



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD  
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD  
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

MEDIOS DE INFORMACIÓN ALTERNATIVOS Y SU INFLUENCIA EN LA  
COHESIÓN ENTRE DIRIGENTES DEL CABILDO Y HABITANTES DE LA  
COMUNA SAN PEDRO DEL CANTÓN SANTA ELENA EN EL PERIODO  
2012.

TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL GRADO DE  
LICENCIADA EN CIENCIAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

**AUTORAS:**

Erika Cacao Rosales  
Jessica Tumbaco Choez

**TUTOR:**

Ing. Carlos Jiménez

La Libertad - Ecuador  
Febrero del 2013

## DEDICATORIA

Dedicada en especial a Papito Dios por su infinita bondad, por la fuerza, sabiduría y Bendiciones que recibo de Él cada día, por regalarme la vida y poder disfrutar de su infinito amor, por haber permitido que culmine con éxito una nueva etapa de mi vida. ¡Porque con Él todo se puede!

A mi queridos y amados Padres: Guillermo y Janet por todo el apoyo, amor y confianza que me transmiten día a día, por dedicar partes de su tiempo enseñándome y brindándome consejos para conseguir mis objetivos. ¡Gracias, los adoro!

A mis hermanos: Diego y Viviana por el apoyo desinteresado y estar siempre presentes acompañándome cuando los necesito. A mis lindos sobrinos: Adonis y Luis quienes han sido mi motivación y mi felicidad en la culminación de mi trabajo.

Con Cariño

Erika

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo principalmente a Dios, por ser el forjador de mi camino y darme fuerzas necesarias para no desmayar en los momentos difíciles.

A mi madre Fernanda, por haberme apoyado siempre por sus excelentes consejos, sus valores, por la motivación que me ha permitido ser una persona de bien pero más que nada por tenerme suficiente paciencia y demostrarme siempre su amor incondicional.

A mi padre Carlos, por ser mi ejemplo de constancia y perseverancia por que apunta de trabajo y cariño me ha dado mucho más de lo que merezco.

A mis hermanos, por haber depositados su confianza en mí y en especial a mi hermana Katty por ser el ejemplo de hermana mayor.

A mis amigas, porque gracias a la ayuda mutua que siempre nos brindamos en los momentos, alegres, tristes y sobre todo en los más difíciles, siempre conservamos la fe logrando de esta manera, culminar otra etapa de nuestras vidas estudiantil.

Jessica

## **AGRADECIMIENTO**

A Papito Dios por guiarme por un buen camino, por hacer que no desmaye en los momentos difíciles, enseñándome a enfrentar las adversidades y no debilitarme en el intento y porque tengo la seguridad que siempre estará acompañándome.

A mis Papitos, agradezco de todo corazón por el apoyo moral y por la paciencia que me han tenido, durante el tiempo de la realización de mi trabajo. ¡En todo momento los llevo conmigo!

A mis Hermanos y sobrinos, pero sobre todo a mi Hermano por ser ejemplo de lucha, proyectándome a seguir adelante y porque al contar con ellos estoy segura que será para siempre.

A mis Familiares por el apoyo desinteresado y por alentarme con la frase “Tú puedes”.

A mi estimada amiga y compañera de Tesis Jessica, por el apoyo incondicional, por la alegría que transmite porque eso nos ayudó a no desmayar y poder así culminar nuestro trabajo.

Las gracias de manera especial por el tiempo impartido, esfuerzo y colaboración al Ing. Carlos Jiménez por brindarnos la confianza en la realización y culminación de mi trabajo de Tesis.

A la Carrera de Comunicación Social por darme la confianza necesaria y ser parte de ella, y de esta forma triunfar y seguir con mi formación Profesional.

Gracias de Corazón

Erika

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por haberme, permitido llegar a estas instancias, por cuidarme siempre y escucharme las veces que lo necesito y sobre todo por darme fuerza para seguir adelante.

A mis padres, Carlos y Fernanda que siempre me han demostrado su apoyo incondicional y a quienes debo este triunfo profesional, por todo su trabajo y dedicación para darme una formación académica, humanista y espiritual. De ellos es este triunfo y para ellos es todo mi agradecimiento.

A mi amiga y compañera de tesis Erika, que siempre me enseñó a salir adelante gracias a la ayuda mutua que siempre nos brindamos pudimos culminar nuestra tesis. A nuestro tutor Ingeniero Carlos Jiménez por brindarnos su confianza y su apoyo en nuestro trabajo de investigación.

A todas mis amigas, amigos, familiares y todas aquellas personas que han sido importantes para mí durante todo este tiempo. A todos mis maestros que aportaron con su granito de arena para mi formación profesional.

A todos muchas gracias...

Jessica

## Índice General

<b>Dedicatoria</b> .....	<b>II</b>
<b>Agradecimiento</b> .....	<b>IV</b>
<b>Índice General</b> .....	<b>VI</b>
<b>Índice Tablas</b> .....	<b>IX</b>
<b>Índice Gráficos</b> .....	<b>X</b>
<b>Índice Anexos</b> .....	<b>XI</b>
<b>Resumen</b> .....	<b>XII</b>
Introducción.....	13
Antecedentes.....	15
Planteamiento del Problema.....	16
Justificación .....	17
Objetivos de la Investigación .....	20
Objetivo General.....	20
Objetivos Específicos .....	20
Hipótesis.....	21
Operacionalización de Variables.....	21
Variable Independiente.....	21
Variable Dependiente .....	21
Matriz de la Operacionalización de las Variables .....	22
El Problema.....	24
Enunciado del Problema .....	24
Formulación del Problema .....	25
Delimitación Espacial .....	25
Delimitación Temporal.....	25
<b>CAPÍTULO I</b> .....	<b>26</b>
<b>MARCO TEÓRICO</b> .....	<b>26</b>
Fundamentación Científica .....	26
Iniciación de la Opinión Pública.....	26
Evolución Histórica del Concepto .....	27
La Opinión Pública.....	29
La Comunicación como ente regulador en el Ecuador.....	30
La Comunicación en y para las Organizaciones .....	30
La Comunicación estratégica en situaciones de crisis .....	32
Factores de cambio .....	33
Comunicación Institucional .....	34
La Comunidad .....	34
La Sociedad.....	36
Concepción Racionalista .....	37
Los Estereotipos.....	38
Publicidad e Irracionalidad.....	38

La Información Pública .....	39
Las Relaciones Públicas.....	40
De las Relaciones Públicas a la Comunicación .....	41
Medios Alternativos .....	41
Que son los Medios Alternativos.....	41
Comunicación Alternativa.....	43
Medios de Comunicación Alternativos .....	44
Contribución de los Medios de Comunicación Alternativos .....	44
Importancia de los Medios Alternativos y Comunitarios dentro de la Sociedad.....	45
Origen de los Medios de Información Alternativos .....	46
Masificación .....	46
Cohesion Comunitaria .....	47
Enfoque de cohesión Comunitaria .....	47
Cohesión Social .....	47
Interacción entre los Medios y la Comunidad.....	48
Conocimiento de la Tecnología de la Información y la Comunicación.....	49
Importancia de Participación Comunitaria.....	50
Tipos de Participación .....	51
Algunas características de la Participación:.....	51
Toma de Decisiones .....	52
Decisiones Individuales .....	52
Decisiones de Grupos.....	53
Decisiones institucionales .....	53
Los nuevos Medios de Comunicación y el trabajo social .....	53
MARCO LEGAL.....	55
MARCO REFERENCIAL O CONTEXTUAL.....	61
<b>CAPITULO II .....</b>	<b>64</b>
<b>METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>64</b>
Diseño de la Investigación. ....	64
Modalidad de la Investigación.....	65
Población y Muestra .....	65
Cálculo del Tamaño de la Muestra .....	66
Métodos.....	67
Método Científico.....	67
Método Inductivo.- .....	67
Técnicas de Investigación.....	67
Encuestas.- .....	67
Entrevistas.- .....	68
Tipos de Investigación .....	68
Por el Propósito.....	68
Por el Lugar.....	69
Por el nivel de Estudio .....	69

Recopilación de la Información .....	69
<b>CAPÍTULO III .....</b>	<b>70</b>
<b>ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS.....</b>	<b>70</b>
Conclusiones y Recomendaciones .....	100
Análisis e interpretación de la Entrevista .....	102
<b>CAPÍTULO IV.....</b>	<b>103</b>
<b>PROPUESTA .....</b>	<b>103</b>
Título de la Propuesta.....	103
Justificación .....	103
Diagnóstico.....	105
Fundamentación Teórica .....	107
Fundamentación Legal .....	112
Objetivos de la Propuesta.....	113
Objetivo General .....	113
Objetivos Específicos .....	113
Factibilidad .....	115
Financiera .....	115
Político – legal.....	116
Descripción de la Propuesta .....	116
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>131</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>133</b>



## Índice Tablas

<b>TABLA NO. 1</b> Operacionalización de las Variables .....	22
<b>TABLA NO. 2</b> Género de los habitantes de la Comunidad .....	70
<b>TABLA NO. 3</b> Instrucción académica de los habitantes .....	72
<b>TABLA NO. 4</b> Edad de los habitantes de la Comunidad.....	74
<b>TABLA NO. 5</b> Información por parte de los Dirigentes del Cabildo.....	76
<b>TABLA NO. 6</b> Talleres y actividades lúdicas preparadas por el cabildo para fortalecer la Comunicación en la Comunidad.....	78
<b>TABLA NO. 7</b> frecuencia que los dirigentes comunales realizan la rendición de cuentas.....	80
<b>TABLA NO. 8</b> Frecuencia de informe y la utilización de los medios de información alternativos .....	82
<b>TABLA NO. 9</b> Medios de información alternativos oportunos empleados para la difusión en la comunidad .....	84
<b>TABLA NO. 10</b> Uso de medios de información que utilizan los dirigentes del cabildo comunal de San Pedro .....	86
<b>TABLA NO. 11</b> Medios de información alternativos para informar sobre proyectos a realizar.....	88
<b>TABLA NO. 12</b> La gestión de evaluación a los dirigentes de la comuna San Pedro. ....	90
<b>TABLA NO. 13</b> Participa en proyectos de mejoramiento dentro de la comuna.....	92
<b>TABLA NO. 14</b> Sugerencias y opiniones para resolver problemas de tu comunidad .....	94
<b>TABLA NO. 15</b> Vinculación de los medios de información alternativos entre dirigentes y habitantes de la comunidad. ....	96
<b>TABLA NO. 16</b> Implementación de herramientas tecnológicas que fortalezcan los procesos de comunicación .....	98
<b>TABLA 17.</b> Capacitación a los dirigentes del cabildo comunal sobre el uso y manejo de los medios de información alternativos .....	123
<b>TABLA 18.</b> Capacitación a los dirigentes del cabildo comunal sobre la importancia de la participación comunitaria.....	126
<b>TABLA 19.</b> Capacitación A Los Dirigentes Del Cabildo Comunal Sobre Las Estrategias Comunicativa .....	129

## Índice Gráficos

<b>GRÁFICO NO. 1</b> Género de los habitantes de la Comunidad.....	70
<b>GRÁFICO NO. 2</b> Instrucción académica de los habitantes .....	72
<b>GRÁFICO NO. 3</b> Edad de los habitantes de la Comunidad .....	75
<b>GRÁFICO NO. 4</b> Información por parte de los Dirigentes del Cabildo .....	76
<b>GRÁFICO NO. 5</b> Talleres y actividades lúdicas preparadas por el cabildo para fortalecer la comunicación en la comunidad .....	78
<b>GRÁFICO NO. 6</b> Frecuencia que los dirigentes comunales realizan la rendición de cuentas.....	80
<b>GRÁFICO NO. 7</b> Frecuencia de informe y la utilización de los medios de información alternativos .....	82
<b>GRÁFICO NO. 8</b> Medios de Información Alternativos oportunos empleados para la difusión en la comunidad .....	84
<b>GRÁFICO NO. 9</b> Uso de medios de información que utilizan los dirigentes del cabildo comunal de san pedro .....	86
<b>GRÁFICO NO. 10</b> Medios de información alternativa para informar sobre proyectos a realizar.....	88
<b>GRÁFICO NO. 11</b> La gestión de evaluación a los dirigentes de la comuna san pedro. ....	90
<b>GRÁFICO NO. 12</b> Participa en proyectos de mejoramiento dentro de la comuna... ..	92
<b>GRÁFICO NO. 13</b> Sugerencias y opiniones para resolver problemas de tu comunidad.....	94
<b>GRÁFICO NO. 14</b> Vinculación de los Medios de Información Alternativos entre dirigentes y habitantes de la comunidad. ....	96
<b>GRÁFICO NO. 15</b> Implementación de herramientas tecnológicas que fortalezcan los procesos de comunicación .....	98

## Índice Anexos

<b>ANEXO 1.</b> Diseño de Encuesta .....	133
<b>ANEXO 2.</b> Diseño de Entrevista .....	136
<b>ANEXO 3</b> Fotografías .....	137

## **UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

Medios de información alternativos y su influencia en la cohesión entre dirigentes del cabildo y habitantes de la comuna San Pedro del Cantón Santa Elena en el periodo 2012.

**Autoras:** Erika Cacao Rosales  
Jessica Tumbaco Choez

### **RESUMEN**

La tecnología de la información y la comunicación han entrado en nuestra vida cotidiana; este es un hecho notable que lo percibimos inmediatamente al usarla y aplicarla, en ocasiones, de forma inconsciente en diversas actividades como social y humana. En nuestro entorno actual la información y comunicación se ha transformado en uno de los apoyos principales dentro de las comunidades, es por ellos que esta investigación analiza los medios de información alternativos que se brinda en las diferentes localidades de la comunidad de San Pedro, con el objetivo de explicar la situación existente. La base de la investigación será el contenido, es decir, conocer como es la condición de la información que llega a los hogares. Con la investigación vamos a constatar la situación actual de la temática en la comunidad, para ellos hay que diferenciar la calidad, la frecuencia y la forma de exponer la información. Para ellos se empezará por la recopilación de la información que posee la comunidad de San Pedro, con respecto a sus características esenciales de organización comunitaria. Por último se determinan algunas medidas o acciones de mejora para que los objetivos estratégicos que puedan ser aplicables y medibles en tiempo real.

## INTRODUCCIÓN

Los medios de información alternativos, en la sociedad actual constituyen parte de la realidad, por que nacen de una necesidad de comunicar e informar sobre los acontecimientos que surgen en nuestro entorno social. Desde allí, la importancia de reconocer la influencia de los medios de información alternativos con los grupos o autores sociales y su aporte con el desarrollo de las comunidades.

Actualmente, los medios de información alternativos, se han convertido en herramientas populares muy importantes para los miembros o dirigentes del cabildo que forman la Comuna San Pedro, los mismos que brindan una oportunidad de participación a través de la opinión, para expresar ideas, pensamientos, sentimientos, necesidades y sugerencias, como parte de un proceso comunicativo (oral, escrito) con el único propósito de resolver sus problemas sociales, económicos y culturales.

Con esta perspectiva se visualiza, a los grupos sociales dentro de la comunidad, como organizaciones estructuradas, capaces de promover sus propias redes de comunicación e información para servir a sus intereses relacionados con la comunidad, con el objetivo de estar más cerca a los habitantes y sean ellos los que se conviertan en actores claves de los temas de interés local, en el proceso de democratización de las comunicaciones.

Eso son los medios de información alternativos: instrumentos que sirven para darle voz a los que aún no son escuchados y sobre todo garantizan la verdadera expresión popular donde los consejos comunales, trabajadores y estudiantes tenga acceso a la intervención a través de sus propios medios de información.

Capítulo I comprende las diferentes definiciones primordiales y que tienen relación para el desarrollo de la investigación sobre los medios de

información alternativos y su influencia en la cohesión entre dirigentes del cabildo y habitantes de la comuna San Pedro, dentro de este capítulo también encontramos el marco conceptual que son nos muestran conceptos básicos e importantes y por último tenemos el marco legal correspondientes a los artículos de la constitución del Ecuador relacionados con el nuestro tema de investigación.

Capítulo II se desarrolla las estrategias metodológicas, en el que se analiza los métodos utilizados, la modalidad de la investigación, el tipo de investigación, la población, la muestra, los instrumentos utilizados para la investigación.

Capítulo III se refiere al análisis e interpretación de los resultados el cual establece la aptitud de esta tesis, en cuanto a la opinión de los habitantes para la realización de la investigación.

Capítulo IV describe la propuesta que se realizará en la investigación, sobre el diseño de plan de comunicación estratégico de difusión de las actividades del cabildo de la comuna San Pedro.

## ANTECEDENTES

Al principio los medios de información alternativos no eran tan asequibles a la mayoría de los públicos, pero a medida que han ido avanzando las nuevas tecnologías informáticas de captación, almacenaje y transmisión de datos, los medios alternativos empezaron a contar con una creciente cifra de espectadores. Lo que ha hecho que estos medios de comunicación cada vez estén más abiertos a la participación de los miembros de la comunidad a través de la creación de contenidos en todo aspecto ejecutante y de gestiones, para desarrollar con mayor fuerza un trabajo cuyo fin es el beneficio de la comunidad.

Entre las diversas acciones que cumplen estos medios de información dentro de la comunidad o sociedad civil organizadas vale recalcar la necesidad de definir las funciones sociales entre ellas tenemos: contribuyen al diálogo intercultural, a la alfabetización social, a la cohesión e integración social entre dirigentes comunales y demás pobladores.

Desde el punto de vista, en el rol social, a los medios alternativos se los conciben como, libres, comunitarios, autónomos, ciudadanos; porque contribuye e incrementar el trabajo en redes fortaleciendo así la sustentabilidad social de todo un sector, como desde el punto de vista de los autores de políticas, pues permite focalizar la política en aquellas similitudes sustantivas que desde el punto de vista de las políticas de comunicación cabe exigir a estos medios; a pesar de su gran diversidad de influencia, estilos, ideas y contenidos cuyos propósitos, es el mejoramiento de un balance equitativo de comunicación entre dirigentes y la población en general para el propio desarrollo de la comuna San Pedro del cantón Santa Elena.

## **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

En la actualidad la comunicación juega un papel preponderante en la sociedad, lo que ha provocado que los medios de información alternativos puedan darle la oportunidad a pequeñas comunidades de nuestro país, el derecho a exponer sus problemas, necesidades para equilibrar un subsistema de difusión y por consiguiente los procesos de producción, conservación de difusión de mensajes en materia de comunicación y cultura. Por ende el acceso a la información dentro de la comuna San Pedro es una herramienta fundamental para la participación considerando a los ciudadanos ente importante debido a que si ellos no tienen información y no conocen lo que sucede en su entorno difícilmente podrán participar adecuadamente y menos aún tomar decisiones acertadas.

La información y comunicación que existe en la comuna San Pedro es un vínculo que requiere mucha atención, debido a las necesidades que se evidencian a la hora de emprender diferentes actividades; el poco interés por parte de los habitantes y dirigentes comunales en cuanto al uso y aplicación de los medios de información alternativos y que aún no son palpitados como iniciativa que le permita facilitar el paso a una audiencia educada, con criterio para emitir una información, objetividad e inclusive asignar un espacio, donde se exponga las problemáticas propias de toda la comuna.

El manejo adecuado de los diferentes medios alternativos facilita la fluidez de comunicación de información en la comunidad; el respaldo de la tecnología y el apoyo del talento humano se podrán promover una actividad de beneficios para la entidad y población en general, sobre todo el éxito y la importancia que estos medios logran tener en futuras generaciones, es decir que brindaran mejor difusión y promoción de información sociocultural en la comuna “San Pedro”.



## JUSTIFICACIÓN

La necesidad de profundizar el análisis del papel que desempeñan los medios de información alternativos o comunitarios en la relación organizacional de los dirigentes del cabildo de la “comuna San Pedro”, permitirá conocer ampliamente las diferentes falencias en cuanto al uso de los diferentes medios alternativos tales como boletines de prensa, panfletos, pancartas, perifoneo, postales, hoja volante, trípticos, pósteres, solicitudes, cámaras fotográficas, grabadoras de audio y video, equipos de comunicación celular y computadoras interconectadas en la web, las vallas publicitarias, los carteles: vídeos en internet entre otros; medios que han sido usado por los dirigentes para transmitir o hacer llegar una información al público exponiendo el contenido que estos tengan.

Por ende esta investigación pretende aclarar los comportamientos o causas que contribuyen a dichos aspectos negativos y busca soluciones alternativas caracterizando a la comunicación, como base primordial y fundamental que permita el mejoramiento comunicativo participativo y democrático con el fin de perfeccionar el clima laboral e institucional de los dirigentes comunales y su organización apropiada para llegar de la mejor manera al resto de la población. La importancia de la información no radica en el simple hecho de estar informados sino en cómo, usar la información para interactuar con quienes tienen responsabilidad, y derechos fundamentales a la comunicación e información para ser ciudadanos actores de su propio desarrollo a través de la participación popular; convirtiendo a la comunicación en un articulador y creador de temas de interés local dentro de la comunidad, fortaleciendo la democratización en la comuna.

Actualmente, las nuevas tecnologías, las redes sociales, el correo electrónico, las videos conferencias y demás técnicas inmediatas de comunicación se convierten en medios de comunicación alternativos más

eficaces y oportunos a la hora de enviar órdenes, hacerse cargo de algún tipo de trabajo por cualquier medio alternativo o simplemente recibir resultados al instante sin tener la precaución de saber quién es el receptor o emisor del mensaje, que persona y bajo qué circunstancias los elaboró o sencillamente si está bien hecho, lo que en realidad importa es la manera en que ha sido utilizada la información para la redacción o emisión de los diferentes comunicados por parte de los dirigentes del cabildo y su aportación para ampliar recursos tecnológicos a fin de hacer una programación de impacto atractiva para todo el público con las características de ser colectiva, participativa y planificada.

