



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

DEPARTAMENTO DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE MAGISTER EN COMUNICACIÓN CON MENCIÓN EN
MEDIOS PÚBLICOS Y COMUNITARIOS**

Título:

Uso de altoparlantes como medio de comunicación comunitaria en la comuna
Manantial de Guangala de la parroquia Colonche del cantón Santa Elena.

Autor:

Aida Vanessa Moreira Aquino.

Tutor:

GUILLERMO DEL CAMPO S. PHD

MILAGRO, ABRIL 2020

ECUADOR



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
DEPARTAMENTO DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO

CERTIFICADO DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

Por la presente hago constar, que ha analizado el proyecto de grado presentado por la Lic. Aida Vanessa Moreira Aquino, para optar por el título de Magister en Comunicación con Mención en Medios Públicos y Comunitarios y que acepto tutorar al maestrante, durante la etapa de desarrollo del trabajo hasta su presentación, evaluación y sustentación.

Milagro, a los 24 días del mes de abril del 2020

FIRMA DEL TUTOR: _____

Dr. Guillermo del Campo Saltos
TUTOR/A DEL PROYECTO



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
DEPARTAMENTO DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO

DECLARACIÓN DE LA AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

El autor de esta investigación declara ante el Consejo Directivo del Departamento de Investigación y Posgrado de la Universidad Estatal de Milagro, que el trabajo presentado es de mi propia autoría, no contiene material escrito por otra persona, salvo el que está referenciado debidamente en el texto; parte del presente documento o en su totalidad no ha sido aceptado para el otorgamiento de cualquier otro Título o Grado de una institución nacional o extranjera.

Milagro, a los 24 días del mes de abril del 2020

FIRMA DEL MAESTRANTE: _____

Lic. Aida Vanessa Moreira Aquino
MAESTRANTE



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
DEPARTAMENTO DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO

CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA

El TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del título de Magister en Comunicación con Mención en Medios Públicos y Comunitarios otorga el presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

MEMORIA CIENTIFICA:	60
DEFENSA ORAL:	40
TOTAL:	100
EQUIVALENTE:	EXCELENTE

Dr. Jorge Córdova Morán
PRESIDENTE/A DEL TRIBUNAL

Dr. Guillermo del Campo Saltos
TUTOR/A DEL PROYECTO

MSc. Luis Rosero Constante
SECRETARIO/A DEL TRIBUNAL

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a Dios, por ser mi guía y haberme brindado la sabiduría necesaria en cada uno de los días de estudio, a mis Padres Jorge y Betty quienes con su amor, esfuerzo y ejemplo me han permitido llegar a cumplir hoy un sueño más; A mis hermanos, familia y amigos porque con sus oraciones, consejos y palabras de aliento de una u otra forma me acompañan en todos mis sueños y metas.

AIDA MOREIRA A.

AGRADECIMIENTO

Dicen que la mejor herencia que nos pueden dejar los padres son los estudios, sin embargo, no es el único legado del cual me siento agradecida, pues mis padres me han permitido trazar mi camino y caminar con mis propios pies. Ellos son mis pilares de vida.

AIDA MOREIRA A.

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Ingeniero.

Fabricio Guevara Viejó, PhD.

RECTOR

UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

Presente.

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente se procede hacer la entrega de Cesión de Derecho del Autor del Trabajo realizado como requisito previo para la obtención del título de Cuarto Nivel, cuyo tema fue: “USO DE ALTOPARLANTES COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN COMUNITARIA EN LA COMUNA MANANTIAL DE GUANGALA DE LA PARROQUIA COLONCHE DEL CANTÓN SANTA ELENA”, y que corresponde al Departamento de Investigación y Posgrado.

Milagro, a los 24 días del mes de abril del 2020

FIRMA DEL MAESTRANTE:



Lic. Aida Vanessa Moreira Aquino
MAESTRANTE

ÍNDICE GENERAL

CERTIFICADO DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DECLARACIÓN DE LA AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	iii
CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR.....	vii
ÍNDICE GENERAL.....	viii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xi
ÍNDICE DE TABLAS.....	xii
RESUMEN.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 1:	3
EL PROBLEMA.....	3
1.1. Planteamiento del problema	3
1.2. Formulación del problema.....	4
1.3. Sistematización del problema	4
1.4. Delimitación del tema	4
1.5. Objetivos	4
1.5.1. Objetivo general.....	4
1.5.2. Objetivos específicos	4
1.6. Justificación de la investigación.....	4
1.7. Viabilidad del estudio	5
CAPÍTULO 2	6
MARCO TEÓRICO.....	6
2.1. Bases teóricas y conceptuales	6
2.1.1. Desarrollo local.....	6
2.1.2. Teoría de la Comunicación.....	7
2.1.3. Comunicación Comunitaria.....	10
2.1.4. Educomunicación.....	16
2.2. Marco referencial	18

