de redes sociales porque ahora de las noticias nos enteramos más rápido por este medio.

¿Cree usted que es necesario hacer conocer la identidad de la parroquia San Lorenzo a través de turismo, identidad, fiestas patronales, fiestas religiosas, pesca y turismo?

Creo que todo lo que promueve al turismo de San Lorenzo debe darse a conocer como en otras partes de los cantones de Manabí, nuestras actividades, quienes somos, a que nos dedicamos y sobre todo la rica gastronomía que contamos por vivir cerca al mar. Con todo esto lograríamos que más turistas se interesaran por visitarnos en toda época del año y con esto se mejoraría el ingreso de las personas que tienen negocios y tratan de vivir del turismo. Contamos con excelentes playas en Manta una de ella es la de San Lorenzo, pero pocas personas la conocen.

¿Es necesario para usted hacer conocer a la parroquia San Lorenzo para propiciar un desarrollo ante las autoridades del municipio de Manta?

Claro que es necesario dar a conocer nuestra bella parroquia de San Lorenzo, con esto informamos a muchas personas que Manta cuenta con atractivos turísticos en diferentes sectores. La falta de una planificación turística en el cantón hace que no nos visiten muy concurrido los turistas las autoridades de la ciudad deben trabajar en aquello para potencializar más las parroquias que están cerca al mar y brindan hermosos paisajes turísticos.

FOTOS



Entrevista con el señor Klever Reyes, Presidente de la Junta Parroquial de San Lorenzo de Manta.



El investigador cuando realizaba las encuestas con la comunidad.



El investigador con otro grupo de ciudadanos llenando las encuestas para estructurar el proyecto de investigación.



Con otro morador de la parroquia San Lorenzo de Manta.



Recorriendo la parroquia San Lorenzo para encuestar a los ciudadanos.



Varios moradores de San Lorenzo, llenando las encuestas para el investigador Oscar Párraga Mendoza.