Los medios de información alternativos nacen de una profunda necesidad social, ya sea por razón de ser educativa, humana, cultural, ambiental, política, económica, etc. Además, estos invitan a la movilización social y su razón de ser es promover y convocar ideologías y eventos específicos, en los que las personas pueden manifestarse ya sea de forma virtual o físicamente. Cabe recalcar el interés de los medios de información alternativos con las instituciones públicas, y el vínculo en la captación y uso de los recursos necesarios para alcanzar objetivos en función de los posibles cambios organizacionales.

Como uno de los objetivos fundamentales de estos medios alternativos, abarca en la cantidad y la calidad, de los contenidos y mensajes de los intermediarios populares y colectivos de comunicación, así como en el uso oportuno, apropiado y se conviertan en nuestras herramientas de transmisión y difusión para acompañar los avances y experiencias sociales de la comuna “San Pedro”.

Lo interesante del proyecto Medios de información alternativos y su influencia en la cohesión entre dirigentes del cabildo y habitantes de la comuna San Pedro del cantón Santa Elena en el periodo 2012 incluye a toda comunidad

en general, porque precisamente son ciudadanos de esta localidad los que forman parte de este proceso comunicativo sin importar las distintas clases sociales, edades y políticas mancomunado en una acción de progreso en la sociedad peninsular.

## **OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **Objetivo General**

- Determinar problemas, necesidades y expectativas con relación al mejoramiento, implementación, equipamiento y aplicación de los medios de información alternativos en el enfoque laboral entre los habitantes y dirigentes del cabildo de la comuna San Pedro.

### **Objetivos Específicos**

- Incentivar a los dirigentes del cabildo a participar en talleres y actividades lúdicas, para fortalecer los procesos comunicativos.
- Conocer el desenvolvimiento laboral de los dirigentes del cabildo y su relación permanente con la comunidad mediante la participación popular.
- Conocer la situación actual de la “Comuna San Pedro” con respecto a la aplicación de los medios de comunicación alternativos como proceso de transformación socio-cultural, democrática y participativa.
- Identificar los problemas, necesidades, y expectativas de los dirigentes del cabildo mediante la integración respetando ideologías en el proceso comunicativo y su vínculo con el desarrollo institucional.

## **HIPÓTESIS**

Si se fortaleciera la difusión de la información entre los dirigentes y habitantes, se mejorará la relación en la implementación de procesos de comunicación entre los habitantes y dirigentes del cabildo de la comuna San Pedro.

## **OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES**

### **Variable Independiente**

Difusión de la Información

### **Variable Dependiente**

La cohesión entre dirigentes del cabildo y habitantes de la comuna San Pedro

## MATRIZ DE LA OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

**Tabla No. 1 Operacionalización de las Variables**

Hipótesis	Variables	Definición Conceptual	Indicadores	Ítems	Instrumentos
Si se fortaleciera la difusión de la información entre los dirigentes y habitantes, se mejorará la relación en la implementación de procesos de comunicación entre los habitantes y dirigentes del cabildo de la comuna San Pedro.	V.I. Difusión de la Información.	<b><i>Difusión de la Información.-</i></b> entendemos el conjunto organizado de trabajo humano, para difundir noticias, hechos, juicios, opiniones, ideas, a través de medios de comunicación social. Es la actividad que tiene por objeto distribuir los productos informativos con destino a un público más o menos determinado. Difundir informaciones es propagar conocimientos, lo cual implica alteridad, referencia a un público receptor.	Conjunto Organizado  Información independiente  Democracia Participativa  Difusión de acontecimientos.  Propagar conocimientos.	1.- ¿La información que recibe la comunidad por parte de los dirigentes del cabildo comunal es?  2.- ¿Ha participado en talleres y actividades lúdicas preparadas por el cabildo para fortalecer la comunicación en la comunidad?  3.- ¿Con qué frecuencia los dirigentes comunales realizan la rendición de cuentas o informes de labores del trabajo ejecutado en beneficio de la población?  4.- ¿Con qué frecuencia se informa y se utiliza los medios de información alternativos?  5.- ¿Considera usted oportuno los medios de información alternativos empleados para la difusión en la comunidad?  6.- ¿Considera apropiado el uso de los medios de información que utilizan los dirigentes del cabildo comunal?	Encuestas  Entrevistas

Hipótesis	Variables	Definición Conceptual	Indicadores	Ítems	Instrumentos
Si se fortaleciera la difusión de la información entre los dirigentes y habitantes, se mejorará la relación en la implementación de procesos de comunicación entre los habitantes y dirigentes del cabildo de la comuna San Pedro.	<p><b>V.D.</b></p> <p>La cohesión entre dirigentes del cabildo y habitantes de la comuna San Pedro</p>	<p>La cohesión comunitaria no surge de forma espontánea. Es el resultado de la suma de las decisiones individuales y colectivas de ciudadanos y autoridades.</p> <p>La cohesión comunitaria es un proceso a través del cual las sociedades garantizan que todas y todos alcancen su máximo potencial.</p> <p>Los medios alternativos o alterativos, como los llama Rafael Roncagliolo porque alteran y contestan la verticalidad de los medios hegemónicos, son parte del tercer sector de la información que es el único que garantiza el derecho a la comunicación de los pueblos y de sus culturas.</p>	<p>Decisiones individuales y colectivas.</p> <p>Alcanzar máximo potencial comunicativo.</p> <p>Alterativos</p> <p>Verticalidad</p> <p>Medios Hegemónicos</p> <p>Garantiza derechos</p>	<p>7.- ¿Con qué medios de información alternativos le gustaría que el cabildo comunal les informe sobre los proyectos a realizar?</p> <p>8.- ¿Cada qué tiempo se evalúa la gestión de los dirigentes?</p> <p>9.- ¿Participa usted con proyectos o alternativas de mejoramiento que sean tomadas en cuenta por los dirigentes del cabildo?</p> <p>10.- ¿Con qué frecuencia ha dado a conocer sugerencias y opiniones para resolver problemas de tu comunidad?</p> <p>11.- ¿Existe vinculación de los medios de información alternativos entre dirigentes y habitantes de la comunidad para un mejor desarrollo organizacional?</p> <p>12.- ¿Cuál sería su participación de implementarse herramientas tecnológicas que permitan fortalecer los procesos de comunicación en su comunidad?</p>	<p>Encuestas</p> <p>Entrevistas</p>

## EL PROBLEMA

Medios de información alternativos y su influencia en la cohesión entre dirigentes del cabildo y habitantes de la comuna san Pedro del Cantón Santa Elena en el periodo 2012.

### ENUNCIADO DEL PROBLEMA

La falta de conocimiento sobre el uso apropiado de los medios de información alternativos en los dirigentes y habitantes de la Comuna San Pedro y su relación en el ámbito laboral, social evidencia la investigación; asegurando un mejor desarrollo organizacional, comunicativo y democrático.

CAUSAS	EFFECTOS
Falta de credibilidad en los contenidos y mensajes emitidos, por los dirigentes del cabildo, descuidando los aspectos comunicativos y culturales.	Mala interpretación de los mensajes emitidos hacia los habitantes en procesos de administración y liderazgo.
Deficiente conocimiento en el manejo y ejecución de medios tecnológicos en la comunicación hacia la comunidad en general.	Poca participación de los habitantes en decisiones relacionadas al manejo y ejecución de la comunicación mediante los medios tecnológicos.
Poca participación por parte de la ciudadanía en los procesos de planificación institucional.	Falta de liderazgo de los directivos que involucren la participación de los habitantes en procesos de planificación institucional.
Desmotivación en el interés de difusión y propaganda para el fortalecimiento de una comunicación democrática, participativa y social.	Carencia de interés de difusión para el fortalecimiento de una comunicación democrática, participativa y social.
Carencia de comunicación y colaboración de las autoridades cantonales relacionadas a los proyectos del cabildo hacia la Comunidad.	Escasa comunicación de las actividades desarrolladas por el cabildo hacia la Comunidad.



## **FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿Cómo los medios de información alternativos y su influencia en la cohesión inciden en la toma de decisiones en los habitantes y dirigentes del cabildo de la comuna San Pedro?

### **DELIMITACIÓN ESPACIAL**

Este proyecto de investigación está delimitado en la comunidad de San Pedro del cantón Santa Elena, dirigido a los medios de información alternativos y su influencia en la cohesión dirigentes del cabildo y habitantes, donde se evaluara temas que abarcan la problemática; en el presente proyecto investigativo tendrá inicio a partir del último trimestre del 2012 y culmina a partir del mes de marzo del 2013.

### **DELIMITACIÓN TEMPORAL**

Los datos que se manejarán para el estudio y elaboración del proyecto, el cual va a presentarse a partir del último trimestre del 2012 hasta el mes de marzo del año 2013.

## CAPÍTULO I

### MARCO TEÓRICO

#### FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA

##### **Iniciación de la Opinión Pública.**

La opinión pública o bien el conjunto de fenómenos que se expresan a través de ella; ha cobrado en el mundo contemporáneo una fuerza tan excepcional como imposible de no tomar en cuenta cuando se vive en una sociedad tan eminentemente hija de la opinión de los grupos o conglomerados sociales, quienes han reconocido en la opinión de los ciudadanos el fundamento de la autoridad.

La opinión pública no parece ser un fenómeno exclusivo de la sociedad de masas, su importancia fue reconocida desde tiempos muy remotos, desde la antigüedad greco-latina hasta el surgimiento de la sociedad industrial, aun cuando en aquellos lejanos tiempos los escritores políticos, hombres de letras, historiadores o filósofos no se refirieron a ella de manera explícita y sistemática.<sup>1</sup>

Sucede sólo que la sociedad industrial ofrece generosamente a la opinión pública los componentes fundamentales para su formación, expresión e influencia: un sistema social compuesto por grandes aglomeraciones humanas en territorios delimitados y cercanos (las masas) y un sub-sistema de difusión e información colectiva, cuya alta tecnología le permite llevar a diario a cada ciudadano reportes del acontecer cotidiano de su propia nación y de todas las naciones del mundo. Masas y medios hacen entonces de la sociedad industrial la instancia privilegiada para el surgimiento y la influencia de la opinión pública.

---

<sup>1</sup> PALMER, Paul A. "the concept of public opinion in political theory". En: Essays in history and political theory in honor of Charles H. McIlwain. Citado por H.L. Childs .public opinion: nature, formation and role. EE.UU. Princeton, New Jersey. D. Van Nostrand Co.,Inc. p.26.

Esta sociedad está políticamente basada en el principio y practica del sufragio universal que se expresa a través del ejercicio del voto; y el voto puede ser considerado como la expresión jurídica de un estado de opinión pública que representa la voluntad general en un momento histórico determinado. De modo que muy bien pudiera decirse que las opiniones políticas de los ciudadanos expresadas bajo la forma del sufragio o en referéndum constituyen en la piedra angular del sistema social democrático.

### **Evolución Histórica del Concepto**

En una forma general pudiera afirmarse que cuando el hombre primitivo constituyó un agregado de individuos observantes de un cuerpo de normas de conducta, orientado hacia la realización de un interés común (en primer lugar la sobrevivencia); es decir, cuando construyó una elemental estructura social y escogió a aquellos o a aquél que debía ejercer la autoridad, estaba realizando un proceso, quizás muy lento en la historia, que comprendía elementos de convivencia y comunicación, expresados a través de un consenso. En este grupo imaginario, por pequeño que sea, se ha manifestado, primero, un consenso en cuanto a convivencia y, segundo un consenso en cuanto a quien corresponde en el grupo vigilar el cumplimiento de las normas e imponer la autoridad en caso necesario. Es decir, una necesidad de convivencia, de comunicación y de gobierno.

Según el mismo Hans Speier en el dominio de la comunicación, la opinión pública comprende dos instancias: “es fundamentalmente una comunicación de los ciudadanos con su gobierno y, sólo de manera secundaria, una comunicación entre ciudadanos”.<sup>2</sup>

John Locke parece preferir la segunda instancia de opinión como comunicación entre ciudadanos, invirtiendo

---

<sup>2</sup> SPEIER, p. 10

la fórmula de Speier; puesto que no vinculó la opinión popular al ejercicio y las acciones del poder político, sino que más bien definió la ley de opinión como “nada más que el consentimiento de los particulares; que no tienen autoridad suficiente para hacer una ley”.<sup>3</sup>

Esto nos ha de llamar fuertemente la atención porque, como lo reconoce el mismo Speier, los debates sobre las opiniones hasta los inicios de la Revolución francesa ponían el acento sobre el poder de las opiniones como medios de restringir la libertad, sobre su carácter lleno de prejuicios, su volubilidad o inestabilidad en cuanto a tiempo y lugar.

Cándido Monzón señala que, en cierto modo, a lo largo de la historia siempre han existido fenómenos de Opinión Pública, porque siempre ha habido comunidades o pueblos cuyos miembros mantienen relaciones sociales unos con otros. En estas comunidades siempre hay una autoridad que dirige la sociedad, por lo que necesariamente debe aparecer una comunicación política entre gobernantes y gobernados, y éstos han de participar en los asuntos públicos, creándose así una Opinión Pública.<sup>4</sup>

Los gobernantes no menos que los filósofos e historiadores percibieron también a buen tiempo la vertiginosa entrada en escena de opinión pública.

De ahí que Monzón al definir la opinión pública la plantee como:

“Un público o una multiplicidad de públicos, cuyos estados mentales difusos (opiniones) interactúan con los flujos de información sobre el estado de la cosa pública”<sup>5</sup>

---

<sup>3</sup> IBID.p.105. subrayado de Speier. La importancia y repercusión de esta distinción se verán en otros capítulos.

<sup>4</sup> MONZÓN, Cándido. Opinión pública, comunicación y política. La formación del espacio público. 2ª ed. Madrid: Tecnos, 2000. 390 p. ISBN 84-309-2903-7

<sup>5</sup> MONZÓN C., La Opinión Pública, ed. Tecnos, Madrid, 1990.

## La Opinión Pública

La Opinión Pública puede ser lo que piensa el público sobre los asuntos de interés general, pero también puede ser lo que los medios de comunicación dicen que es, es decir, aquellas opiniones que por una razón u otra son dominantes en el espacio informativo.

Walter Lippmann, en su obra Opinión pública trata de la formación de un modelo de opinión pública dependiendo de los medios de comunicación. Demostró que los medios informativos, esas ventanas abiertas al inmenso mundo que queda más allá de nuestra experiencia directa, determinan los mapas cognitivos que nos hacemos de él. La opinión pública, sostiene Lippmann, responde, no al entorno, sino a un pseudo – entorno construido por los medios informativos. Lo que viene a decir el autor es que entre el entorno y los individuos están la presencia de un pseudo – entorno que estimula su comportamiento. Abreu Sojo define a la opinión pública como:

“La opinión pública se trata de un conjunto de procesos psicosociales que comprenden actitudes, verbalizaciones, conductas manifiestas, acción colectiva, que en marco de tradiciones y modos de socialización, en un sistema político dado, sobre temas de esfera pública y con influencia de los medios de comunicación social, produce consecuencias directas o indirectas y a corto o largo plazo, en el marco de consensos y conflictos, en dicho sistema”<sup>6</sup>

Por tanto, podemos considerar la opinión pública como un tejido social que refleja la cultura, los valores y las instituciones y que se propaga a través de los múltiples canales de comunicación social.

---

<sup>6</sup> ABREU Sojo, Iván (2001). El estudio de la Opinión Pública. Espacio público y medios de comunicación social. Editorial Vadell Hermanos, Valencia – Caracas. 2da. Edición

## **La Comunicación como ente Regulador en El Ecuador**

Existe un consenso en que la información es un elemento clave para el desarrollo de los países ya que proporciona referentes importantes para mejorar el ejercicio de la gestión pública y privada, así como para minimizar el riesgo inherente al proceso de toma de decisiones.

Una sociedad puede no puede ser definida como una sociedad democrática, abierta, que estimula la participación, que vela por los derechos de la gente si no garantiza al mismo tiempo que los ciudadanos conozcan que es lo que pasa, cómo se toman las decisiones, cómo se apropian y se usan los recursos, cómo se rinde cuentas, en definitiva, sobre el devenir de los hechos sociales, económicos, políticos, culturales que suceden en el país.

Es importante desarrollar vínculos de cooperación entre la sociedad civil y la Defensoría del Pueblo, y plantearnos la idea de cómo podemos nuevamente articular una red donde esté el Estado y las organizaciones ciudadanas para fortalecer el acceso a la información, solo así el Ecuador del futuro será una sociedad más democrática, más incluyente, más moderna en la medida que los ciudadanos podamos hacer uso de la información pública como principal elemento que garantice el acceso a los derechos.

### **La comunicación en y para las organizaciones**

El interés de la comunicación en todos los órdenes de la actividad humana pero, especialmente, la cada vez más necesaria intervención de este proceso dinámico en las relaciones, ya no solo interpersonales sino primordialmente intra y extra interinstitucionales, se ha ido acrecentando desde hace algunas décadas y sin duda, lo seguirá haciendo a un ritmo más creciente en los próximos años.

“Desde 1983, fecha en que Chester Barnard dijo que la tarea más importante de un ejecutivo era la comunicación, se ha demostrado continuamente que el hombre y la mujer de una organización son una persona comunicativa”<sup>7</sup>

Para Norbert Wiener “...la comunicación es el cemento que forma las organizaciones. Solo la comunicación permite a un grupo que piense unido, que sea unido y que actúe unido”.<sup>8</sup>

La comunicación de toda organización con el contexto social requiere un conjunto de condiciones concurrentes, entre ellas:

- La comunicación de la institución con su entorno social es un diálogo entre dos partes. Este diálogo exige canales de comunicación y reglas de juego de las cuales deben ser partícipes ambas.
- La finalidad de este diálogo es la del entendimiento mutuo, a través del profundo conocimiento de los interlocutores, para reducir al máximo las interferencias en la comunicación.
- La sociedad tiene el derecho y también la obligación de conocer a las organizaciones y pronunciarse sobre ellas expresando sus opiniones.

La comunicación se ha tomado a menudo como una novedad. Ahora se va convirtiendo en una cultura. La comunicación institucional es la clave, la llave que abre las puertas de la organización en una realidad compleja y cambiante.

---

<sup>7</sup> GOLDHABER, Gerald M. Comunicación organizacional, pág.19

<sup>8</sup> WIENER, Norbert. En: DEUTSCH, Karl. Los nervios del gobierno, pág. 106.

Las organizaciones son organismos vivos e inteligentes, preceptores de señales, informaciones y mensajes. El análisis profundo de los procesos de comunicación en las organizaciones permite comprender y facilitar los procesos de cambio y crecimiento de las instituciones

### **La comunicación estratégica en situaciones de crisis**

En situaciones de crisis es cuando más se evidencia la vulnerabilidad de la imagen institucional.

“La imagen es un instrumento potente pero a la vez frágil, porque es vulnerable. Pero ese riesgo no debe preocuparle si el Director de Comunicación ha diseñado un plan estratégico que sepa prever qué hacer y qué decir en situaciones de emergencia”.<sup>9</sup>

Los factores que intervienen en una situación de crisis pueden ser múltiples y diversos, mencionaremos algunos:

- Relaciones opuestas localizadas en ciertos puntos de la organización.
- Su existencia es conocida por los participantes y genera malestar institucional.
- La organización no puede mantener conflictos por mucho tiempo, por razones de supervivencia.
- La crisis implica un debilitamiento de los mecanismos de control.
- Existe una pérdida transitoria de estabilidad que puede llegar a situarse en umbrales de intolerancia.

“La información es un derecho de todas las partes en juego, pero algunas firmas la toman como una fastidiosa obligación y no admiten que, sobre todo, sea un derecho del público. Una organización que guarda silencio o que

---

<sup>9</sup> COSTA, Joan, op.cit, pág.266



no es honesta sobre lo que informa no solo atenta contra sí misma, también defrauda al público.”<sup>10</sup>

### **Factores de cambio**

El paso revolucionario de la sociedad llamada tradicional a la población democrática - burguesa comporta, obviamente una serie de transformaciones estructurales e institucionales que contribuyeron notoriamente al surgimiento de la opinión pública.

En primer lugar, tenemos la expansión cultural; el nuevo poder necesitaba hombres idóneos, conscientes de sus funciones sociales bajo el nuevo régimen, respetuosos de las leyes y capaces de juzgar razonablemente las acciones o medidas del poder público. El nuevo régimen quería una sociedad de públicos cultos, motivados hacia la participación social y predispuesta a manifestarse libremente en las discusiones o acciones susceptibles de producirse en la esfera pública.

La aparición del nuevo y creciente público lector tuvo consecuencias muy significativas y estimulantes de la opinión pública. La brusca expansión del mercado literario y periodístico necesitó de otros canales de comunicación, así nacieron las sociedades de lectura, los clubes de lectores, las bibliotecas circulantes y las librerías de segunda mano. En ellas se reunía el público y no solo a leer literatura clásica, libros de historia, ciencia o historia natural y estadísticas; sino también a discutir los asuntos públicos del día, ya que la mayor parte de los lectores prefería las publicaciones políticas, los periódicos y las revistas documentales de varias ciencias.

Speier resume generalizado el proceso a toda Europa del siglo XVIII de la siguiente manera:

---

<sup>10</sup> BORRINI, Alberto. La mejor crisis posible es la que se logra evitar. Diario la Nación.