2.2.1.	La comunicación comunitaria en el mundo.....	18
2.2.2.	Latinoamérica y su experiencia con la comunicación comunitaria.....	18
2.2.3.	Ecuador y la comunicación.....	19
2.3.	Marco legal.....	22
2.4.	MARCO CONCEPTUAL.....	23
CAPITULO III.....		24
MARCO METODOLOGICO.....		24
3.1.	Diseño de la investigación.....	24
3.2.	Alcance de la Investigación.....	24
3.2.1.	Bibliográfica.....	24
3.2.2.	De campo.....	25
3.2.3.	Descriptiva.....	25
3.3.	Técnicas de investigación:.....	25
3.3.1.	Observación directa.....	25
3.3.2.	Encuesta.....	26
3.3.3.	Entrevista.....	26
3.4.	Software utilizado.....	26
3.5.	Población y muestra.....	26
3.5.1.	Tamaño de muestra.....	26
3.6.	Hipótesis y variables.....	28
3.6.1.	Hipótesis General Responde a la formulación del problema.....	28
3.6.2.	Hipótesis Particulares Responde a las preguntas de la sistematización del problema... 28	
3.6.3.	Declaración de Variables.....	28
3.6.4.	Operacionalización de las Variables Indicadores de las variables.....	28
3.7.	Procedimientos de análisis de datos.....	29
CAPITULO IV.....		31
RESULTADOS.....		31
4.1.1.	Análisis general de las encuestas.....	31
4.2.	Resultados de las entrevistas.....	32
4.2.1.	¿Cuánto tiempo lleva en la dirección de la comunidad?.....	32
4.2.2.	¿Cuántos son los pobladores que tiene la comunidad aproximadamente?.....	32
4.2.3.	¿Cómo llega a todos los lugares de la comunidad?.....	33
4.2.4.	¿Cuáles son los mecanismos que utilizan para comunicarse?.....	33
4.2.5.	¿Usa los altoparlantes? ¿Por qué?.....	34

4.2.6.	¿Ha tenido quejas al respecto del volumen de los altoparlantes?	34
4.2.7.	¿Dentro de su planificación, ha considerado otros medios de comunicación? ¿Por qué? 34	
4.2.8.	¿Lleva un cronograma planificado de acciones? ¿Como mide sus logros?	35
4.2.9.	¿Cuáles son las quejas frecuentes de las personas?.....	35
4.2.10.	¿Como resuelve las quejas de la comunidad?.....	36
DISCUSIÓN.....		38
CONCLUSIONES		41
RECOMENDACIONES.....		46
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS		47
ANEXOS		50

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura. 1. Datos de género	52
Figura. 2. Datos etarios	53
Figura. 3. Estado civil de la muestra.....	54
Figura. 4. Nivel de educación	55
Figura. 5. Participación en las Asambleas	56
Figura. 6. Frecuencia de las asambleas.....	57
Figura. 7. Instrumentos usados para la convocatoria.....	58
Figura. 8. Duración de las Asambleas	59
Figura. 9. Uso y frecuencia de los altoparlantes	60
Figura. 10. Le molestan los altavoces.....	61
Figura. 11. Usos del alto parlante	62
Figura. 12. Mensaje en las invitaciones/convocatorias	63
Figura. 13. Seguimiento/Resumen de reuniones	64
Figura. 14. Publicación de los acuerdos de Asamblea.....	65
Figura. 15. Hay cartelera informativa en la Comunidad	66
Figura. 16. Buzón de sugerencias	67
Figura. 17. Se toma lista en las Asambleas	68
Figura. 18. Hay alguien que reciba las quejas	69
Figura. 19. Ud. A puesto alguna queja	70
Figura. 20. Se solucionan las quejas	71