“Un público cerrado y restringido gradualmente se transforma en un público abierto, que se amplió tanto en tamaño como en alcance social a medida que retrocedía el analfabetismo”.<sup>11</sup>

## **Comunicación Institucional**

La Comunicación Institucional es un término nuevo que surge a raíz del gran interés que existe por el estudio de las instituciones y de su importancia en la sociedad actual.

Para alcanzar los fines de la Comunicación Institucional ha sido conceptualizada hoy en día como un aspecto fundamental de cada organización e institución, pues es la encargada de crear esa imagen corporativa que le diferencie de las demás; brindando una información oportuna, clara y sencilla al público externo e interno.

En la conceptualización de Comunicación Institucional, tomaremos en cuenta la definición de María Luisa Muriel, que nos dice:

“La Comunicación institucional es el sistema coordinador entre la institución y sus públicos que actúan para facilitar la consecución de los objetivos específicos de ambos y, a través de ello, contribuir al desarrollo nacional”.<sup>12</sup>

## **La comunidad**

En la comunidad predominan notoriamente las relaciones primarias en sus miembros, es decir, aquellos contactos humanos personales basados en el conocimiento de las personas cuya interacción es recíproca (bilateral), permanente o muy frecuente, afectiva y que casi siempre tenía por objeto algún interés concreto de la comunidad. Es el tipo de relación característicos

---

<sup>11</sup> STOETZEL, Jean. *Théorie des opinions*. Paris.P.U.F. p.9. la cita de Shakespeare aparece en la misma obra.

<sup>12</sup> MURIEL, María Luisa. “Comunicación Institucional, enfoque social de RR.PP., definición de comunicación institucional”. Pp. 31.

de las vecindades, aldeas, pueblos (las agrupaciones anteriores a la ciudad industrial o metrópolis) y de los pequeños grupos (la familia, grupos de amigos etc.)

El estado de las fuerzas productivas y de las relaciones de producción no requerían otro tipo de relación; la organización y el control se llevaba a cabo a través de tales canales y de las formas de comunicación propios de este tipo de relaciones: comunicación directa, oral, personal, eminentemente recíproca o dialogal.

La difusión espontánea espacial de mensajes a través de este tipo de comunicación conforma el subtipo que se denomina rumor, mientras que su difusión temporal, la tradición oral. Estos han sido vehículos privilegiados de las leyendas, creencias, mitos y otras formas de relatos que componen la llamada herencia cultural.

La comunidad no requería medios de difusión en el sentido que actualmente se les atribuye. Cada cual se enteraba directamente de los acontecimientos de la vida cotidiana y lo comunicaba a los demás en forma franca.

La opinión de la comunidad o del grupo era conocida de todos inmediatamente como un efecto de sus sentimientos de pertenencia al grupo o la comunidad; por consiguiente en la comunidad, no hay opinión pública, ni requiere de medios de difusión y expresión de la misma. Por lo que era acogida y experimentada por los individuos como expresión de la voluntad de todos. Los grupos o comunidades primarias poseen fuerte cohesión e intenso control informal debido precisamente a este conjunto de características.

El concepto de comunidad tiene diferentes acepciones, que se corresponden con diferentes enfoques teóricos y necesidades prácticas. G. Murray define la comunidad como:

“un grupo de personas ocupando una determinada área de sociedad, la cual participa de un sistema de interés y actividades bastante amplio como para poder incluir casi todas sus relaciones sociales”<sup>13</sup>

## **La sociedad**

En la sociedad predominan las relaciones secundarias o contractuales. Los contactos humanos se realizan sobre la base de algún rasgo o función social común (profesión, pertenencia a conglomerado), son formales, impersonales, abstractos, mediatos, fragmentarios y carentes de afectividad. La relación contractual se extiende a todas las instituciones, ya sean éstas políticas, económicas, religiosas, el sistema educativo y llega hasta la misma familia.

El estado de las fuerzas productivas en la sociedad industrial sustituye las relaciones recíprocas y cooperativas de la comunidad, por relaciones unilaterales y competitivas; las relaciones humanas dentro del proceso productivo son de carácter jerárquico sometido al individuo y los grandes conglomerados a la voluntad de una minoría que regula y organiza de acuerdo a sus intereses toda la vida social.

Las relaciones secundarias o contractuales se sirven de la comunicación impersonal múltiple o colectiva a través de medios o aparatos que conforman el subsistema de comunicación social.<sup>14</sup>

---

<sup>13</sup> MURRAY, G. Introducción a la Sociología. Citado por C. Gómez Gavazzo, 1959. Pág. 13.

<sup>14</sup> VOYENNE, distingue cuatro tipos o formas de comunicación: 1. La directa o personal, cara a cara; 2. La directa, a través de la escritura; 3. La múltiple que usa los impresos pero destinados a escala población y 4. La colectiva, destinada a grandes masas y comprende además los medios radioeléctricos.

El individuo no tiene acceso a los medios de difusión sino en la medida en que se sumerja en esa “mayoría” manejada por la élite. La actitud del individuo hacia los miembros de la sociedad es distinta a la que se caracteriza a la comunidad:

De manera, pues, que en la sociedad el hombre es situado en un sistema social impersonal y anónimo. “En dicha situación el individuo no es valorado por sí mismo ni en atención a sus cualidades personales, sino de acuerdo con la medida en que es capaz de cumplir las obligaciones que asume.

### **Concepción racionalista**

Obviamente, las manifestaciones de la opinión pública en la sociedad industrial serán distintas a las que pueden suscitarse en otro marco social.

Se sostiene la idea del hombre como ser racional capaz de lograr la verdad en el dominio político- social. Cabe colegir que de la libre discusión saldrían orientaciones más acertadas para la colectividad. También se da por descontado que el individuo actúa tal como piensa, que hay congruencia entre razón y voluntad; lo mismo exaltará el liberalismo económico. A partir de estas hipótesis sobre la racionalidad y libertad del hombre se incrementarán los esfuerzos por la instrucción pública, universal y obligatoria para educar al individuo dentro de un marco en que para ejercer “libremente” su derecho al voto necesita primero ser “educado”.

Esta concepción de la opinión pública fue duramente criticada en el mismo siglo XIX por el marxismo, y luego por pensadores como Karl Mannheim, Vilfredo Pareto, Freud y otros.

## Los estereotipos

Este planteamiento nos lleva de la mano a otro: las actitudes, opiniones y acciones basadas en estereotipos o prejuicios que se relacionan o cuya discrepancia es reducida a posteriori. Hace más de medio siglo.

Walter Lippmann expuso su concepción de la opinión pública basada en los estereotipos, paradigma de la irracionalidad, que dicho autor explica como una “economía del pensamiento” (de la razón) “puesto que el hombre no tiene ni tiempo ni energía para responder a cada hecho con una completa e inteligente discriminación de sus aspectos peculiares; el hombre actúa en términos de expectativas relativamente toscas con respecto al mundo exterior.”<sup>15</sup>

El mismo autor destaca que en muchas oportunidades “no vemos primero para luego definir, sino que definimos primero y luego miramos”.

Como lo aprecia González Seara que no solamente la gente carece de información, sino que de la época que recibe selecciona según sus estereotipos y conocimientos anteriores.<sup>16</sup>

## Publicidad e irracionalidad

Con respecto a la irracionalidad y su manipulación en el dominio de la publicidad comercial bastará con mencionar los estudios e investigaciones de motivación, las experiencias de la comunicación subliminal.

Lo expuesto parece conducir al autor Francés Gastón Berger a una afirmación que considera banal: “...la opinión pública expresa el sentimiento de los incompetentes”<sup>17</sup>

En efecto, como hemos analizado en muchas oportunidades las personas opinan sin información, a consecuencia de la presión de sus grupos de

---

<sup>15</sup> LIPPMANN, Walter. La opinión pública. Buenos Aires. F abril .

<sup>16</sup> GONZALEZ Seara, p. 24.

<sup>17</sup> BERGER, Gastón. “L” opinión publique, phenomene humanain En: L” opinión publique de Gastón Berguer y otros. Paris Presses Universitaires de france.

referencia, porque se encuentran en una situación en la cual se ven obligados a expresar una opinión en lugar de aquella que les es realmente personal; en fin, las personas opinan sobre asuntos sobre los cuales no están capacitados, o no imaginan las implicaciones de su opinión.

### **La Información Pública**

Se conoce con el nombre de información a un aspecto de la publicidad, que informa al público todo suceso que se considera digno de llevar a su conocimiento. En este aspecto, el periodismo tiene de historia y de novela, en el que el escritor cuenta lo real o verdadero o se remonta por los caminos de la ficción.

Esta trascendencia temporal se completa con una finalidad mediata: “documento es el mensaje incorporado a un soporte y conservado para hacer efectivo el derecho a la información.”<sup>18</sup>

En las informaciones de carácter auditivo, lo que influye más son las palabras: los discursos, las conferencias, los sermones, la declaración oficial, los debates parlamentarios, los alegatos forenses. La reproducción de las palabras requiere una captación a firme más cuidadosa que la descripción, donde el reportero es testigo ocular de los hechos.

Hay también la información mixta, en que armoniza el cuadro captado por el reportero y las palabras recogidas por el mismo.

Existe, además, una información que no da relieve notable al espacio, sino al tiempo, y este es el caso de las biografías, de las notas necrológicas, las historias de las instituciones, los recuerdos del pasado y de las fechas conmemorativas.

---

<sup>18</sup> DESANTES Guanter, José María Ibidem. Página 81.

Las informaciones deben sujetarse al denominador común de la verdad, al mismo tiempo que deben ser ofrecidas en el lenguaje ameno, sencillo y conciso.

### **Las Relaciones Públicas**

Son una técnica aplicada y pragmática de carácter social, que tiende a formar, canalizar, orientar y utilizar la fuerza de la opinión pública, dentro de un elevado plano moral que la distingue de la mera propaganda, porque el propagandista es a veces mentiroso y no mira más que a sus intereses pase lo que pase con el cliente. El relacionador, en cambio tiene que ser un hombre de profundo sentido moral, en el que pueda confiar la sociedad al mismo tiempo que quien ocupa sus servicios. El relacionador tiene que hallarse informado de todo para satisfacer a todos los requerimientos que se le planteen. Su acción se apoya en los medios de comunicación de masas: la radio, el periódico escrito, el cine, la televisión. Es el evaluador de la opinión pública, toma el pulso a esta y sugiere lo que necesita y lo que debe ofrecérsele.

Las relaciones públicas se identifican como una parte fundamental a la rama de comunicación manteniendo una imagen positiva a la empresa y fortalecer vínculos con todos sus públicos internos o externos. su objetivo es generar un vínculo entre la organización, la comunicación y los públicos, publicidad, marketing, diseño, comunicación, política, psicología, sociología, periodismo , es por esto que es fundamental para todo profesional de relaciones públicas el estar altamente informado de todo el acontecer que pueda estar vinculado directa o indirectamente a su organización o proyecto, Y por ende complementar y reforzar su desempeño en el marco de un entorno social particular y único que debe ser estudiado con máximo esmero para que esas acciones puedan ser bien interpretadas y aceptadas por los



distintos públicos a quienes se dirige un programa de Relaciones Públicas<sup>19</sup>

Los órganos de las Relaciones Públicas no son ejecutores son órganos de asesoría, de consejo, de técnica.

Son objetivos de las Relaciones Públicas hacer conocer al público las actividades, el comportamiento, la conducta, los fines de las empresas, sin desfiguraciones.

Las Relaciones Públicas no solo son fines, son medios de servicios, y por lo tanto, carecen de métodos propios, y son instituciones flexibles en sus procedimientos. Actúan según los casos. Utilizan los métodos de la Psicología Colectiva, la Sociología, la lógica y se apoyan en la práctica de la organización de los negocios.

### **De las Relaciones Públicas a La Comunicación**

Puede decirse que las “Relaciones Públicas” son la disciplina que tradicionalmente se ha ocupado en forma más directa del estudio y posterior programación del intercambio entre la institución y sus públicos. Siendo su objeto de estudio la “relación” entre ambos, esta disciplina se plantea como objetivo primordial el establecimiento, mantenimiento y optimización de las relaciones de la institución con sus públicos.

### **MEDIOS ALTERNATIVOS**

#### **Que son los Medios Alternativos**

Los medios alternativos son formas de comunicación que llegan a una gran variedad de público, utilizando para esto, medios poco tradicionales. Son alternativas a los medios masivos como la radio, televisión, prensa, que no

---

<sup>19</sup> Eliminar el mercadeo. “Relaciones Publicas” Venezuela – Educación – Escrito por aureamorael 23/05/2008 05:47.

están al alcance por el nivel técnico y económico que se necesita para desarrollarlos.

Para Michael Albert resulta complejo definir a un medio como alternativo y se cuestiona:

¿Qué es lo que hace que los medios de comunicación alternativos sean realmente alternativos? Desde hace mucho tiempo se ha dicho que la autodefinición determina lo que es alternativo. Creo que una mejor respuesta a esta importante pregunta sería que una serie de atributos especiales caracterizan a los medios de comunicación alternativos. Ahora bien, nunca ha habido un acuerdo general expresado sobre que atributos hacen que una institución sea alternativa. Hay dos bandos muy opuestos; en uno se dice: “mi institución, con mis atributos preferidos, es alternativa, las demás no lo son”. En el otro, la lista de atributos que caracteriza a lo alternativo es tan diversa y amplia, que se termina pensando que todo es alternativo y que no hay nada que sea más alternativo que ninguna otra cosa.<sup>20</sup>

De esta forma se presenta una mayor facilidad de apropiación convirtiéndolo en un canal comunicación efectivo entre grupos utilizando estas mismas herramientas. Algunos ejemplos son: carteleras, volantes, cartas, envíos por fax, e-mail, etc.

Ventajas de los Medios Alternativos:

- Accesibilidad
- Mayor alcance
- Frecuencia
- Menor costo
- Mayor Impacto
- Más creativos

---

<sup>20</sup> Michael Albert, What makes alternative media, alternative? Z Magazine, mayo 2000  
<http://www.zmag.org/whatmakesalti.htm> (vimos: 3 de Septiembre del 2007)

- Ubicación

### Desventajas de los Medios Alternativos

- Mensaje fugaz
- Contaminación visual
- Disponibilidad de espacios.

### **Comunicación Alternativa**

La comunicación alternativa es la utilización de herramientas básicas para fortalecer la circulación de información en un grupo determinado, mejorando o superando los efectos que producen los medios de información masivos.

Esto quiere decir que la comunicación alternativa no solo se ocupa de los problemas internos de un grupo, sino que puede trabajar cualquier información de actualidad desde la perspectiva que interesa a los miembros de la comunidad que participan en ella.

Puede usarse para ampliar información que no es lo suficientemente desarrollada en los medios masivos, o para propiciar debates y discusiones en la comunidad que permitan a todos comprender mejor lo que sucede en ella misma, en el país o en el mundo.

Comúnmente se considera que la comunicación constituye una característica esencial de la ciencia. Entre los diversos autores que sustentan esta idea. Garvey William (1979), que ha estudiado y descrito la estructura de la comunicación en la ciencia, ha señalado que:

“El flujo interactivo y uso de la información es considerado ahora como parte inseparable del proceso de investigación”<sup>21</sup>

---

<sup>21</sup> GARVEY, W. D. (1979). Communication: the essence of science. Facilitating information exchange among librarians, scientists, engineers and students. Oxford, England: Pergamon Press.

La comunicación alternativa surge entonces como iniciativa entre los miembros de la comunidad para su propio beneficio pues son de fácil acceso y participación para todos. La colectividad participa en su construcción y mantenimiento y se ve reflejada en ellos. Por eso se dice que cuando los medios son utilizados de la manera adecuada, con buenos criterios de información y teniendo en cuenta siempre a toda la comunidad, la comunicación alternativa puede ser, incluso, mucho más efectiva que la de los medios de información masivos.

La comunicación alternativa genera cohesión y mayores lazos de unión entre una comunidad al permitir a sus miembros compartir los mismos niveles y calidad de información, haciéndola más democrática.

Pero para que exista una verdadera comunicación, es necesario que haya retroalimentación. Es decir, que los participantes de la comunicación sean receptores y emisores de información para que puedan transformarla. Cuando la información circula en un solo sentido, sin producir o recibir respuesta del receptor, no hay comunicación.

Por eso los medios masivos son solo medios de información. Los medios alternativos, en cambio, nos abren todas las posibilidades de feedback y se vuelven reeditores, es decir, ellos dimensionan la información, adaptándola a su entorno.

## **MEDIOS DE COMUNICACIÓN ALTERNATIVOS**

### **Contribución de los Medios de Comunicación Alternativos**

Nadie duda el actual papel manipulador y desinformador de los medios masivos de comunicación. Sin embargo, es necesario superar la discusión netamente retórica y encauzarla por las temáticas que nos permitan reaccionar de manera organizada frente a ese poder apabullante de los medios de comunicación oficial.

Es precisamente en esas reacciones que apareemos dispersos, atomizados, desgastados, tratando de dar a conocer esa realidad que no obstante su crudeza permanece oculta. Tal vez sea éste el mayor logro virtual de la prensa oficial, invisibilizar la realidad real hasta hacerla desaparecer.

Pero también es importante encontrarnos para conocernos y reconocer esos valiosos esfuerzos de comunicación que sólo se saben en el barrio, en la organización o en la comunidad en la que vivimos y trabajamos.

¿Por qué somos tan pequeños si la realidad es más grande que nosotros?  
¿Cómo hacer para jugar un papel más definitivo en la tarea de la transformación de la sociedad a la que apuestan nuestras organizaciones políticas y sociales? Hay muchas preocupaciones e inquietudes, pero también afortunadamente un universo de propuestas que están en la mesa, a la espera de nosotros, los sujetos de la comunicación y del cambio político y social.

### **Importancia de los medios alternativos y comunitarios dentro de la sociedad.**

Los medios de comunicación tradicionales han perdido durante el transcurso de los años su rol principal, la función social, que está relacionada a informar, educar y a la promoción de la participación de la ciudadanía dentro de los temas de interés local, regional y nacional.

El educar a través de los medios tiene por objeto principal el desarrollar las facultades intelectuales y morales de sus audiencias cautivas y no cautivas.

El informar apegado a la verdad es otra función que no ha tenido un rol protagonista dentro de los medios de comunicación y la promoción de la participación, no solo de las audiencias, si no que de los grupo sociales organizados y no organizados dentro de los espacios en los medios, ha sido

relegado dentro de la pauta mediática, al punto que surgió la necesidad de la creación de los medios de comunicación alternativos y comunitarios.

Los seres humanos dentro de la sociedad tienen la necesidad de estar intercomunicados con los medios emisores de información.

### **Origen de los Medios de Información Alternativos**

La denominación de medio alternativo de información empezó a usarse a finales del siglo XX y principios del siglo XXI, para referirse a las webs informativas de periodistas independientes que comunicaban de una forma distinta las noticias que se publicaban en los grandes medios masivos de información. El origen de los medios alternativos está íntimamente vinculado al desarrollo de Internet.

Medios y redes informativas como Indymedia, Diagonal, IskraDigital, Radio Klara, Rebelión, Tercera Información, Periodismo Humano, Insurgente, Periodistas 21, Dos Manzanas, Nodo50, La Haine, Kaosenlared, son significativos medios alternativos y autofinanciada.

Además, según los mencionados autores, casi cualquier cosa puede convertirse en un vehículo para exhibir publicidad. Por ejemplo, los elevadores (ascensores) incluirán o ya incluyen pantallas para exhibir noticias, información y publicidad para captar la atención de trabajadores de altos ingresos en los grandes edificios de oficinas.

### **Masificación**

Inicialmente los medios alternativos no eran accesibles a la mayoría del público, pero a medida que se fueron desarrollando las tecnologías electrónicas de captación, almacenaje y transmisión de datos, los medios alternativos empezaron a contar con un creciente número de seguidores, lo

que ha hecho que estos medios de comunicación puedan darle la oportunidad a pequeñas comunidades de exponer sus problemas y hacerse conocer más allá de sus límites geográficos.

## **COHESION COMUNITARIA**

### **Enfoque de cohesión Comunitaria**

Una comunidad socialmente cohesionada se caracteriza por una “situación global en la que los (las) ciudadanos(as) comparten un sentido de pertenencia e inclusión, participan activamente en los asuntos públicos, reconocen y toleran las diferencias, gozan de una equidad relativa en el acceso a los bienes y servicios públicos y en cuanto a la distribución del ingreso y la riqueza. Todo ello, en un ambiente donde las instituciones generan confianza y legitimidad

### **Cohesión Social**

La cohesión social designa, en sociología, el grado de consenso de los miembros de un grupo social en la percepción de pertenencia a un proyecto o situación común. Es una medida de la intensidad de la interacción social dentro del grupo; puede ser medido con un test de índices descrito o definido para cada caso. Atenta contra la cohesión la anomía, es decir, el comportamiento no basado en normas. La necesidad de cohesión es básica en un hábitat con un fin o propósito humano de las relaciones jerárquicas y funcionales entre los miembros o entre éstos y la acción social. Esto quiere decir que es pacífica y sobre todo justa entre las sociedades que gobiernan y las que son gobernadas, para el buen desempeño de las autoridades y que sean respetadas y exista la llamada acción social.

El campo de la discriminación social puede estudiarse, desde las perspectivas sociológicas del interaccionismo simbólico, el funcionalismo o la teoría del conflicto, como un problema de cohesión social.

### **Interacción entre los medios y la comunidad**

La comunicación juega un papel trascendente dentro del desarrollo de la sociedad en general, ya que la misma tiene que ver con la forma como los individuos interactúan y cómo influyen los unos sobre los otros. Dentro de este contexto, Bonacera (2004) revela que:

La comunicación interpersonal puede ser considerada como el proceso de intercambios de mensajes entre dos o más personas, con la finalidad de alcanzar determinados objetivos, la condición de ser social del ser humano, así como su supervivencia y desarrollo, lo hace sujeto de las relaciones interpersonales desde el mismo momento de su nacimiento.<sup>22</sup>

Por lo tanto, sin medios de comunicación no existiría la posibilidad de enviar y recibir mensajes. Uno de los elementos más representativos de la evolución tecnológica humana se configura en estos medios, los cuales han logrado evolucionar con el pasar del tiempo.

Estos ya no son medios de comunicación de masas en el sentido tradicional de envío de un número ilimitado de mensajes a una audiencia de masas homogénea. Castell (2000) expone que:

"debido a la multiplicidad de mensajes y fuentes, la propia audiencia tiende a elegir sus mensajes, por lo que profundiza su segmentación mejorando la relación individual entre emisor y receptor"<sup>23</sup>

Dentro de este contexto, se acota que los medios de comunicación comunitaria contribuyen a la integración y convivencia de las comunidades

---

<sup>22</sup> Bonacera, H. (2004) La eficacia de la Comunicación  
<http://www.cepvi.com/articulos/comunicar2.shtml>

<sup>23</sup> Castell, M. (2000) La era de la información. México: Siglo XXI



divulgando y promoviendo problemáticas, asuntos de su interés particular y motivando a la acción ciudadana para la resolución de sus necesidades. El valor de estos medios no reside solamente en su capacidad creadora y dinamizadora sino en el servicio que presta para el desarrollo de las comunidades, promoviendo la participación ciudadana y el ejercicio de sus derechos.

La participación ciudadana surge cuando se rompe la relación tradicional entre espectador y productor ya que el primero puede pasar a asumir el rol del segundo, es decir hay una participación dialéctica, lo que trae como consecuencia que haya un espectador más crítico que conoce cómo es el sistema de producción en su país y en su comunidad.

De ahí la importancia de participación directa de los ciudadanos en los diferentes programas de cultura, deporte, opinión, política, consejos comunales permitiendo el contacto y el trabajo entre personas que han adquirido más conciencia como ciudadanos, todo esto con la intención de que tomen parte de las decisiones comunicativas de su comunidad, a través de las mesas de trabajos, las asambleas donde exista un espacio de preguntas, respuestas y sugerencias.

### **Conocimiento de la tecnología de la información y la comunicación**

En la actualidad, surgen experiencias ciudadanas exitosas con respecto al uso de informática para mejorar la calidad de vida de la población. Nogueiras (2001) propone una definición de comunidad como:

"un grupo de personas que viven en cercanía geográfica unas de otras y que están ligadas por relaciones sociales y laborales, u otros intereses comunes"<sup>24</sup>

---

<sup>24</sup> Nogueiras, I. (2001) El Proceso de Desarrollo Comunitario. Madrid: Nancea

Para que esto resulte efectivo, los individuos que desarrollan redes ciudadanas deben reconocer, apoyar y alentar estos lazos. Un modo de hacerlo, es ofrecer información y desarrollar servicios que contribuyan a sostener y desarrollar los valores centrales de la comunidad.

Las tecnologías de la información y la comunicación (Tics) pueden servir para aumentar la cantidad y calidad de los servicios públicos, especialmente para aquellos grupos que tienen problemas para utilizarlos en sus modalidades actuales. Las distintas comunidades tienen en las Tics un medio de comunicación y de coordinación, un foro es una herramienta para hacer llegar sus ideas y propuestas a los ciudadanos.

El estado motiva a las comunidades a organizarse y a crear un medio comunitario por cada Consejo Comunal, lo que equivaldría a decir que si existen 19 mil Consejos Comunales en todo el país, esa debe ser la cifra de medios alternativos existentes, que deben trabajar de la mano con las comunidades para avanzar hacia el desarrollo de las comunidades.

### **Importancia de Participación Comunitaria**

Es el conjunto de acciones que despliegan diversos sectores comunitarios, en la búsqueda de soluciones a sus necesidades específicas, está ligada al desarrollo comunitario de un sector o un grupo comunitario y tiene como eje el mejoramiento de la condiciones de vida en la comunidad.

La participación comunitaria es algo importante y esencial porque alimenta el espíritu de la democracia, la legitimidad y la ciudadanía, para otros, es simplemente un requisito formal que hay que satisfacer, independientemente de sus resultados.

## **Tipos de Participación**

Dentro de los tipos o formas de participación se distinguen dos grandes ámbitos básicos:

1.- El Privado: dentro de lo que se encuentra la participación social y la comunitaria, aquí se apunta a atender los intereses comunes de la comunidad o mejorar la calidad de vida de las comunidades.

2.- Público: obedece a aspectos más globales e incluye dentro de este la participación ciudadana y la política.

### **Algunas características de la Participación:**

Es un proceso: Implica varios momentos coherentes relacionados, implica un desarrollo en tiempo y espacio y es dinámico en cuanto que tiene que ver con la sociedad en que se da.

Implica Intervención: supone la capacidad de influir en el desarrollo de algo, en este caso en las decisiones que afectan la vida de los ciudadanos.

Es organizada: Implica la suma de los intereses de la comunidad a través de las organizaciones comunitarias para que los representen ante el Estado.

Es consciente: Al tomar conciencia sobre la realidad, los sujetos se transforman en protagonistas de su propio desarrollo.

Continúa: Implica un ejercicio constante, la participación está presente en la gestión del municipio y su carácter político, social y cultural lo que la convierte en un componente esencial de la democracia local.

Protagonista de su propio desarrollo: El fin último de la participación es mejorar la calidad de vida a partir de la acción de las personas interesadas en hechos o situaciones en las que se interviene.

## Toma de Decisiones

La toma de decisiones es el proceso mediante el cual se realiza una elección entre las alternativas o formas para resolver diferentes situaciones de la vida, estas se pueden presentar en diferentes contextos: a nivel laboral, familiar, sentimental, empresarial, etc., es decir, en todo momento se toman decisiones, la diferencia entre cada una de estas es el proceso o la forma en la cual se llega a ellas.

La toma de decisiones consiste, básicamente, en elegir una alternativa entre las disponibles, a efectos de resolver un problema actual o potencial, (aun cuando no se evidencie un conflicto latente).



## Decisiones Individuales

La toma de decisiones a nivel individual es caracterizada por que una persona haga uso de su razonamiento y pensamiento para elegir una decisión a un problema que se le presente en la vida; es decir, si una persona tiene un problema, ésta deberá ser capaz de resolverlo

individualmente a través de tomar decisiones con ese específico motivo. La toma de decisiones importa la elección de un camino a seguir, por lo que en un estadio anterior deben evaluarse alternativas de acción. Si estas últimas no están presentes, no existirá decisión.

### **Decisiones de grupos**

Si bien el supervisor casi siempre toma las decisiones solo, hay ocasiones en que debe aprovechar la ventaja de contar con su grupo de subordinados para tomar ciertas decisiones.

La toma de decisiones en las organizaciones modernas son realizadas en grupo o comités de trabajo, quedan individualizadas en el momento en que las mismas pasan a formar parte de las bien estructuradas o estándar.

Estas decisiones individuales o grupales tienen cada una de ellas sus ventajas y desventajas, que influyen de manera determinante en el rol de la gerencia de nuestras organizaciones.

### **Decisiones institucionales**

Las decisiones Institucionales son aquellas que se toman teniendo en cuenta el conjunto de una institución, antes que los valores y necesidades particulares del individuo. Suelen ser procedimentales porque intentan modificar modos de actuar.

### **Los nuevos medios de comunicación y el trabajo social**

Todos los medios de comunicación (sean dominantes o alternativos) tienen portales en la red. Internet por lo tanto se ha convertido en un espacio virtual en el que también se da una lucha por el poder y el control social, estos medios de comunicación buscan crear una opinión pública y visión de mundo indiferentemente del formato que utilicen. La representación de intereses

sociales, económicos, políticos y militares también hace del ciberespacio un lugar conflictivo y de enfrentamiento, sumando en este caso una particularidad importante: la posibilidad de que esos intereses se extienda a lo largo del planeta y que sus repercusiones tengan efecto sobre otras personas ubicada incluso a miles de kilómetros de distancia.

Sin embargo, el panorama informativo y mediático ha cambiado de manera significativa. En Internet hay espacio para otra clase de manifestaciones a las que no estábamos acostumbrados hasta hace algunos lustros.

Pensar el Trabajo Social y su vinculación con medios de comunicación alternos, tiene que ver con su capacidad para relacionarse con los movimientos y preocupaciones sociales; de no ser así, se corre el riesgo en el mejor de los escenarios, de imaginar y crear medios de comunicación profesionales que ponen su acento estrictamente en lo académico, formativo y gremial, como ya ocurre por toda la región.

## **MARCO LEGAL**

En Ecuador existen leyes que regularizan la comunicación a favor de la ciudadanía, por lo tanto estas certifican a las personas y colectivos, derechos y obligaciones en cuestión de los medios de comunicación actual, La Constitución del Ecuador aprobada en el 2008, señala:

### **CONSTITUCIÓN DEL ECUADOR**

#### **TÍTULO II**

#### **DERECHOS**

##### **Capítulo segundo**

##### **Derechos del buen vivir**

##### **Sección tercera**

##### **Comunicación e información**

**Art. 16.-**Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

- 1.- Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.
- 2.- El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.
- 4.- El acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y a otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad.
- 5.- Integrar los espacios de participación previstos en la Constitución en el campo de la comunicación.

**Art. 17.-**El Estado fomentará la pluralidad y la diversidad en la comunicación, y al efecto:

2.- Facilitará la creación y el fortalecimiento de medios de comunicación públicos, privados y comunitarios, así como el acceso universal a las tecnologías de información y comunicación, en especial para las personas y colectividades que carezcan de dicho acceso o lo tengan de forma limitada.

**Art. 18.-**Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1.- Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior.

2.- Acceder libremente a la información generada en entidades públicas, o en las privadas que manejen fondos del Estado o realicen funciones públicas. No existirá reserva de información excepto en los casos expresamente establecidos en la ley. En caso de violación a los derechos humanos, ninguna entidad pública negará la información.

## **TÍTULO VII RÉGIMEN DEL BUEN VIVIR**

### **Capítulo primero Sección séptima**

#### **Comunicación social**

**Art. 384.-** El sistema de comunicación social asegurará el ejercicio de los derechos de la comunicación, la información y la libertad de expresión, y fortalecerá la participación ciudadana.

El sistema se conformará por las Instituciones y actores de carácter público, las políticas y la normativa; y los actores privados, ciudadanos y comunitarios



que se Integren voluntariamente a él. El Estado formulará la política pública de comunicación, con respeto irrestricto de la libertad de expresión y de los derechos de la comunicación consagrados en la Constitución y los instrumentos internacionales de derechos humanos. La ley definirá su organización, funcionamiento y las formas de participación ciudadana.

## **PROYECTO DE LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN, LIBERTAD DE EXPRESIÓN Y ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA.**

En el Ecuador, desde la primera Constitución se reconocen las libertades de pensamiento y expresión.

Con la fundación de medios de comunicación escritos, se comenzó a mencionar, a nivel constitucional, la denominada libertad de prensa y con la llegada a nuestra sociedad de los medios de comunicación colectiva, primero, de la radio, y luego de la televisión, las cartas políticas recogieron el derecho a la información, propio de toda persona humana y no sólo un privilegio restringido a los periodistas y a los medios de comunicación social.

Son éstos, por tanto, derechos humanos fundamentales que incorporan tanto la trasmisión como de la producción y recepción de ideas, pensamientos, opiniones e informaciones; y derechos tanto para los individuos como para las colectividades. Estos derechos han sido igualmente reconocidos por los distintos instrumentos internacionales y regionales de derechos humanos.

## **CAPÍTULO II DEFINICIONES**

### **Artículo 2.**

#### **Derechos de comunicación.-**

Por derecho a la comunicación se entiende el derecho a buscar, producir, recibir, intercambiar y difundir información, sin censura previa acerca de los

hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior.

El derecho al acceso a la información pública se define como el derecho a acceder libremente a la información generada en entidades públicas o privadas que administran fondos del Estado, que ejercen la potestad estatal o realizan actividades o funciones públicas.

### **Artículo 3.**

#### **Comunicación.-**

Comunicación es el proceso social de búsqueda, producción, recepción, intercambio y difusión de información u opinión, de cualquier índole que se trate, en cualquier forma que se lo haga, incluyendo a través del uso de medios de comunicación, prensa, formas artísticas, herramientas tecnológicas e internet.

El proceso de comunicación incluye todas las acciones y manifestaciones dirigidas a buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información, opinión, mensajes, textos o expresiones en general, en cualquier forma que se lo haga, inclusive a través del uso de tecnología de cualquier índole o de formas artísticas.

### **Artículo 5.**

#### **Información y Opinión.-**

La información sujeta al principio de publicidad es un conjunto organizado de datos procesados que constituyen un mensaje sobre un determinado hecho, acontecimiento o proceso de interés general, que permiten la formación de la opinión y la toma de decisiones. Los datos a que se refiere la información deberán ser oportunos, verificados, contextualizados y plurales.

## **Opinión**

Es una forma de comunicación también sujeta al principio de publicidad, que se caracteriza por la exposición y argumentación del pensamiento o expresión de un personaje o medio de comunicación acerca de cualquier información que se la produce y difunde a través de cualquier forma, incluyendo las expresiones artísticas de cualquier naturaleza.

## **Artículo 6.**

### **Medios de comunicación.-**

Son aquellos entes, de naturaleza pública, privada o comunitaria, cuya actividad principal es buscar, producir y difundir información, mensajes, ideas, opiniones, en impreso, audiovisual o en cualquier forma o manifestación en que se lo haga.

Los medios de comunicación comunitarios son personas jurídicas de derecho privado, sin finalidad de lucro, propiedad de organizaciones de la sociedad civil, las mismas que en libertad y total autonomía definirán sus programaciones y contenidos, respetando la Constitución y las Leyes.

## **Artículo 8.**

### **Información pública.-**

Comprende todo documento, texto, análisis, estudio, proyecto, acto administrativo, acto político, fallo, etc. levantado, copiado o registrado o grabado o en cualquier medio o formato, que a cualquier título se encuentre en poder de las funciones del Estado instituciones públicas o de las personas jurídicas que produzca no guarden información de interés público, incluidos partidos y organizaciones políticas, organizaciones no gubernamentales; los contenidos e informaciones, creados u obtenidos por ellas que se encuentren bajo su responsabilidad o se hayan producido con recursos del Estado.

**CAPITULO IV**  
**DE LOS DERECHOS A LA COMUNICACIÓN Y A LA LIBERTAD DE**  
**EXPRESIÓN**

**Artículo 30.**

**Alcance de los derechos a la comunicación y libertad de expresión.-**

Los derechos a la comunicación y a la libertad de expresión comprende toda expresión humana, sin exclusión, sea de forma oral, escrita, mímica o gesticular; el derecho a difundir las expresiones, imágenes, ideas, conceptos, informaciones, sea colectiva o individualmente.

**Artículo 33.**

**Comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y no discriminatoria.**

Con el objetivo de garantizar una comunicación libre, intercultural, incluyente y no discriminatoria, los actores del proceso de comunicación facilitarán, de forma abierta y sin discriminación, la búsqueda, producción, recepción, intercambio y difusión de información, mensajes, textos y expresiones de todas las personas y colectivos.

## MARCO REFERENCIAL O CONTEXTUAL

### **Cohesión**

Es la acción y efecto de adherirse o reunirse las cosas entre sí. La cohesión, por lo tanto, implica algún tipo de unión o enlace.

Propiedad por la que las unidades del texto se relacionan. Establece los mecanismos de relaciones léxicas y gramaticales entre palabras, oraciones, así como los procedimientos que las conectan.

### **Institución**

Son mecanismos de orden social y cooperación que procuran normalizar el comportamiento de un grupo de individuos (que puede ser reducido o coincidir con una sociedad entera).

Según Fichter, una institución es:

“Una estructura relativamente permanente de pautas, roles y relaciones que las personas realizan según determinadas formas sancionadas y unificadas, con objeto de satisfacer necesidades sociales básicas”<sup>25</sup>

### **Instituciones Públicas**

Son aquellas que pertenecen a la nación y son administradas por el gobierno. Se caracteriza por el ejercicio de las actividades que el gobierno requiere realizar para la gestión del bien común.

Según Jiménez Castro, dice:

“La administración pública es la actividad administrativa que realiza el estado para satisfacer sus fines, a través del conjunto del gobierno y de los procedimientos que llevan a cabo los otros órganos y organismos del Estado”.<sup>26</sup>

---

<sup>25</sup> FICHTER, Joseph H. Sociología. Editorial Herder. Barcelona.

<sup>26</sup> JIMENEZ, Castro, Wilburg. “Administración Pública” para el desarrollo integral F. C. E. México

## **Públicos**

Implica un conjunto de individuos unidos entre si temporal o permanentemente, en función de un interés común.

Para McQuail este interés común es la discusión de un acontecimiento público y señala:

“el público consiste en un grupo de personas que se nuclean de manera espontánea alrededor de una discusión acerca de algún acontecimiento público y llegan a una decisión u opinión colectiva”.<sup>27</sup>

## **COMUNAS**

Es una organización política popular, de carácter local, basada en principios de cooperación y transparencia; en donde los delegados son elegidos por sufragio universal por periodos de tiempo de término fijo pudiendo ser tal condición revocada en cualquier momento.

## **SOCIEDAD**

Es un conjunto de individuos que viven bajo unas mismas normas, leyes y cierto protocolo, tiene sus subculturas y subgrupos pero todos los individuos de una sociedad se dirigen hacia un fin común exceptuando, claro está, excepciones de individuos que son contraproducentes en una sociedad.

## **DIRIGENTES**

El concepto de dirigente, por lo tanto, suele asociarse a la persona que está a cargo de manejar o gobernar un determinado emprendimiento. Puede decirse que un dirigente es la cabeza o el líder de un proyecto, teniendo a personas que lo siguen o que respetan sus decisiones al reconocerlo como tal.

---

<sup>27</sup> MCQUAIL, Denis. Sociología de los Medios Masivos de Comunicación. Editorial Paidós, Buenos Aires.

## **COMUNICACIÓN**

Es el proceso mediante el cual se puede transmitir información de una entidad a otra. Los procesos de comunicación son interacciones mediadas por signos entre al menos dos agentes que comparten un mismo repertorio de signos y tienen unas reglas semióticas comunes.

## **INFORMACIÓN**

La información está constituida por un grupo de datos ya supervisados y ordenados, que sirven para construir un mensaje basado en un cierto fenómeno o ente. La información es vital para todas las actividades tanto de orden humano como de otros seres vivos.

## **MEDIOS DE INFORMACION ALTERNATIVOS**

No se constituyen exclusivamente en emisores de mensajes, sino en herramienta importante para la generación de tejido social, son identificados como ideales, dentro de las nuevas formas de socialización.

## CAPITULO II

### METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

#### **Diseño de la Investigación.**

El diseño de investigación constituye un documento fundamental de carácter eficiente en el cual definimos la comprensión que hemos logrado del problema que vamos a investigar y especificamos un método para buscar la solución.

Esta investigación ha sido fundamentada en el trabajo de campo mediante la observación, encuestas y entrevistas que se desarrolló a dirigentes y habitantes de la comunidad de San Pedro, y lo que hace referencia al tema de investigación.

El diseño de la investigación es la estrategia que acoge el investigador para responder al problema planteado; en este caso los Medios de información alternativos y su influencia en la cohesión entre dirigentes del cabildo y los habitantes de la comuna San Pedro del Cantón Santa Elena en el periodo 2012, es un tema importante en la actualidad, el manejo adecuado de los medios alternativos provee facilidad de información, entre los habitantes y el apoyo de las tecnologías, podrá comenzar actividades de beneficios tanto para la entidad como para la comunidad en general.

Las estrategias metodológicas en el tema de investigación permiten formar condiciones eficaces para una acertada difusión de la información entre dirigentes y habitantes de la Comunidad de San Pedro.

Teniendo como objetivo aplicar técnicas de comunicación para promover la participación expresiva y equitativa dentro de la comunidad de San Pedro.



## **Modalidad de La Investigación**

Dentro de la modalidad de la investigación mencionaremos los tipos de investigación en que se reflejan la manera de cómo se enfocó la investigación en cuanto al propósito, amplitud y profundidad, mediante un análisis a profundidad de estas investigaciones conseguiremos ejecutar nuestra problemática de manera eficaz y oportuna para conseguir el logro de los objetivos planteados en un periodo establecido.

## **POBLACIÓN Y MUESTRA**

### **POBLACION**

El tamaño de la población en la investigación es el factor de suma importancia en el proceso de investigación, teniendo como universo de 3460 habitantes en la Comuna San Pedro.

### **MUESTRA**

La Muestra para el efecto de esta investigación de acuerdo a la población establecida es de 359, teniendo como base a los habitantes, dirigentes y trabajadores que realizan ciertas actividades dentro de la Junta Directiva de la comuna San Pedro del cantón Santa Elena.