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Teorías y corrientes de la comunicación	8
Tabla 2. Operacionalización de variables	28
Tabla 3. Propuesta de comunicación comunitaria	44
Tabla 4. Propuesta de comunicación comunitaria	45
Tabla 5. Datos de género	52
Tabla 6. Datos etarios	53
Tabla 7. Estado civil de la muestra	54
Tabla 8. Nivel de educación	55
Tabla 9. Participación en las Asambleas	56
Tabla 10. Frecuencia de las asambleas	57
Tabla 11. Instrumentos usados para la convocatoria	58
Tabla 12. Duración de las Asambleas.....	59
Tabla 13. Uso y frecuencia de los altoparlantes	60
Tabla 14. Le molestan los altavoces	60
Tabla 15. Usos del alto parlante	61
Tabla 16. Mensaje en las invitaciones/convocatorias	63
Tabla 17. Seguimiento/Resumen de reuniones.....	63
Tabla 18. Publicación de los acuerdos de Asamblea	64
Tabla 19. Hay cartelera informativa en la Comunidad	65
Tabla 20. Buzón de sugerencias	67
Tabla 21. Se toma lista en las Asambleas	67
Tabla 22. Hay alguien que reciba las quejas.....	68
Tabla 23. Ud. A puesto alguna queja.....	69
Tabla 24. Se solucionan las quejas	70

RESUMEN

El presente trabajo de investigación es un Estudio sobre el uso de altoparlantes como medio de comunicación comunitaria en la comuna Manantial de Guangala de la parroquia Colonche del cantón Santa Elena, su principal objetivo es el de analizar la contribución de los altoparlantes como medio de comunicación comunitaria en la comuna, desde la identificación de sus formas de comunicación, el sistema de información comunitaria y los elementos que se utilizan en la comuna Manantial de Guangala al momento de transmitir mensajes comunitarios, su nivel de medir la participación e interés de los ciudadanos en la comunicación comunitaria y proponer elementos de comunicación comunitaria que sean potentes, participativos y bidireccionales para la comunicación comunitaria en la comuna Manantial de Guangala. Se propuso diversas actividades desde tres enfoques: social que promueve la integración de los elementos de la ciudadanía con las autoridades locales, el económico que está orientado a la captación de fondos públicos y privados para ejecutar el plan comunicacional, el comunal que tiene como objetivo el de construcción de un tejido estructural o plataforma de diálogo y participación comunitaria que sea equitativa, inclusiva y sobre todo con autonomía en sus decisiones. Asimismo, ofrecer las garantías que las comunidades sean integradas de manera total, para lo que se propone la estructura de un Comité Comunal encargado de asegurar la entrega del mensaje a todos los recintos y sitios donde actualmente no llega el mensaje, asimismo, de requerirse, ampliar la cobertura con equipos físicos o de onda corta asignados a personal estratégico de la localidad, para cubrir esta necesidad de información.

Palabras claves: comunicación, comunidad, plan comunicacional, altoparlantes, información comunitaria.

ABSTRACT

The present research work is a Study on the use of high speakers as a means of community communication in the Manantial de Guangala commune of the Colonche parish of the Santa Elena canton, its main objective is to analyze the contribution of the high speakers as a means of Community communication in the commune, from the identification of its forms of communication, the community information system and the elements that are used in the Manantial de Guangala commune when transmitting community messages, its level of measuring the participation and interest of citizens in community communication and propose elements of community communication that are powerful, participatory and bidirectional for community communication in the Manantial de Guangala commune. Various activities were proposed from three approaches: social that promotes the integration of the elements of citizenship with local authorities, the economic one that is aimed at raising public and private funds to execute the communication plan, the communal one that aims to of building a structural fabric or platform for dialogue and community participation that is equitable, inclusive and especially with autonomy in its decisions. Likewise, offer the guarantees that the communities be fully integrated, for which the structure of a Communal Committee is in charge of ensuring the delivery of the message to all the enclosures and places where the message does not currently arrive, also, if required, expand coverage with physical or shortwave equipment assigned to local strategic personnel, to cover this need for information.

Keywords: communication, community, communication plan, high speakers, community information.

INTRODUCCIÓN

En los años 70`s, poco después de iniciar la época democrática, en las comunas de las parroquias de la provincia de Santa Elena se han implementado prácticas de comunicación a través de altoparlantes o también conocidos como la “voz de los techos”, un fiel ejemplo de hacer comunicación comunitaria.

Los altavoces, son elementos que se encuentran a disponibilidad en el mercado, con características avanzadas que permiten disfrutar de una alta fidelidad en el sonido que se transmite mediante ondas sonoras, en este caso, a través del aire, donde es captado por el oído y se transforman en impulsos nerviosos que llegan al cerebro y se transforman en señales que se identifican con cosas como música, sonidos y onomatopeyas. Si se dispone de una grabación de voz, de música en soporte magnético o digital, o si se recibe estas señales por radio, se dispondrá a la salida del aparato de señales eléctricas que deben ser convertidas en sonidos; para ello se utiliza el altavoz.