## CÁLCULO DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

### Simbología

$$n = \frac{N (p \cdot q)}{(N - 1) \left(\frac{e}{k}\right)^2 + p \cdot q}$$

$$n = \frac{3460 (0.5 * 0.5)}{(3460 - 1) \left(\frac{0.05}{2}\right)^2 + 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{3460 (0.25)}{3459 (0.025)^2 + 0.25}$$

$$n = \frac{865}{3459 (0.000625) + 0.25}$$

$$n = \frac{865}{2.161875 + 0.25}$$

$$n = \frac{865}{2.411875}$$

$$n = 358.64$$

$$n = 359$$

## **MÉTODOS**

Los Métodos Teóricos fundamentan el proceso de investigación revelando las relaciones esenciales del tema de estudio que participan en la etapa de asimilación de hechos, fenómenos, procesos o hallazgos del proyecto de tesis de grado.

### **MÉTODO CIENTÍFICO**

El método Científico realiza la construcción y desarrollo de hechos o hallazgos de los medios de información alternativos y en el enfoque general como base para abordar los problemas relacionados con el tema. Por ello los métodos teóricos permiten profundizar en el conocimiento de las regularidades y cualidades esenciales del estudio de la problemática.

#### **Método Inductivo.-**

Es un procedimiento mediante el cual se parte de los medios de información alternativos, lo que posibilita desempeñar un papel fundamental en la estructuración y solución de posibles problemas organizacionales determinando el razonamiento, por medio de la cual se pasa del conocimiento de casos o estudios anteriores a un conocimiento más general que refleja lo que hay de común en los fenómenos individuales.

### **Técnicas de investigación**

#### **Encuestas.-**

Es una técnica que a través de preguntas nos facilita la información necesaria para alcanzar y medir las variables, opiniones, conocimientos en la aplicación de medios de información alternativos; esta técnica se aplica de forma personal a la población activa dentro de la comuna para fidelidad y confiabilidad de las respuestas del presente tema.

## **Entrevistas.-**

La entrevista es un reporte verbal realizada a los dirigentes de la comuna de San Pedro con el fin de obtener información primaria acerca de la aplicación de medios de información. La entrevista que utilizamos fueron las no estandarizadas; aquí ni las preguntas ni las respuestas están predeterminadas, de manera espontánea donde se expresan las respuestas dependiendo del grado de responsabilidad del directivo dentro del Cabildo.

### **Objetivos de la entrevista**

- Facilitar la recolección de información o datos adecuados.
- Permitir la posibilidad de aclarar dudas, orientar las situaciones o problemas y resolver las dificultades que pueda tener la persona entrevistada.
- Obtener la mayor información posibles de la personas entrevistadas

## **TIPOS DE INVESTIGACIÓN**

Los tipos de investigación que utilizaremos para el estudio de esta problemática social son los siguientes:

### **Por el Propósito**

La investigación que utilizamos por el propósito fue la aplicada, la misma que tratara de solucionar el problema que inquieta en la difusión de información entre dirigentes y habitantes de la comuna San Pedro, de esta manera los procesos comunicativos formaran parte del proceso y desarrollo de la comunidad.

### **Por el Lugar**

La investigación que utilizamos fue la de campo porque el estudio se realizó en la comuna San Pedro y la información obtenida nos permitió involucrarnos a la realidad, facilitando la relación del contenido de los medios de información alternativos en la investigación; obteniendo los datos reales a fin de alcanzar los datos planteados en el trabajo de investigación.

### **Por el nivel de Estudio**

La investigación por el nivel de estudio que se empleó fue el exploratorio, y se pudo determinar la incidencia de los medios de información alternativos como base fundamental en el cruce de información dentro de la sociedad que no ha sido estudiada y esto nos da la pauta de poder resolver las diferentes necesidades que existen actualmente, fortaleciendo los procesos de comunicación entre los habitantes y dirigentes del cabildo de la comuna San Pedro.

### **Recopilación de la Información**

La técnica que se utilizó para la recopilación de la información fue mediante las encuestas dirigidas a los habitantes y las entrevistas que se realizó a los dirigentes comunales, con el fin de valorar el uso y manejo que se les da en la comunidad a los medios de información alternativos entre dirigentes y habitantes de la comuna San Pedro.

El esquema del cuestionario de preguntas se compone de las siguientes secciones:

- Datos de identificación del encuestado
- Escala de Likert
- Preguntas de opción múltiple

## CAPÍTULO III

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

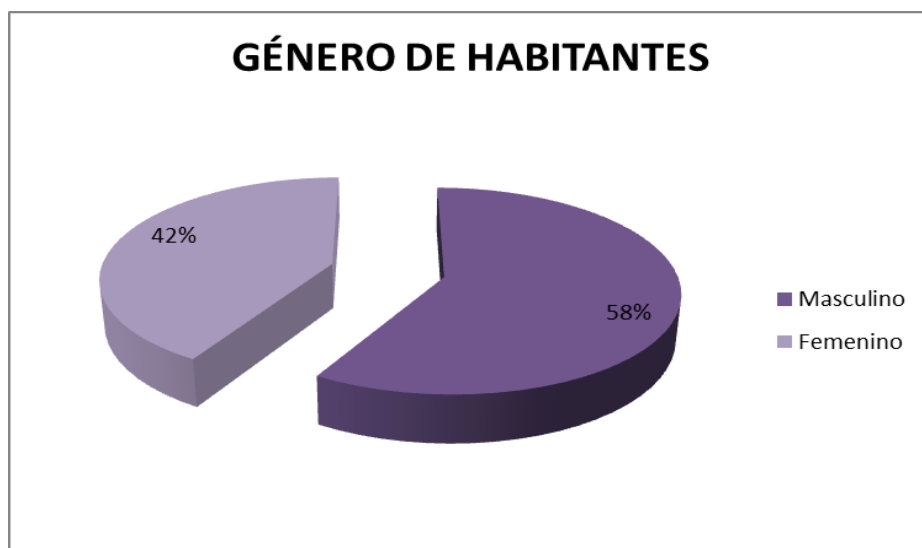
Análisis de las encuestas realizadas a los habitantes de la Comuna San Pedro.

Género de los habitantes de la Comunidad de San Pedro.

Tabla No. 2 Género de los habitantes de la comunidad

No.	Género de habitantes	Tabulación	Porcentaje
1	Masculino	210	58,50%
2	Femenino	149	41,50%
Total		359	100%

Gráfico No. 1 Género de los habitantes de la comunidad



**Fuente:** Habitantes de la Comunidad de San Pedro

**Autores:** Erika Cacao – Jessica Tumbaco

**Fecha:** Diciembre del 2012

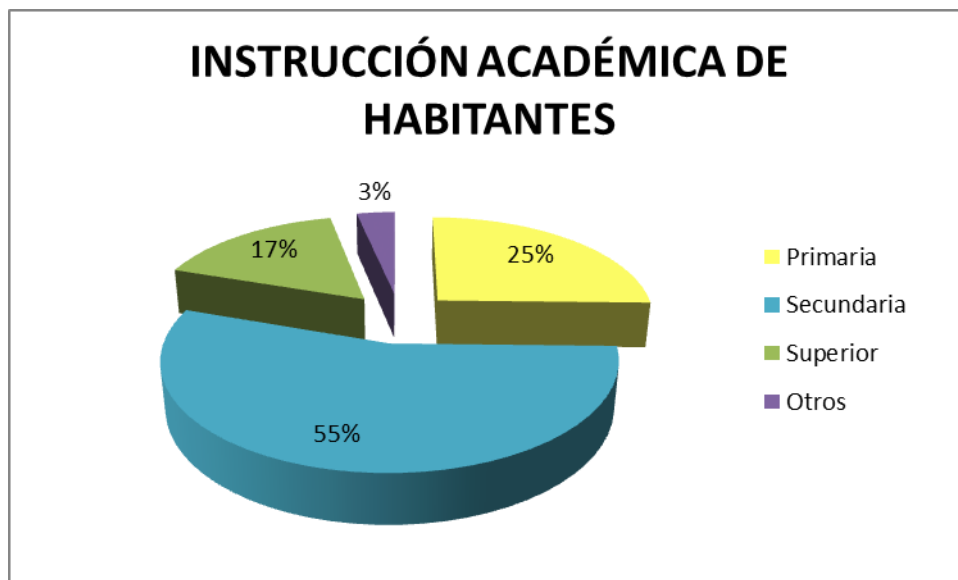
En la pregunta relacionado a los datos informativos de los encuestados en la comuna San Pedro se pudo determinar que del total de la muestra dentro de este estudio, el 58% corresponde al género masculino y la diferencia el 42% equivale al género femenino; además se pudo considerar que los varones representan en su totalidad un alto nivel de participación en las actividades emprendidas en la comunidad, pero cabe resaltar que la mujer en la actualidad juega un rol muy importante, con capacidades para ejercer diversas actividades dentro de la sociedad.

**Instrucción académica de los habitantes de la Comunidad de San Pedro.**

**Tabla No. 3 Instrucción académica de los habitantes**

No.	Instrucción	Tabulación	Porcentaje
1	Primaria	91	25,35%
2	Secundaria	197	54,87%
3	Superior	59	16,43%
	Otros	12	3,34%
Total		359	100%

**Gráfico No. 2 Instrucción académica de los habitantes**



**Fuente:** Habitantes de la Comunidad de San Pedro

**Autores:** Erika Cacao – Jessica Tumbaco

**Fecha:** Diciembre del 2012



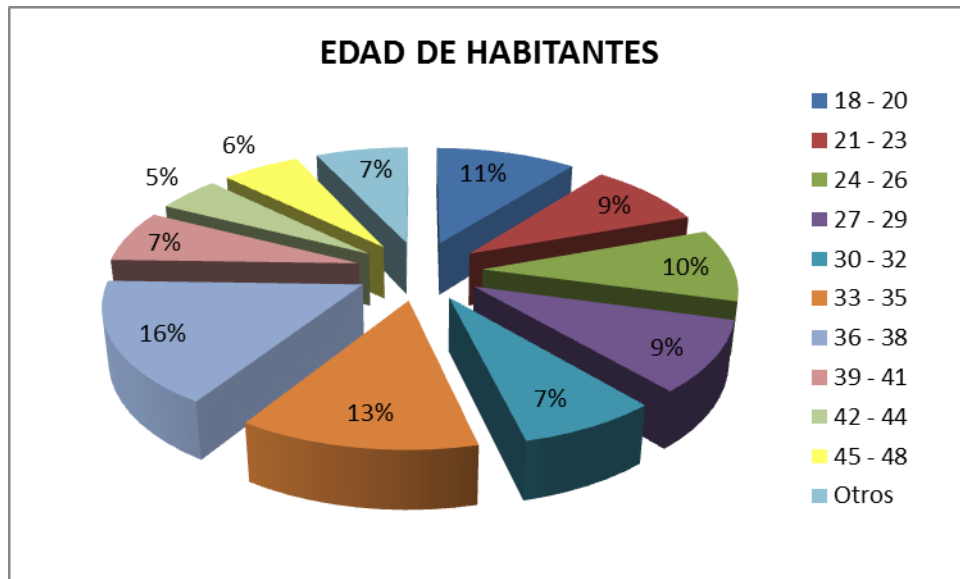
Según los resultados obtenidos, se observa que de los 359 encuestados, el 55% corresponde a la instrucción secundaria, el 25% a la instrucción primaria, el 17% con instrucción superior y la diferencia el 3% con títulos de maestrías. Así mismo se puede definir que el mayor porcentaje de la población, tiene un nivel de educación secundaria que facilita el manejo de los medios de información alternativos dentro de la comunidad; también es fácil de identificar que los habitantes aspiran a obtener otro nivel de educación que en este caso sería el nivel superior.

**Edad de los habitantes de la comunidad de San Pedro.**

**Tabla No. 4 Edad de los habitantes de la comunidad**

No.	Edad de Habitantes	Tabulación	Porcentaje
1	18 – 20	38	10,58%
2	21 – 23	32	8,91%
3	24 – 26	35	9,75%
4	27 – 29	34	9,47%
5	30 – 32	27	7,52%
6	33 – 35	46	12,81%
7	36 – 38	59	16,43%
8	39 – 41	25	6,96%
9	42 – 44	17	4,74%
10	45 – 48	21	5,85%
11	Otros	25	6,96%
Total		359	100%

**Gráfico No. 3 Edad de los habitantes de la comunidad**



**Fuente:** Habitantes de la Comunidad de San Pedro  
**Autores:** Erika Cacao – Jessica Tumbaco  
**Fecha:** Diciembre del 2012

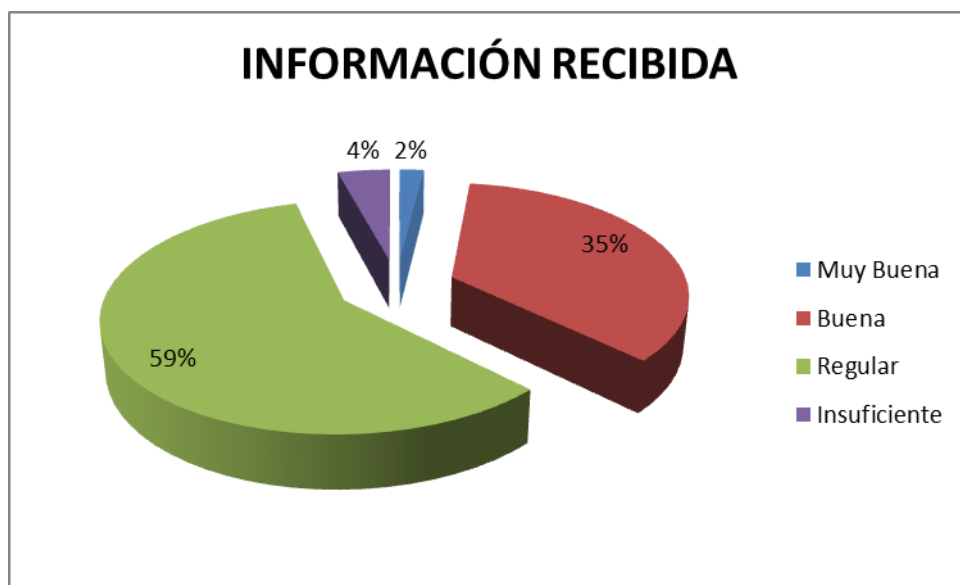
En el Gráfico No. 3, se identifica la participación de los habitantes por edad; representando un rol importante dentro de la comunidad, porque son ellos quienes optan por mejores ideas y así lograr solucionar los diferentes problemas que la comunidad requiera en beneficio de todos.

1.- ¿La información que recibe la comunidad por parte de los dirigentes del cabildo comunal es?

Tabla No. 5 Información por parte de los dirigentes del cabildo.

No.	Información Recibida	Tabulación	Porcentaje
1	Muy Buena	7	1,95%
2	Buena	127	35,38%
3	Regular	210	58,50%
4	Insuficiente	15	4,18%
Total		359	100%

Gráfico no. 4 información por parte de los dirigentes del cabildo



**Fuente:** Habitantes de la Comunidad de San Pedro.

**Autores:** Erika Cacao – Jessica Tumbaco

**Fecha:** Diciembre del 2012

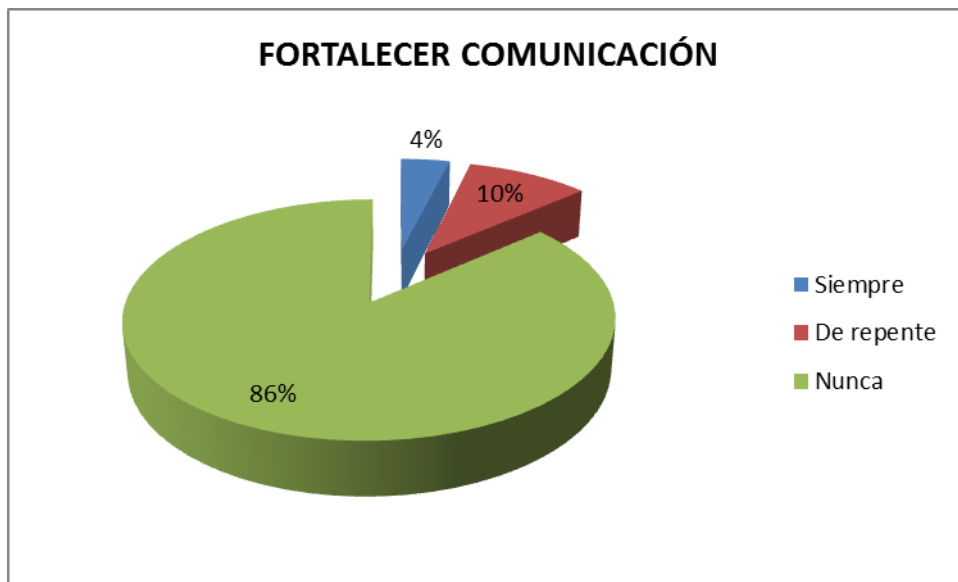
La pregunta número uno relacionada a la información que recibe la comunidad por parte de los dirigentes del cabildo comunal obteniendo como resultado el 59% manifiesta que la información que reciben por parte de los dirigentes es regular; mientras, que el 35% la considera una comunicación buena, el 4% la sostuvo como insuficiente y solo el 2% de los habitantes opinan que la información es muy buena. Al formular esta interrogante se puede observar que los habitantes consideran la opción regular como una valoración muy preocupante, es decir, la información que reciben por parte de los dirigentes comunales no está llegando hacia ellos de manera adecuada, para promover una comunicación equitativa y democrática para el desarrollo de la comunidad.

2.- ¿Ha participado en talleres y actividades lúdicas preparadas por el cabildo para fortalecer la comunicación en la comunidad?

**Tabla No. 6 Talleres y actividades lúdicas preparadas por el cabildo para fortalecer la comunicación en la comunidad**

No.	Fortalecer Comunicación	Tabulación	Porcentaje
1	Siempre	14	3,90%
2	De repente	35	9,75%
3	Nunca	310	86,35%
Total		359	100%

**Gráfico No. 5 Talleres y actividades lúdicas preparadas por el cabildo para fortalecer la comunicación en la comunidad**



**Fuente:** Habitantes de la Comunidad de San Pedro  
**Autores:** Erika Cacao – Jessica Tumbaco  
**Fecha:** Diciembre del 2012

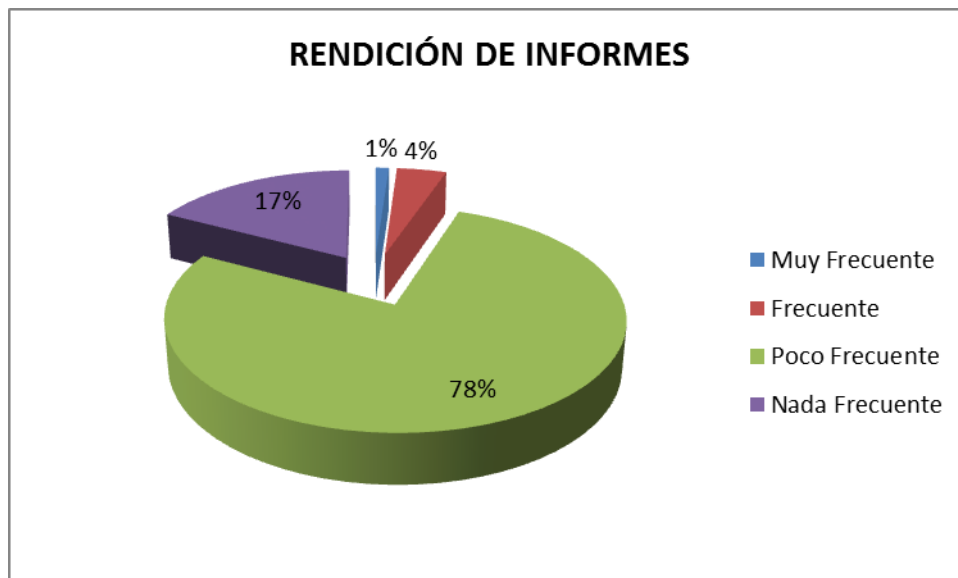
La pregunta número dos se relaciona si se ha participado en talleres y actividades lúdicas preparadas por el cabildo para fortalecer la comunicación en la comunidad y se obtuvo como resultado que el 86% de habitantes opinan que nunca han participados en talleres y actividades lúdicas preparadas por el cabildo para fortalecer la comunicación en su comunidad, mientras que el 10% manifiesta que de forma esporádica ha participado en talleres y actividades, y por último el 4% de los encuestados aprecia que siempre disponen de su tiempo para participar de las actividades que se realizan en la comuna. En conclusión esto refleja que la mayor parte de los encuestados consideran una baja participación en cuanto a las actividades que se desarrollan dentro de la comuna por ende se buscan alternativas para incentivar el proceso comunicativo y organizacional entre habitantes y dirigentes de la Comuna San Pedro.

3.- ¿Con qué frecuencia los dirigentes comunales realizan la rendición de cuentas o informes de labores del trabajo ejecutado en beneficio de la población?

**Tabla No. 7 Frecuencia que los dirigentes comunales realizan la rendición de cuentas**

No.	Rendición de Informes	Tabulación	Porcentaje
1	Muy Frecuente	4	1,11%
2	Frecuente	15	4,18%
3	Poco Frecuente	278	77,44%
4	Nada Frecuente	62	17,27%
Total		359	100%

**Gráfico No. 6 Frecuencia que los dirigentes comunales realizan la rendición de cuentas**



**Fuente:** Habitantes de la Comunidad de San Pedro  
**Autores:** Erika Cacao – Jessica Tumbaco  
**Fecha:** Diciembre del 2012



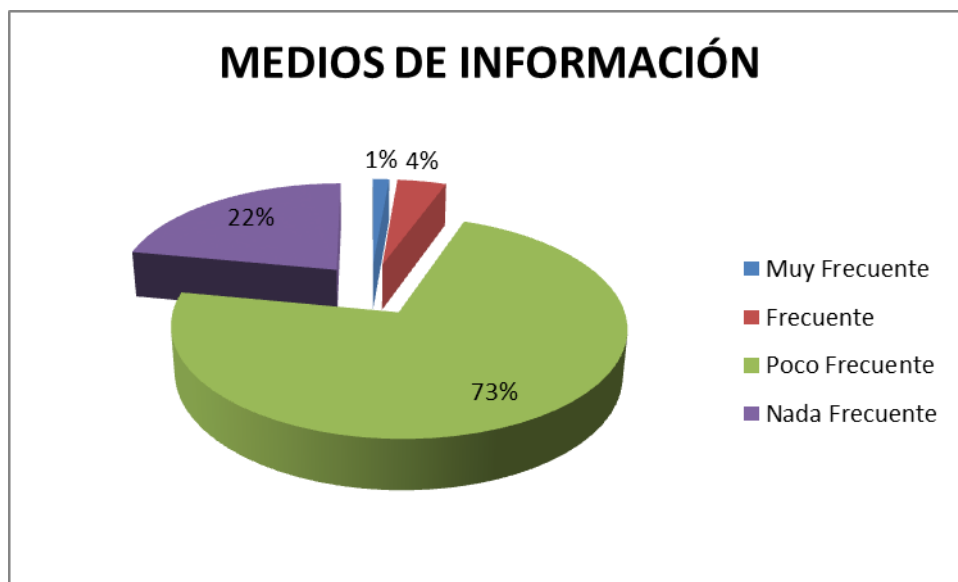
La siguiente pregunta relacionada a las frecuencia que tiene los dirigentes comunales al realizar la rendición de cuentas o informes de labores dentro del trabajo ejecutado en beneficio de la población de los cuales se el 78% es decir 278 encuestados revela que es poco frecuente que los dirigentes realizan la rendición de cuentas e informes y trabajos ejecutados en la comunidad, el 17% determina que nada frecuente, y es parte de los dirigentes, informar a la población, el 4% considera que es frecuente, y el 1% opina que es muy frecuente. A través de esta pregunta se determina la importancia de los medios de información alternativos para la difusión de contenidos que tengan relevancia en aspectos financieros en bien de la comunidad.

4.- ¿Con qué frecuencia se informa y se utiliza los medios de información alternativos?

**Tabla No. 8 Frecuencia de informe y la utilización de los medios de información alternativos**

No.	Medios de Información	Tabulación	Porcentaje
1	Muy Frecuente	5	1,39%
2	Frecuente	15	4,18%
3	Poco Frecuente	260	72,42%
4	Nada Frecuente	79	22,01%
Total		359	100%

**Gráfico No. 7 Frecuencia de informe y la utilización de los medios de información alternativos**



**Fuente:** Habitantes de la Comunidad de San Pedro  
**Autores:** Erika Cacao – Jessica Tumbaco  
**Fecha:** Diciembre del 2012

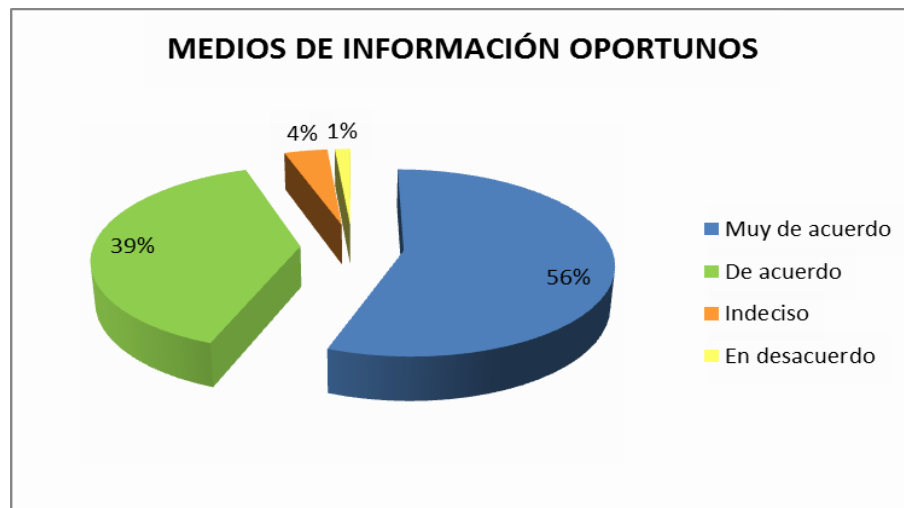
La pregunta cuatro manifiesta con qué frecuencia se informa y se utiliza los medios de información alternativos llegando a siguiente resultado, el 73% de los habitantes expuso que con poca frecuencia se informan y el 22% muestra que con nada frecuente se informa y utiliza los medios de información, el 4% manifestó que se informa frecuentemente y el 1% opino que muy frecuente. Analizando esta pregunta, se puede mencionar que el resultado más elevado es poco frecuente es decir los medios de información no son utilizados con mayor continuidad por lo que genera escasez de intervención por parte de los moradores.

5.- ¿Considera usted oportuno los medios de información alternativos empleados para la difusión en la comunidad?

**Tabla No. 9 Medios de información alternativos oportunos empleados para la difusión en la comunidad**

No.	Medios de Información Oportunos	Tabulación	Porcentaje
1	Muy de acuerdo	200	55,71%
2	De acuerdo	140	39,00%
3	Indeciso	14	3,90%
4	En desacuerdo	5	1,39%
Total		359	100%

**Gráfico No. 8 Medios de información alternativos oportunos empleados para la difusión en la comunidad**



**Fuente:** Habitantes de la Comunidad de San Pedro  
**Autores:** Erika Cacao – Jessica Tumbaco  
**Fecha:** Diciembre del 2012

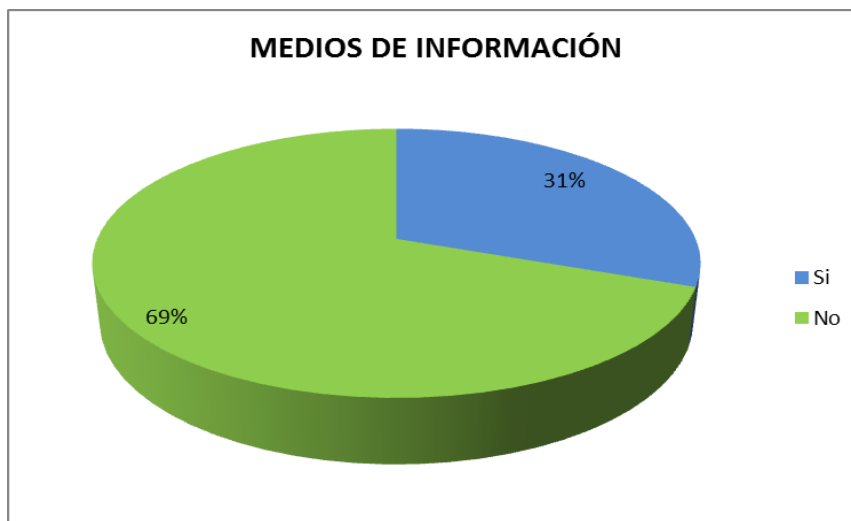
La pregunta número cinco relacionada a si se considera oportuno los medios de información alternativos empleados para la difusión en la comunidad. En el gráfico No. 8, se demuestra como resultado que el 56% que corresponde a 200 personas encuestadas indica como muy de acuerdo que los medios de información sean empleados para la difusión de la información en la comuna, mientras que el 39% que corresponde a 140 habitantes está de acuerdo, de esta manera el 4% que corresponde a 14 miembros que dicen estar indeciso y el 1% que representa a 5 habitantes que está en desacuerdo. Por lo tanto se podrá analizar que el mayor porcentaje está muy de acuerdo que los medios de información sean utilizados de manera oportuna para la transmisión de información en el contexto local.

6.- ¿Considera apropiado el uso de los medios de información que utilizan los dirigentes del cabildo comunal?

**Tabla No. 10** Uso de medios de información que utilizan los dirigentes del cabildo comunal de San Pedro

No.	Medios de Información	Tabulación	Porcentaje
1	Si	110	30,64%
2	No	249	69,36%
Total		359	100%

**Gráfico No. 9** Uso de medios de información que utilizan los dirigentes del cabildo comunal de San Pedro



**Fuente:** Habitantes de la Comunidad de San Pedro  
**Autores:** Erika Cacao – Jessica Tumbaco  
**Fecha:** Diciembre del 2012

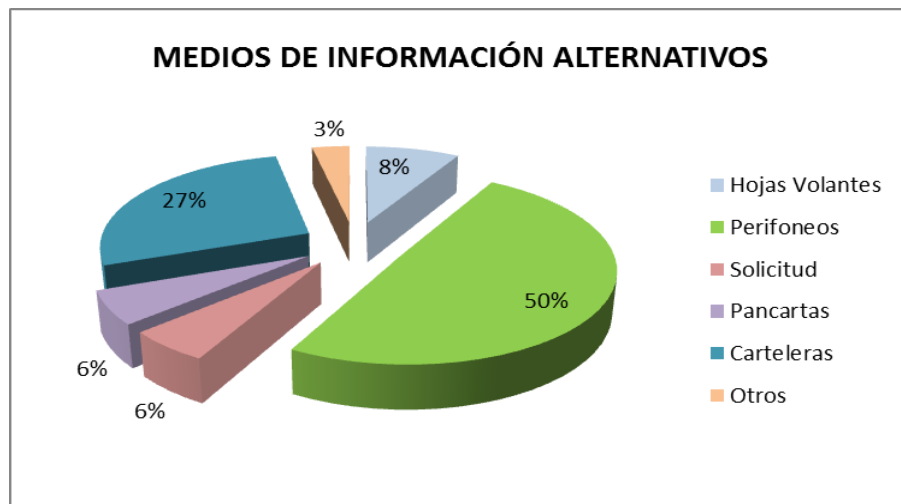
Como se observa en la pregunta número seis ¿Considera apropiado el uso de los medios de información que utilizan los dirigentes del cabildo comunal? Del total de los encuestados nos respondieron que el 69% equivalente a 249 habitantes, no consideran apropiado el uso de los medios de información que utilizan los dirigentes del cabildo, mientras que el 31% respondieron que están de acuerdo con los medios utilizados. En consideración el mayor resultado demuestra que es necesario que sean manejados otros tipos de medios, es decir los que actualmente, están siendo usado no llenan todas las expectativas a los moradores en cuanto a la información que se brinda en su entorno social.

7.- ¿Con qué medios de información alternativos le gustaría que el cabildo comunal les informe sobre los proyectos a realizar?

**Tabla No. 11 Medios de Información alternativos para informar sobre proyectos a realizar**

No.	Medios de Información Alternativos	Tabulación	Porcentaje
1	Hojas Volantes	30	8,36%
2	Perifoneo	178	49,58%
3	Solicitud	20	5,57%
4	Pancartas	21	5,85%
5	Carteleras	98	27,30%
6	Otros	12	3,34%
Total		359	100%

**Gráfico No. 10 Medios de información alternativa para informar sobre proyectos a realizar.**



**Fuente:** Habitantes de la Comunidad de San Pedro  
**Autores:** Erika Cacao – Jessica Tumbaco  
**Fecha:** Diciembre del 2012



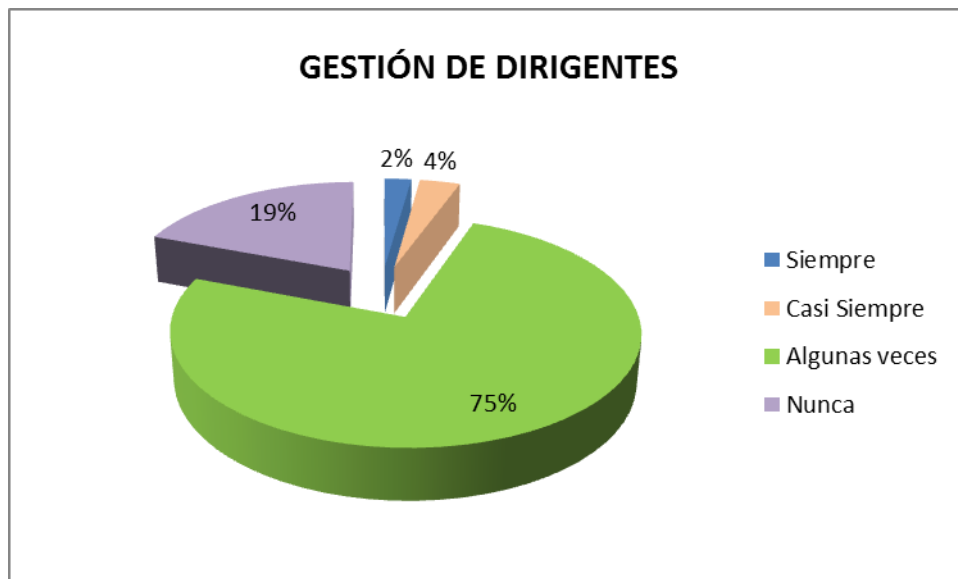
La pregunta número siete planteada a los habitantes de la comuna de San Pedro ¿Con qué medios de información alternativos le gustaría que el cabildo comunal les informe sobre los proyectos a realizar? Se obtuvo como información que el 50% de aceptación a los medios de información está el perifoneo, con el 27% están las carteleras, el 8% las hojas volantes, el 6% tenemos las pancartas y solicitudes; y con el 3% tenemos otros medios de información alternativos. La aceptación que se le da al perifoneo es muy importante, pero así mismo los habitantes dicen que habiendo otros medios de información alternativos, les gustaría que en su comunidad se empleen para así fortalecer los proceso de comunicación y tener una participación continua.

8.- ¿Cada qué tiempo se evalúa la gestión de los dirigentes?

Tabla No. 12 la Gestión de evaluación a los dirigentes de la comuna San Pedro

No.	Gestión de Dirigentes	Tabulación	Porcentaje
1	Siempre	8	2,23%
2	Casi Siempre	12	3,34%
3	Algunas veces	270	75,21%
4	Nunca	69	19,22%
Total		359	100%

Gráfico No. 11 La Gestión de evaluación a los dirigentes de la comuna San Pedro



**Fuente:** Habitantes de la Comunidad de San Pedro

**Autores:** Erika Cacao – Jessica Tumbaco

**Fecha:** Diciembre del 2012

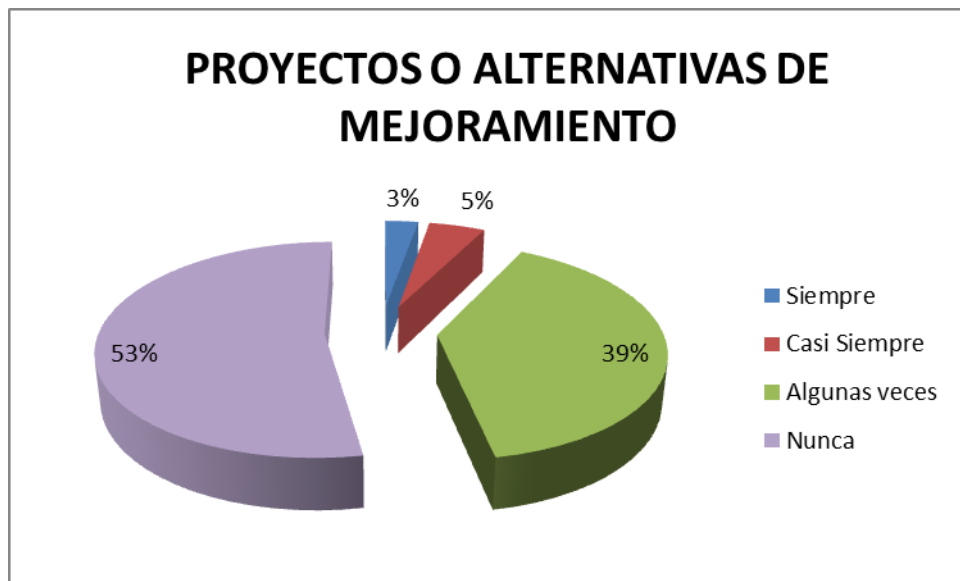
La pregunta número ocho relacionada con el tema ¿Cada qué tiempo se evalúa la gestión de los dirigentes? El resultado es el 75% que representa a 270 personas consideran, que pocas veces es el tiempo que se evalúa la gestión de los dirigentes, mientras que el 19% que equivale a 69 encuestados consideran que nunca se da a conocer la gestiones que se realizan y el 4% suponen que casi siempre dan a conocer, y el 2% manifiesta que siempre se evalúa la gestión de los dirigentes. Al realizar esta pregunta se puede observar que las personas opinaron que algunas veces se les ha comunicado sobre las gestiones que realizan los dirigentes del cabildo comunal, es decir, que se requiere de una constante evaluación y seguimiento a las autoridades con el fin de llevar un control equitativo y comunicativo.

9.- ¿Participa usted con proyectos o alternativas de mejoramiento que sean tomadas en cuenta por los dirigentes del cabildo?

**Tabla No. 13 Participa en proyectos de mejoramiento dentro de la comuna.**

No.	Utiliza Medios	Tabulación	Porcentaje
1	Siempre	10	2,79%
2	Casi Siempre	17	4,74%
3	Algunas veces	142	39,55%
4	Nunca	190	52,92%
Total		359	100%

**Gráfico No. 12 Participa en proyectos de mejoramiento dentro de la comuna**



**Fuente:** Habitantes de la Comunidad de San Pedro  
**Autores:** Erika Cacao – Jessica Tumbaco  
**Fecha:** Diciembre del 2012

La pregunta nueve ¿Participa usted con proyectos o alternativas de mejoramiento que sean tomadas en cuenta por los dirigentes del cabildo? Dándonos como resultado que el 53% manifiesta que nunca han participados con proyectos o alternativas de mejoramiento que sean tomadas en cuenta por el cabildo, mientras que el 39% exponen que algunas veces han logrado participar, el 5% opinan que casi siempre y por último, el 3% mantuvo que siempre. Es decir la mayor parte de los encuestados opinan que nunca han participado con propósitos o ideas que han sido tomadas en cuenta por los dirigentes, algo muy preocupante porque, ellos son parte del proceso cultural y comunicativo.

10.- ¿Con qué frecuencia ha dado a conocer sugerencias y opiniones para resolver problemas de tu comunidad?

**Tabla No. 14 Sugerencias y opiniones para resolver problemas de tu comunidad**

No.	Sugerencias y Opiniones	Tabulación	Porcentaje
1	Siempre	8	2,23%
2	Casi Siempre	23	6,41%
3	Algunas veces	110	30,64%
4	Nunca	218	60,72%
Total		359	100%

**Gráfico No. 13 Sugerencias y opiniones para resolver problemas de tu comunidad**



**Fuente:** Habitantes de la Comunidad de San Pedro  
**Autores:** Erika Cacao – Jessica Tumbaco  
**Fecha:** Diciembre del 2012

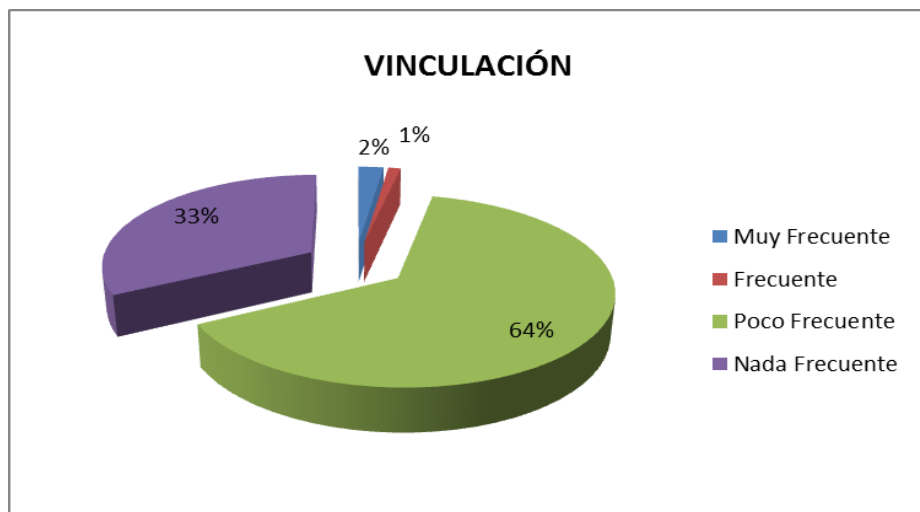
La siguiente pregunta relacionada, ¿Con qué frecuencia ha dado a conocer sugerencias y opiniones para resolver problemas de tu comunidad? Según los resultados obtenidos muestra que el 61% opina, que nunca ha dado a conocer sugerencias y opiniones para resolver problemas en su comunidad, mientras que el 31% manifiestan que algunas veces han dado a conocer unas que otras sugerencias, el 6% considera que casi siempre, y con el 2% es decir, exponen que siempre. Esto nos da a conocer que la mayoría de habitantes nunca han facilitado sugerencias, opiniones, ideas que ayuden a resolver problemas existente un su comunidad.

11.- ¿Existe vinculación de los medios de información alternativos entre dirigentes y habitantes de la comunidad para un mejor desarrollo organizacional?