Es por ello que muchas comunidades han realizado el uso de los altoparlantes como medio de comunicación comunitaria, donde interviene un interlocutor con mensaje potente transmitido por un elemento potente de la comunicación como es el altoparlante.

Estas iniciativas lejos de tener un estudio de radio profesional o semi-profesional, funcionan desde las casas comunales o viviendas de personajes representativos de las comunidades; cuentan con amplificación, micrófonos y algunas bocinas que están colocadas estratégicamente en postes o casa altas para que cuando suenen el mensaje se escuche muy claro desde distintas zonas.

Y aunque para los lugareños es una práctica común, para los foráneos o visitantes es poco convencional y hasta sorprendente; no obstante, este mecanismo permite crear y estimular mecanismos de participación para lograr un contacto directo con la audiencia y sus intereses pues no cuentan con medios de comunicación local.

Uno de los principales objetivos de la investigación es lograr identificar el impacto del uso de los altoparlantes en la comuna, el desarrollo local y sobre todo en cómo los mensajes transmitidos por este medio, inciden en los pobladores. Otros de los objetivos planteados es la percepción u opinión que tienen los comuneros al respecto del uso de los altoparlantes y si se

sienten o no atraídos por esta forma de comunicación comunitaria, lo que causa curiosidad, ya que se espera encontrar espacios en los que el exceso en su uso, puedan perturbar y hacer ruido, que son elementos que se analizarán para proponer mejoras en su uso y que esto, apoye al ciento por ciento al desarrollo rural de la comuna y de la parroquia.

CAPÍTULO 1:

EL PROBLEMA

1.1. Planteamiento del problema

La presente investigación se refiere al tema de los altoparlantes o “Voz de los Techos”, que se puede definir como una forma de comunicación comunitaria. O aquel sistema que las comunas de la provincia de Santa Elena utilizan para informar a la comunidad sobre temas de interés y a su vez brindar la oportunidad de participar en los procesos educativos, médicos, sociales y culturales que se realizarán en la localidad.

La característica principal de este medio es que utiliza bocinas o altoparlantes que están en las casas comunales o edificaciones que se encuentran en puntos estratégicos para que el mensaje que se desea transmitir llegue a toda la comunidad.

Para analizar esta forma de comunicar es necesario mencionar sus causas, una de ellas es el poco acceso a medios de comunicación nacional, la falta de medios de comunicación local, pero principalmente que las noticias o información que transmiten en estos medios son especialmente importantes para ellos.

La problemática gira en torno al uso de los altoparlantes en la comuna Manantial de Guangala de la parroquia Colonche del cantón Santa Elena como medio de comunicación comunitaria.

1.2. Formulación del problema

Impacto del uso de los altoparlantes como herramienta para la comunicación comunitaria en la comuna Manantial de Guangala de la parroquia Colonche.

1.3. Sistematización del problema

¿Cuál es la contribución de los altoparlantes como medio de comunicación comunitaria en la comuna Manantial de Guangala de la parroquia Colonche del cantón Santa Elena?

1.4. Delimitación del tema

Área: Comunicación Comunitaria

Geográfica: Comuna Manantial de Guangala, Parroquia Colonche.

Espacial: Año 2019, meses de junio a agosto.

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo general

Analizar la contribución de los altoparlantes como medio de comunicación comunitaria en la comuna Manantial de Guangala de la parroquia Colonche del cantón Santa Elena.

1.5.2. Objetivos específicos

1. Identificar las formas de comunicación, el sistema de información comunitaria y los elementos que se utilizan en la comuna Manantial de Guangala al momento de transmitir mensajes comunitarios.
2. Medir el nivel de participación e interés de los ciudadanos de la comuna Manantial de Guangala en la comunicación comunitaria.
3. Proponer elementos de comunicación comunitaria que sean potentes, participativos y bidireccionales para la comunicación comunitaria en la comuna Manantial de Guangala.

1.6. Justificación de la investigación

La investigación de los altoparlantes o “Voz de los Techos”, se realiza por el interés de conocer cómo surgió este mecanismo de información o comunicación en las comunas, además de su implementación y uso, con el que se pretende lograr una vinculación participativa de la comunidad en pro del desarrollo local.