**Tabla No. 15 Vinculación de los medios de información alternativos entre dirigentes y habitantes de la comunidad.**

no.	vinculación	tabulación	porcentaje
1	Muy Frecuente	8	2,23%
2	Frecuente	4	1,11%
3	Poco Frecuente	230	64,07%
4	Nada Frecuente	117	32,59%
Total		359	100%

**Gráfico No. 14 Vinculación de los medios de información alternativos entre dirigentes y habitantes de la comunidad.**



**Fuente:** Habitantes de la Comunidad de San Pedro  
**Autores:** Erika Cacao – Jessica Tumbaco  
**Fecha:** Diciembre del 2012



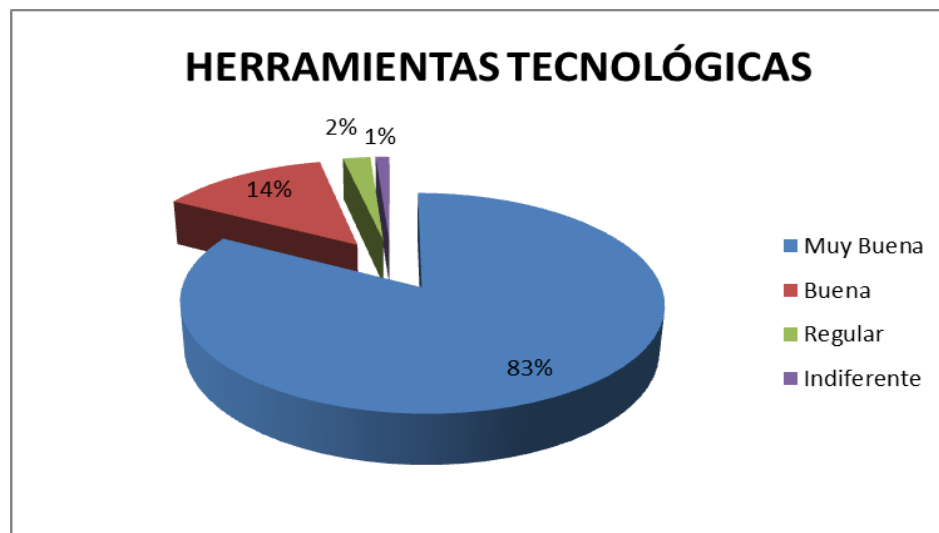
La pregunta número once realizada a los habitantes de la comuna de San Pedro; ¿Existe vinculación de los medios de información alternativos entre dirigentes y habitantes de la comunidad para un mejor desarrollo organizacional? Se pudo establecer que el 64% manifiestan que es poco frecuente la vinculación que existe entre medios de información alternativos, entre dirigentes y habitantes para lograr un mejor desarrollo organizacional, mientras que el 33% fija que es nada frecuente así mismo el 2% es frecuente y el 1% opina que es muy frecuente. Es decir, que es importante la vinculación entre medios de información alternativos y habitantes, y de esta manera logran un desarrollo institucional.

12.- ¿Cuál sería su participación de implementarse herramientas tecnológicas que permitan fortalecer los procesos de comunicación en su comunidad?

**Tabla No. 16 Implementación de herramientas tecnológicas que fortalezcan los procesos de comunicación**

No.	Herramientas Tecnológicas	Tabulación	Porcentaje
1	Muy Buena	298	83,01%
2	Buena	49	13,65%
3	Regular	8	2,23%
4	Indiferente	4	1,11%
Total		359	100%

**Gráfico No. 15 implementación de herramientas tecnológicas que fortalezcan los procesos de comunicación**



**Fuente:** Habitantes de la Comunidad de San Pedro  
**Autores:** Erika Cacao – Jessica Tumbaco  
**Fecha:** Diciembre del 2012

La pregunta número doce relacionada en, ¿Cuál sería su participación de implementarse herramientas tecnológicas que permitan fortalecer los procesos de comunicación en su comunidad? Los encuestados respondieron con el 83% como muy buena, seguido por el 14% como una alternativa buena, el 2% como regular y el 1% es indiferente para este grupo de habitantes. Por lo que esta pregunta nos muestra una relevante acogida a la implementación de herramientas tecnológicas, de esta manera la comunicación se realizaría de forma recíproca tanto para dirigentes como para los habitantes y así lograrían una acertada motivación y difusión de los medios de información alternativos.

## **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **CONCLUSIONES**

- ✓ Los medios de información alternativos son fundamentales y de mucha importancia para la comuna San Pedro porque a través de ellos, se fortalecen las difusiones, emitidas a la comunidad, promoviendo un mejor contenido con mayor veracidad y eficacia.
  
- ✓ Se considera apropiado el uso de los diferentes medios de información porque mejorará la participación en las diferentes actividades a realizarse por el cabildo y de esta manera se incrementara el proceso comunicativo y democrático.
  
- ✓ Es necesario que se utilice continuamente los medios de información alternativos dentro de la comuna para mantener acertados procesos comunicativos con los habitantes y lograr un vínculo para el mejor desarrollo organizacional.
  
- ✓ Mediante las encuestas se considera importante la implementación de nuevas herramientas tecnológicas que permitan reforzar las técnicas comunicacionales culturales e informativas.
  
- ✓ La importancia de los medios de información alternativos es identificada por los habitantes como base principal para hacer conocer proyectos sugerencias ideas y opiniones para el aporte de posibles soluciones ante los problemas que se presenten dentro de la comuna.

## RECOMENDACIONES

- ✓ Se mejorará la relación entre habitantes y directivos si existe un vínculo de participación muy periódicamente en las asambleas convocadas a través los medios de información alternativos para el desarrollo institucional.
- ✓ Se implementarán capacitaciones a los dirigentes de la comuna para aplicar estrategias comunicacionales, esto permitirá acrecentar el nivel de participación donde aportarán ideas para el mejorar el funcionamiento adecuado de la organización.
- ✓ Es necesario que la comuna de “San Pedro” lleve un orden estructurado para la ejecución de las actividades realizadas por las directivas y de esta manera facilitar el trabajo en equipo.
- ✓ A través de la utilización de los medios de información alternativos los programas tendrán un mejor control en cuanto a la evaluación de las gestiones de los dirigentes
- ✓ El medio informativo que más es utilizado por los dirigentes de la comuna “San Pedro” es a través del perifoneo es decir que este medio necesita refuerzo para que se difunda en todos los rincones de la comuna.
- ✓ La implementación de nuevos medios tecnológicos va a permitir un desarrollo favorable para fortalecer la comunicación dentro de la comuna de “San Pedro”.

## **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LA ENTREVISTA**

En la entrevista realizada a la Srta. Lidia Zambrano, vicepresidenta de la comuna San Pedro se pudo detectar que la información que emite como parte de la directiva, no es continua dentro de la población, es decir que para que una comunidad este bien organizado se deben utilizar procesos comunicativos, tales como el uso y manejo adecuado de los medios de información alternativos parte primordial en la actualidad.

Los Medios de Información alternativos que se utilizan en la comuna San Pedro no satisfacen en su totalidad las necesidades de la población en cuanto a la información que reciben, debido que dos sectores (barrios) quedan apartados y las convocatorias o asambleas de las actividades del cabildo, llegan a través de hojas volantes, lo que torna la dificultad que muchos habitantes no se enteren de los acontecimientos que suceden en la comunidad.

Por tal motivo, creemos conveniente que en la comuna San Pedro se desarrolle un Plan Estratégico de Comunicación con la finalidad que todos los habitantes formen parte de las herramientas que constituye la comunicación e información, para fortalecer el vínculo entre dirigentes y habitantes considerando de vital importancia las estrategias comunicativas y fomentar la verdadera participación comunitaria.

## **CAPÍTULO IV**

### **PROPUESTA**

#### **TÍTULO DE LA PROPUESTA**

DISEÑO DE PLAN DE COMUNICACIÓN ESTRATÉGICO DE DIFUSIÓN DE LAS ACTIVIDADES DEL CABILDO DE LA COMUNA SAN PEDRO

#### **JUSTIFICACIÓN**

De acuerdo con los resultados obtenidos de la investigación aplicada a la comunidad, se propone diseñar un plan estratégico de difusión de las actividades del Cabildo, para mejorar el envío y el intercambio de la información utilizando necesidades inmediatas, como diálogo con soluciones a la realidad de la comunidad, de esta manera habrá participación de los mismos habitantes, comunión de ideas y de acciones para el bien de la misma.

La comunicación, capacitación, las enseñanzas, participación no pueden quedarse sólo en manos de los privilegiados que dominan los medios de información, sino debe ser producto de la misma creación, organización popular, que con sus defectos, falta de capacitación tengan el objetivo de comunicarse en bien de todos.

Por tal motivo se habla de mostrar el entorno adecuado que se debe tener en el cabildo para brindar un servicio óptimo a los habitantes de la comunidad con limitación: accesibilidad, flexibilidad y especial atención a la información que se brinda.

Es determinante indicar que los dirigentes del cabildo de San Pedro, no constituyen con un plan estratégico que involucre los diferentes medios de información alternativos existentes, de esta manera los habitantes estarían

orientados de una información eficaz y transparente, originando el mejoramiento de la comunidad.

Uno de los grandes desafíos para el Cabildo es transformar su enfoque y su rol, para convertirse en una entidad líder de los medios de información alternativos.

Esto nos da la pauta de crear un diseño estratégico de las actividades con el fin de que todos los habitantes e inclusive dirigentes tengan el privilegio de gozar de una información estructurada y planificada con un futuro prometedor y un auténtico desarrollo local de calidad.



## DIAGNÓSTICO

En el estudio realizado en la comuna San Pedro, se pudo apreciar que los dirigentes del cabildo optan por brindar una adecuada información al alcance de la comunidad, sin embargo existen diferentes obstáculos como la falta de implementación y utilización de los diferentes medios de información alternativos.

Es indudable que el movimiento comunal tiene muchos problemas derivados fundamentalmente de la falta de cohesión de sus estructuras, insuficientes capacidades de un alto porcentaje de sus representantes para atender sus responsabilidades, falta de incentivos para el fortalecimiento de una organización entre habitantes y dirigentes, pérdida de autonomía por el entremetimiento de interés que involucren a toda la comunidad.

Considerando el resultado de la investigación a través de las encuestas dirigidas a los habitantes de la comunidad, se pudo analizar la carencia de información mutua en el sector, es por ello que consideramos importante diseñar un plan estratégico de difusión de las actividades aplicando los diferentes medios de información alternativos que conlleve a una mejor estructura organizacional dentro de la comunidad.

Por tal motivo el 83% de los habitantes estarían dispuestos a participar en la implementación de herramientas tecnológicas que permitan fortalecer el proceso comunicativo en el sector.

Se pudo evidenciar que la falta de conocimiento sobre el uso y manejo adecuado de los medios de información alternativos es preocupante, debido que la información que se transmite de alguna índole en la comunidad no está al alcance de los habitantes de los diferentes sectores, es por eso que el 69% de la población no considera apropiado el uso que actualmente se le da a estos medios y que existiendo otros medios como: hojas volantes, dípticos,

trípticos, carteleras, pancartas, etc., no los tomen en cuenta al momento de informar.

Para ello se realizó el análisis del FODA institucional para determinar la problemática actual sobre el uso y manejo de medios de información alternativos que se brinda a la comunidad.

La utilización de matriz la FODA tiene razón de ser solo si conceptualizamos la planificación estratégica como una herramienta útil para promover procesos permanentes de cambio en la comunidad.

### Análisis Interno

<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Participación Comunitaria.</li> <li>➤ Información con carácter oportuno y eficaz.</li> <li>➤ Fluidez de mensajes.</li> <li>➤ Implementación de herramientas tecnológicas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Escases de medios de información alternativos.</li> <li>➤ Escasa participación de Habitantes en proyectos Comunitarios.</li> <li>➤ Carencia de Políticas y Reglamentos.</li> </ul>

## Análisis Externo

<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Desarrollo organizacional en la comunidad.</li><li>➤ Apertura de espacios Informativos.</li><li>➤ Emisión y retroalimentación de la información.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Falta de espacios informativos.</li><li>➤ La Comunidad interna es poca participativa.</li><li>➤ Falta de motivación y liderazgo.</li><li>➤ Mala interpretación de la poca información emitida.</li></ul>

## FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA PROPUESTA

### FILOSÓFICA

La comunicación a través de la historia también ha sido un tema de relevancia, es por eso que los grandes pensadores de la teoría de la comunicación nos imparten sus ideas principales, grandes rasgos y alineamientos teóricos a seguir, para que no exista desinformación en los temas importantes de nuestra sociedad.

Se propone considerar como desde la filosofía de la información, una filosofía fundamental del análisis y el diseño de la información, puede explicarse y dirigirse la construcción de un entorno intelectual apropiado y ofrecer un tratamiento sistemático a los fundamentos conceptuales de la sociedad contemporánea.

Para Harold Lasswell su principal aporte a la teoría de la comunicación fue su modelo de la comunicación. Lasswell estudió la forma como la comunicación ocurre, el proceso que envuelve y como un canal puede transmitir más de un mensaje. Sugerido inicialmente como un paradigma para la ciencia política en 1936, paradigma que según el definía el mayor interrogante de la disciplina, “¿Quién obtiene qué, cuándo y cómo?” el modelo se aplica buscando las respuestas a estas preguntas simple ¿Quién dice?, ¿qué dice?, ¿por qué canal?, ¿a quién? Y ¿Con qué efecto?

“Quién dice” corresponde a quién controla el mensaje en los medios, el organismo emisor, en este caso periodistas, y empresas de comunicación como entes de carácter comercial. “qué dice” son los mensajes en sí mismos están siendo comunicados; “por qué canal” son las técnicas de los medios, que en una sociedad difunden al mismo tiempo la información y la cultura. El “a quién”, es la audiencia, los receptores, el público, o también los clientes de determinados organismos de difusión de mensajes que satisfacen sus necesidades. Y finalmente el “con qué efecto” hace referencia a identificar y evaluar los efectos de la comunicación en público.

## **SOCIOLOGICA**

El análisis sociológico de las actividades realizadas por el ser humano, dentro de la sociedad, relacionadas a la producción, la difusión, la apropiación y el manejo social de la información en el mundo contemporánea, del efecto de las actividades sobre los procesos de cambio social y de su incidencia en el desarrollo del bienestar de las comunidades.

La comunicación cada vez está evolucionando, con el pasar del tiempo, por ende, en la actualidad existen diferentes formas de comunicarse, es decir a través de los medios de información alternativos, una comunidad puede informarse de manera eficaz y oportuna.

La información que obtenemos hoy, quizás no es válida mañana. Esto se debe a que, cuando se observa desde la perspectiva sociológica un hecho, un fenómeno, solamente se toma en cuenta un número reducido, limitado, del conjunto de todas las variables que intervienen en dicho acontecimiento. Al tomar en cuenta los demás determinantes, lo que en verdad se está haciendo es asumiéndolos como constante, estáticos. En dicho modelo, el objeto de estudio, por lo tanto, no se presenta del todo como algo dinámico.

Las personas por lo tanto se someten a tres condiciones básicas a la hora del proceso de las tomas de decisiones: condiciones de certezas (conocimiento riguroso del entorno), condiciones de riesgo (tiene sólo algún conocimiento del entorno) o condiciones de incertidumbre (desconocimiento casi total).<sup>28</sup>

## **PEDAGÓGICA**

La acción pedagógica está limitada por la presencia del poder de la información que se presenta en cualquier rubrica educativa, sin embargo se puede disminuir a través de líneas de investigación que permitan el planteamiento de la importancia que tiene la presencia pedagógica en la toma de decisiones valiosas para sustentar la práctica pedagógica en los diversos ámbitos en lo que se implanta.

Pedagogía de la información, surge con el inicio de los medios de comunicación de masas y medios alternativos, su finalidad es enseñar a interpretar las informaciones que les dan estos medios, es decir, la técnica que invita a los habitantes de las diferentes comunidades y porque no decir a todos los ciudadanos del país, a conocer los nuevos medios de información alternativos, como actúan, que persiguen, que crean, a saber criticar y opinar con argumentos y a distinguir lo que verdaderamente es la información.

---

<sup>28</sup> CESAR Augusto Bernal Torres y Hernán Darío Sierra Arango. Proceso administrativo para las organizaciones del siglo XXI. Capítulo 2, página 58.

La pedagogía informacional por su propia conceptualización está íntimamente relacionada a las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC); en efecto, tal como lo señala Berta Sola Valdés:

“el impacto de las nuevas tecnologías en el área de la información y la comunicación nos lleva a reflexionar sobre los métodos y procesos educativos... el potencial que ofrece el internet para la educación es enorme si tomamos en cuenta que para el sistema educativo lo más importante es la información y el conocimiento”.<sup>29</sup>

### **Comunicación Estratégica**

La comunicación estratégica dentro del espacio organizacional se considera como una metodología que hace posible el análisis e interpretación de los hechos que dentro de ella facilitan su buen desarrollo o permiten determinar sus problemas y soluciones.

Así mismo Donal Kirkpatrick define a la comunicación estratégica como:

“el arte de trazar, proyectar o dirigir un asunto u operaciones o como una serie de acciones en caminadas hacia un fin de bienestar”<sup>30</sup>

### **Comunicación Comunitaria**

La comunicación comunitaria o los medios de comunicación comunitarios, que cuentan actualmente con un velo que los margina, producto de los prejuicios clasistas, tienen su origen en los requerimientos de organización de los grupos, de un colectivo o sector para detectar sus problemas o debilidades y reconocer y reforzar sus fortalezas, en beneficio de construir colectivamente las respuestas que les permitan honrar sus vidas.

---

<sup>29</sup> Cfr. Montes Mendoza, Rosa; ¿Una pedagogía distinta?, cambios paradigmáticos en el proceso educativo; Cuadernos de Iberoamérica; Ed. OEI; Madrid, 2001

<sup>30</sup> Kirkpatrick, Donal L, Claves para una comunicación eficaz, Gestión 2000, Barcelona, 2001

Un medio de comunicación comunitaria es aquel que no tiene ánimo de lucro y su finalidad principal es mejorar la jerarquía de la comunidad a la que pertenece.

### **Comunicación para el desarrollo**

Se refiere a la vinculación de la comunicación estratégica en proyectos de desarrollo como herramientas de cambio en el comportamiento de una comunidad que es conducida al compromiso de sus miembros como una causa común, requisito fundamental para lograr un desarrollo sostenible. Dentro de este marco, la comunicación para el desarrollo busca circular información a públicos específicos, atender sus necesidades e inquietudes y responder apropiadamente.

### **LEGAL**

Es primordial acotar las Leyes de la Constitución del Ecuador, en referencia a la comunicación e información, de esta forma tendremos pleno conocimiento de los artículos que van relacionados con estos medios.

## **TITULO VII REGIMEN DEL BUEN VIVIR**

### **Capítulo Primero Sección Séptima**

#### **Comunicación Social**

**Art. 384.-** El Sistema de Comunicación Social asegurará el ejercicio de los derechos de la Comunicación, la información y la libertad de expresión y fortalecerá la participación ciudadana.

# PROYECTO DE LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN, LIBERTAD DE EXPRESIÓN Y ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA

## CAPITULO II

### DEFINICIONES

#### **Artículo 3.**

##### **Comunicación.-**

Comunicación es el proceso social de búsqueda, producción, recepción, intercambio y difusión de información u opinión, de cualquier índole que se trate, en cualquier forma que se lo haga, incluyendo a través del uso de medios de comunicación, prensa, formas artísticas, herramientas tecnológicas e internet.

### FUNDAMENTACION LEGAL

Amparado a la Constitución del Ecuador 2008, con lo que respecta a los Derechos de los Medios de Comunicación e Información refiriéndose a los siguientes artículos:

## TÍTULO II DERECHOS

### Capítulo segundo Derechos del Buen Vivir

#### Sección tercera Comunicación e Información

**Art. 16.-**Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

- 1.- Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por



cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.

## **LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN**

### **Título V**

#### **Sección III**

### **MEDIOS DE COMUNICACIÓN COMUNITARIOS**

**Art. 92 Definición.-** los medios de comunicación comunitarios son aquellos cuya propiedad, administración y dirección corresponden a comunas, comunidades y pueblos, nacionalidades, colectivos u organizaciones sociales. No tienen fines de lucro y su rentabilidad es social.

Los medios de comunicación comunitarios no podrán ser sometidos a limitaciones de definición y distribución de contenidos, de cobertura geográfica ni a controles especiales o cualquier otra forma de discriminación que les impida operar en igualdad de condiciones que los demás medios de comunicación.

### **OBJETIVOS DE LA PROPUESTA**

#### **Objetivo General**

Diseñar un plan estratégico de difusión mediante los medios de información alternativos, lo que permitirá, el desarrollo organizacional y comunicativo en las actividades realizadas por el cabildo de la comuna San Pedro.

#### **Objetivos Específicos**

- ✓ Realizar capacitaciones a los dirigentes, sobre el uso de los medios de información alternativos dentro de la comunidad logrando el crecimiento organizacional.

- ✓ Implementar planes de mejoramiento mediante procedimientos y técnicas para el desarrollo participativo y comunicativo entre habitantes y dirigentes del cabildo de la comuna San Pedro.
  
- ✓ Diseñar estrategias alternativas relacionadas con la participación comunitaria, permitiendo el mejor desenvolvimiento equitativo para la toma de decisiones de los dirigentes del cabildo.
  
- ✓ Fortalecer las falencias que se presentan en el proceso comunicativo e informativo dentro la comuna.

## FACTIBILIDAD

### FINANCIERA

Para la realización de la propuesta, los costos que realizaremos serán considerables, puesto que el diseño del plan estratégico va destinada a los dirigentes comunales con el fin, que la localidad obtenga una información estructurada y eficaz.

No.	CONCEPTO	VALOR UNITARIO
2	Capacitadores	200
	Material Didáctico	150
	Alquiler de Computadora (3 meses)	600
	Alquiler de Proyector	300
	Impresiones de Folletos	250
	Cámara Fotográfica	200
	Impresiones (varios)	150
	Copias	75
	Transportación	50
	Libros y Documentos de consulta	150
	<b>TOTAL RECURSOS ECONÓMICOS</b>	<b>\$2.125.00</b>

## **POLITICO – LEGAL**

En el Título II, Capítulo segundo, sección tercera, Comunicación e Información de la Constitución del Ecuador aprobada en el año 2008 en la Ciudad de Montecristi muestra:

**Art. 18.-**Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior.

## **DESCRIPCION DE LA PROPUESTA**

En un contexto democrático el desarrollo social siempre estará asociado de las organizaciones, en este caso el cabildo comunal y la participación ciudadana que es fundamental como condición necesaria para resolver los problemas del presente e impulsar las soluciones de fondo para lograr un futuro fructífero.

El principal capital con el que cuenta la localidad es su gente, al mismo tiempo la gente es el principal objetivo de desarrollo comunal; en cuanto a crear condiciones para el desarrollo humano de cada uno de sus habitantes, grupos y comunidades. Es necesario, por lo tanto, invertir en las personas y en la generación de condiciones que posibiliten que todos los habitantes puedan y tengan acceso a los medios de información alternativos.

Esta propuesta está destinada a los dirigentes de la comuna San Pedro, aplicando los medios de información alternativos, para que de esta manera mejoren la calidad de los procesos comunicativos que deberían existir en el sector.

A través del argumento situacional, de los medios de información alternativos que es parte primordial de la necesidad de la comuna San Pedro se logrará recopilar información en cuanto a la cohesión que existen entre habitantes y dirigentes de la comuna, con el fin de promover información estructurada, equitativa, recíproca y participativa.

En la propuesta se tiene la perspectiva de mejorar los procesos comunicativos, que en este caso se trata de los medios de información alternativos para que sobresalga la participación de todos los miembros de la comunidad, por ello, a los dirigentes se les realizarán orientaciones de eficacia con temas relevantes que contribuyan el fortalecimiento de la información.

Los temas a tratarse serán sobre medios de información alternativos, pautas que deberían implicarse en la comunidad, de esta manera el proceso evolutivo de la información sería preciso y con buenos resultados.

Al implementar planes de mejoramiento, nos referimos a las diferentes técnicas que existen y se utilizarán por el bien del sector, de estas maneras habitantes y dirigentes conozcan sobre los diferentes medios de información alternativos que inquietan a la comunidad.

La participación comunitaria es primordial en una comunidad, es por eso que se diseñará estrategias alternativas, implementando los diferentes medios de información, con el fin que la comunidad y los dirigentes mantengan una relevante información en la toma de decisiones sobre algún hecho informativo o alguna preocupación que se torne en el sector.

A través de este plan, se apunta en primer lugar a obtener un claro conocimiento de la realidad comunal y de las limitaciones al proceso de desarrollo, este importante esfuerzo constituye un elemento que posibilita la definición más rápida de tareas y la toma de decisiones.

Al aplicar el plan estratégico de difusión se incrementara una buena información sobre todo lo que se acontece en el sector, se realizará el orden eficaz de las actividades implantadas por el cabildo. Este plan es solo el comienzo y se desarrollara con el tiempo, a manera que la comunidad continúe trabajando junta para atender las constantes y cambiantes necesidades.

En último término, el diseño del plan es una herramienta que permitirá coordinar la acción de todos los sectores de la comunidad, mediante el desarrollo económico, social y esfuerzo de todos los habitantes de la comunidad y contribuir al progreso y futuro de expectativas positivas.

### **ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA LOS DIRIGENTES DE LA COMUNA SAN PEDRO**

En la estrategia de comunicación se destaca la importancia que contemple los conjuntos adecuados para facilitar la comunicación de los dirigentes del cabildo comunal y el fortalecimiento de la credibilidad de la entidad como parte primordial de la comunidad de San Pedro.

Para lograr ese ambiente de comprensión y aceptación en la comunidad, los esfuerzos deben dirigirse a la consolidación de este modelo comunicacional que garantice el manejo adecuado y oportuno de la información, por medio de este plan estratégico de comunicación que se traduzca en un afán planificado y continuo por establecer una buena imagen a los dirigentes del cabildo comunal ante la comunidad, haciendo pleno reconocimiento del papel fundamental de la transmisión de información y utilizando modelos de estrategias de comunicación.

## **INSTRUMENTO DE COMUNICACIÓN**

Cuando hablamos de instrumento de comunicación nos referimos a aquellas herramientas que nos permiten tener una comunicación más fluida y eficaz en los diferentes escenarios organizacionales. De igual manera estos instrumentos le permiten a la comuna San Pedro tener un desarrollo y un avance, pues les brinda la oportunidad a los miembros de la misma, incrementar su participación y conocer a través de estos la información en los momentos apropiados. Soportado bajo unas estrategias pensadas desde la comunicación, estos medios resultan ser indispensables a la hora de llevar a cabo con éxito, objetivos y metas organizacionales.

### **CONSIDERACIONES PARA EL PLAN DE COMUNICACIÓN EN LA COMUNA SAN PEDRO**

Incrementar la participación de los dirigentes del cabildo y el nivel de interés por las diferentes actividades que ofrece a la comunidad en general.

- Involucrar a la comunidad en general sobre seminarios, charlas y talleres sobre motivación participativa.
- Realizar campañas de promoción sobre las actividades de la comunidad que ayuden a mejorar la comunicación.
- Reducir los conflictos internos a partir del fortalecimiento de la cohesión entre habitantes y dirigentes de la comuna San Pedro.

Mejorar las vías y canales a través del cual es transmitida la información en relación con las actividades realizadas, además de garantizar nuevos espacios de participación activa a través de los diferentes medios de información.

- Mejorar y adecuar la difusión de los medios de información mediante trípticos, dípticos y hojas volantes para el mejor interés de los habitantes.
- Contribuir a la creación de espacios de información, participación y opinión.
- La persuasión de espacios de comunicación que facilite formar, tener y tomar parte de los procesos orientados a la creación de valores entre los dirigentes y habitantes de la comuna San Pedro.

Facilitar a los dirigentes, recursos de fácil acceso para que éstos puedan acceder y obtener información de su interés de manera más fácil y oportuna.

- Mantener diálogo con los presidentes de las diferentes localidades (barrios) o entes primordiales existentes, para un mejor desarrollo de la información en la comunidad.
- Propiciar espacios formales e informales de integración que vinculen a todos los habitantes de la comunidad, manteniendo relaciones interpersonales cordiales.

Informar y dar a conocer la totalidad de los programas, para que de esta manera perciba el plan como un conjunto de posibilidades que indudablemente mejoran la calidad de vida de la comunidad.

- Definir un conjunto de acciones y procedimientos mediante los cuales se despliegan una variedad de recursos de comunicación para apoyar la labor de los dirigentes comunales.
- Estimular la disposición de espacios y proyectos de trabajo conjunto entre habitantes y dirigentes de la comuna San Pedro.



## **CAPACITACIONES FORMALES PARA LOS DIRIGENTES DEL CABILDO COMUNAL DE SAN PEDRO**

Este procedimiento es uno de los más significativos y apropiados dentro del proceso de comunicación efectiva porque pretende unificar los criterios y conceptos del plan desde su interior. Las capacitaciones se llevaran a cabo el 4 de Marzo del 2013 hasta el 1 de Abril del 2013.

### **CONTENIDO DE CAPACITACIÓN SOBRE EL USO DE MEDIOS DE INFORMACIÓN ALTERNATIVOS.**

#### **Técnicas y Manejo**

- Técnicas de uso y manejo de los medios de Información Alternativos.
- Herramientas básicas para fortalecer el proceso de comunicación e información.
- Importancia de la participación de la Comunicación Alternativa.
- Características de la información alternativa.

#### **Procedimientos**

Capacitar a los dirigentes comunales, mediante talleres y participación activa que les permita establecer un clima de trabajo organizado.

- Mejora espacios de interacción y acción de los dirigentes.
- Fomentan el trabajo en equipo.
- Planifican las actividades que se realizan a diario dentro de la comunidad.
- Fortalecen las actitudes y capacidades de los dirigentes de la comuna.

**Beneficios de la capacitación sobre el uso de los medios de información alternativos.**

- Promueve participación en la comunidad.
- Mejora el conocimiento sobre los medios de información alternativos
- Incrementa los procesos de comunicación.
- Mejora la relación entre dirigentes comunales.
- Incrementa el uso y manejo de medios de información alternativos.

**TABLA 17. Capacitación a los dirigentes del cabildo comunal sobre el uso y manejo de los medios de información alternativos**

PROYECTO	OBJETIVO	FECHA DE INICIO Y TERMINACIÓN	METODOLOGÍA
Capacitación a los dirigentes del cabildo comunal sobre el uso y manejo de los medios de información alternativos.	Realizar capacitaciones a los dirigentes, sobre el uso de los medios de información alternativos dentro de la comunidad logrando el crecimiento organizacional.	4 de Marzo del 2013 hasta 4 Abril del 2013	Presentación en diapositivas. Expositivo Crítica textual

## **CAPACITACIÓN SOBRE LA IMPORTANCIA DE LA PARTICIPACIÓN COMUNITARIA.**

Se impartirá a los dirigentes de la comuna San Pedro la capacitación sobre importancia de la participación comunitaria, desarrollando conocimientos y aprendizajes, estableciendo expectativas que permitan mejorar el ambiente comunicativo, desarrollando sus habilidades y formando un equipo de trabajo para ejercer de mejor manera sus actividades a través de la comunicación. La segunda capacitación se llevará a cabo el 8 de Abril hasta 8 de Mayo del 2013.

### **Contenido de la capacitación, la importancia de la participación comunitaria.**

Que es participación comunitaria.

La necesidad de participar dentro de una comunidad.

Enfoques y experiencias de la participación comunitaria.

Estrategias de la participación comunitaria.

Participación comunitaria y enfoque social.

### **Procedimientos**

Desarrollar habilidades y aprendizajes que permitan tener un entorno agradable en la comuna San Pedro para brindar una acertada información al resto de habitantes

Establecer una buena comunicación entre dirigentes y habitantes de la comuna San Pedro.

Permite evaluar la participación de la comunidad en general.

Proporciona acciones que ayudan a mejorar los procesos comunicativos

### **Beneficios de la participación comunitaria.**

Favorece una mayor eficiencia en la intervención de los habitantes.

Profundiza la democracia y facilita las relaciones sociales para propuestas innovadoras.

Permite orientar y gestionar de forma complementaria aquellos procesos planificadores que han identificados claramente los intereses de los ciudadanos.

Investigan sus propios problemas y necesidades provocando reacción positiva con los habitantes.

**TABLA 18. Capacitación a los dirigentes del cabildo comunal sobre la importancia de la participación comunitaria**

PROYECTO	OBJETIVO	FECHA DE INICIO Y TERMINACIÓN	METODOLOGÍA
<p>Capacitación a los dirigentes del cabildo comunal sobre la importancia de la participación comunitaria.</p>	<p>Realizar capacitaciones a los dirigentes, sobre la importancia de la participación comunitaria provocando reacción positiva en la comunidad.</p>	<p>8 de Abril del 2013 hasta 8 Mayo del 2013</p>	<p>Presentación en diapositivas. Expositivo Materiales Didácticos.</p>

## **CAPACITACIÓN SOBRE ESTRATEGIAS COMUNICATIVAS**

La capacitación de estrategias comunicativas permitirá a los dirigentes incluir diferentes maneras de transmitir las informaciones para alcanzar su meta comunicativa con los ciudadanos en forma general.

### **Contenido de la capacitación**

Definición de estrategias comunicativas.

El uso de las estrategias comunicativas.

Estrategias de comunicación y desarrollo.

Estrategias comunicativas para la movilización social en procesos de planeación para el desarrollo local.

### **Procedimientos**

Desarrollar técnicas para el desarrollo de la comunicación dentro de la comuna.

Implementa un estilo comunicativo a favor de todos los habitantes.

Capacidad de identificar y corregir las anomalías detectadas en el manejo de la información y de la comunicación, que repercuten negativamente en la labores de los dirigentes.

Facultad de operar las tareas asignadas donde la información y la comunicación son la materia prima.

## **BENEFICIOS DE LA CAPACITACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS COMUNICATIVAS.**

Opera bajo lógicas de organización planificadas, para que cada miembro conozca su actividad y su posición en la organización, no solo como miembro sino como parte de una comunidad que lleva un mismo objetivo.

Desarrolla una visión comunitaria, con disposición al cambio, que logre construir objetivos comunes, que se apliquen y se reflejen en las actividades cotidianas de los dirigentes y habitantes de la comuna San Pedro.



**TABLA 19. Capacitación a los dirigentes del cabildo comunal sobre las estrategias comunicativa**

PROYECTO	OBJETIVO	FECHA DE INICIO Y TERMINACIÓN	METODOLOGÍA
<p>Capacitación a los dirigentes del cabildo comunal sobre las estrategias comunicativas.</p>	<p>Realizar capacitaciones a los dirigentes, sobre las estrategias comunicativas estableciendo vínculos entre organización y comunidad.</p>	<p>14 de Mayo del 2013 hasta 14 Junio del 2013</p>	<p>Expositivo Materiales Didácticos.</p>

## **IMPACTO**

De esta forma se ha determinado falencias en cuanto a la información emitida dentro de la comunidad, por ende es importante realizar capacitaciones con temas de interés en acciones inmediatas para el desarrollo y estructura de los procesos comunicativos.

Para los dirigentes de la comuna San Pedro es importante que existan estrategias y alternativas de soluciones para fortalecer la comunicación de las diferentes vías y canales de información de gran relevancia para la Comunidad.

Debido a esto se establece un plan de comunicación, determinando sus responsables y principales factores que llevará sin duda a un gran éxito en la comunicación interna y externa de la comunidad de San Pedro.

## **BIBLIOGRAFÍA**

- ❖ FERNANDEZ, C. La Comunicación en las Organizaciones. Editorial Trillas, México, 1999
- ❖ BERLO, D. El Proceso de Comunicación. Editorial Ateneo, Argentina, 1979
- ❖ SOTELO, C. Introducción a la Comunicación Institucional, 2001. Editorial Ariel, nº 1
- ❖ MC QUAIL, D. La acción de los Medios. Los medios de Comunicación y el Interés Público. México 1998
- ❖ NOGUEIRAS, L. El Proceso de Desarrollo Comunitario. Madrid: Nancea 2001
- ❖ CASTELLS, M. La Era de las Información. México 2006
- ❖ SIMPSON, M. Comunicación Alternativa y cambio social. Premia México 1986
- ❖ HABERMAS, J. Teoría de la Acción Comunitaria. Vol. 1. Buenos Aires. Editorial Taurus 1989
- ❖ CONSTITUCIÓN Política del Ecuador
- ❖ GÓMEZ, L. Opinión Pública y Medios de Difusión. Primera Edición 1982
- ❖ PAVLIK, J. El Periodismo y los Nuevos Medios de Comunicación. Publicado en inglés, en 2001, por Columbia University Press, Nueva York.
- ❖ Enciclopedia Océano. Máster biblioteca Practica de Comunicación.
- ❖ CIESPAL, Comunicación Estratégica para las Organizaciones. Ecuador Agosto 2006

- ❖ LILLO, ROSELLO, Concepto de Comunidad. 2010
- ❖ PEREZ, Rafael. Estrategias de Comunicación. Septiembre 2001
- ❖ ROBINSON, Edward J. “Comunicación y Relaciones Públicas” Editorial. Continental. Edic. Méx. 1974
- ❖ SÁNCHEZ, Alfonso. Dirección Estratégica de empresas de Comunicación. Colección. Catedra. Signo e Imagen. Madrid 2000.
- ❖ BERRIGAN, Francés. “La Comunicación de carácter comunitario y el desarrollo” en la Comunicación Comunitaria, Estudios y documentos de Comunicación Social No 90, Unesco, 1980
- ❖ CENTRO NUEVA TIERRA; Barrio Galaxia: Manual de Comunicación a Comunitaria, Bs. As., 2000
- ❖ Revista La Tadeo No. 68 – Primer Semestre 2003. Bogotá, D. C. - Colombia

#### **Fuentes en Internet:**

- ❖ Participación Comunitaria:  
[http://www.madrimasd.org/blogs/salud\\_publica/2008/11/17/107090](http://www.madrimasd.org/blogs/salud_publica/2008/11/17/107090)
- ❖ Medios Alternativos:  
<http://lapaterna.wordpress.com/2008/05/08/medios-alternativos/>
- ❖ Pedagogía de la Información:  
<http://naveducando.blogspot.com/2010/02/pedagogia-de-la-informacion.html>
- ❖ Importancia de Participación Comunitaria:  
<http://tibasseguro.com/?p=531>
- ❖ Clases de decisiones:  
<http://es.scribd.com/doc/30481231/CLASES-DE-DECISIONES>

## ANEXOS

### Anexo 1. Diseño de Encuesta



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD  
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD  
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

### **ENCUESTA DIRIGIDA A LOS HABITANTES E LA COMUNA SAN PEDRO**

**Objetivo:** Recopilar datos sobre el uso de los medios de información alternativos y su influencia en la cohesión entre dirigentes del cabildo y habitantes de la comuna San Pedro del Cantón Santa Elena en el periodo 2012.

Su información es importante para nuestro estudio.

Marque con una X según corresponda

Datos informativos:

Sector:

Género:

Femenino

Masculino

Edad:

18 – 20

21 – 23

24 – 26

27 – 29

30 – 32

33 – 35

36 – 38

39 – 41

42 – 44

45 – 48

Instrucción:

Primaria

Secundaria

Superior

Otros

**1.- ¿La información que recibe la comunidad por parte de los dirigentes del cabildo comunal es?**

Muy buena

Buena

Regular

Insuficiente

**2.- ¿Ha participado en talleres y actividades lúdicas preparadas por el cabildo para fortalecer la comunicación en la comunidad?**

Siempre	<input type="checkbox"/>
De repente	
Nunca	

**3.- ¿Con qué frecuencia los dirigentes comunales realizan la rendición de cuentas o informes de labores del trabajo ejecutado en beneficio de la población?**

Muy Frecuente	<input type="checkbox"/>
Frecuente	
Poco Frecuente	
Nada Frecuente	

**4.- ¿Con qué frecuencia se informa y se utiliza los medios de información alternativos?**

Muy Frecuente	<input type="checkbox"/>
Frecuente	
Poco Frecuente	
Nada Frecuente	

**5.- ¿Considera usted oportuno los medios de información alternativos empleados para la difusión en la comunidad?**

Muy de acuerdo	<input type="checkbox"/>
De acuerdo	
Indeciso	
En desacuerdo	

**6.- ¿Considera apropiado el uso de los medios de información que utilizan los dirigentes del cabildo comunal?**

Si	<input type="checkbox"/>
No	

**7.- ¿Con qué medios de información alternativos le gustaría que el cabildo comunal les informe sobre los proyectos a realizar?**

Hojas volates	<input type="checkbox"/>
Perifoneo	
Solicitudes	
Díptico	
Tríptico	
Otros	

**8.- ¿Cada qué tiempo se evalúa la gestión de los dirigentes?**

Siempre	<input type="checkbox"/>
Casi Siempre	
Algunas veces	
Nunca	

**9.- ¿Participa usted con proyectos o alternativas de mejoramiento que sean tomadas en cuenta por los dirigentes del cabildo?**

Siempre	<input type="checkbox"/>
Casi Siempre	<input type="checkbox"/>
Algunas veces	<input type="checkbox"/>
Nunca	<input type="checkbox"/>

**10.- ¿Con qué frecuencia ha dado a conocer sugerencias y opiniones para resolver problemas de tu comunidad?**

Siempre	<input type="checkbox"/>
Casi Siempre	<input type="checkbox"/>
Algunas veces	<input type="checkbox"/>
Nunca	<input type="checkbox"/>

**11.- ¿Existe vinculación de los medios de información alternativos entre dirigentes y habitantes de la comunidad para un mejor desarrollo organizacional?**

Muy Frecuente	<input type="checkbox"/>
Frecuente	<input type="checkbox"/>
Poco Frecuente	<input type="checkbox"/>
Nada Frecuente	<input type="checkbox"/>

**12.- ¿Cuál sería su participación de implementarse herramientas tecnológicas que permitan fortalecer los procesos de comunicación en su comunidad?**

Muy buena	<input type="checkbox"/>
Buena	<input type="checkbox"/>
Regular	<input type="checkbox"/>
Indiferente	<input type="checkbox"/>

Gracias.

## Anexo 2. Diseño de Entrevista



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD  
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD  
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

### ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS DIRIGENTES DE LA COMUNA SAN PEDRO

**Objetivo:** Recopilar datos sobre el uso de los medios de información alternativos y su influencia en la cohesión entre dirigentes del cabildo y habitantes de la comuna San Pedro del Cantón Santa Elena en el periodo 2012. Su información es importante para nuestro estudio.

Datos informativos:

Sector: \_\_\_\_\_ Género: \_\_\_\_\_ Instrucción: \_\_\_\_\_ Edad: \_\_\_\_\_

1.- ¿La información que usted emite como directivo de la comunidad se basa en la aplicación de medios de información alternativos?

---

---

2.- ¿Con qué frecuencia usted como dirigente comunal ha realizado la rendición de cuentas a la población de San Pedro?

---

---

3.- ¿Con qué frecuencia se informa y utiliza los medios de información alternativos dentro de su gestión como directivo o funcionario?

---

---

4.- ¿Considera usted oportuno que los medios de información alternativos dentro de la administración mejora el proceso en la difusión de la comunidad?

---

---

5.- ¿Qué medios de información alternativos utiliza usted para informar de los proyectos realizados o a realizar?

---

---



Anexo 3 Fotografías