Por otra parte, destacar la importancia e incidencia que tiene este medio, así como la participación de la comunidad para utilizarlos, pero principalmente para mantenerlos, ya que al ser un mecanismo potente y de alto impacto en lo comunitario, será un referente para otros sitios que al igual que la comuna de Manantial de Guangala, buscan el progreso y su desarrollo.

El interés en conocer el contexto social como variable cualitativa que permita identificar las relaciones o similitudes que tienen las comunas que utilizan este mecanismo de comunicación, su interrelación y participación, además de la trascendencia que tiene la comunidad al utilizar adecuadamente los altoparlantes.

1.7. Viabilidad del estudio

El estudio se logrará a través de la revisión documental relacionada con datos e información pública en los sitios de internet, revistas y prensa digital, al respecto del tema, además de sitios oficiales como el GAD Parroquial, líderes comunitarios y presidentes barriales, entre otros, que aportarán significativamente al desarrollo y logro de los objetivos. Adicionalmente, la producción de la encuesta al comunero, permitirá un dato de fuente primaria que evidenciará la percepción y los factores que inciden en la comunicación comunitaria de la comuna Manantial de Guangala.

CAPÍTULO 2

MARCO TEÓRICO

En una breve revisión de la historia del altoparlante, se identificó que el primero en instalar un parlante eléctrico en su teléfono fue Johann Philipp Reis en el año 1861, que reproducía tonos claros, aunque la voz humana requería de revisiones para su emisión, los intentos y mejoras de uso de los altoparlantes llevo a Alexander Graham Bell a patentar el primer parlante eléctrico que era capaz de emitir una voz humana clara en su teléfono en el año 1876 y luego hubo una versión mejorada por Ernst Siemens. Por su parte, y en esa época Thomas Edison se decidió por el típico cuerno de metal impulsado por una membrana unida a la aguja para sus primeros fonógrafos y luego una cadena de innumerables elementos que se patentaron para la mejora de los resultados en la emisión de voz, estuvieron a cargo de Short (1898), Parsons, Kellog (1925) y fabricas como Victor Talking Machine Company y Pathé hacían sus reproducciones en grandes volúmenes pero sin mejorar el resultado.

2.1. Bases teóricas y conceptuales

2.1.1. Desarrollo local

La comunicación para el desarrollo viene tratándose desde finales de la década de 1950, el interés por esta viene asociado a las investigaciones en el campo del uso educativo de los medios

de comunicación y su influencia para potenciar las aplicaciones tecnológicas en las zonas rurales, una iniciativa del gobierno de Estados Unidos con el propósito de potenciar diversos programas de asistencia técnica y financiera ligados a la extensión agrícola en determinadas zonas de Latinoamérica, incluyendo la educación audiovisual y la información sanitaria. Sin embargo, estos estudios no prosperaron pues tenían un marcado carácter utilitarista y estaban enmarcados en el paradigma desarrollista, donde se potenció el uso de los medios para desarrollar la tecnología, específicamente agrícola, y asegurar la dependencia aún mayor a Estados Unidos (Morfa, 2012).

Posterior a ello, el constante crecimiento económico, una distribución equitativa y la democratización del acceso a estas tecnologías eran las metas que aseguraban los primeros promotores de este modelo (Rogers, 1962; Schram, 1964). (Morfa, 2012)

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

2.1.2. Teoría de la Comunicación

Entre las definiciones al respecto de la comunicación, Aristóteles lo definió como la búsqueda de "todos los medios de persuasión que tenemos a nuestro alcance", y revisa todas las posibilidades que puede tener un orador, dejando claro que la meta principal de la comunicación es la persuasión cuando el orador intenta llevar a los demás a tener su mismo punto de vista, siendo este método, popular hasta la segunda mitad del siglo XVIII, que pasó a ser parte de la buena imagen del orador (Universitat Oberta, 2018).

Basados en los estudios de Aristóteles, la comunicación es el proceso de transmisión de información que involucra a un emisor, un mensaje y un receptor (Universitat Oberta, 2018). Para autores como Lasswell (1974) y Durkheim (1967), este proceso se puede definir como la transferencia de información de un emisor a un receptor, asegurándose de que la información sea comprendida por el receptor. Estos dos primeros conceptos, emisor y receptor, son, quizá, los más antiguos y los más utilizados en el mundo de la comunicación, pues son los dos elementos fundamentales para que ésta se dé.

A partir del siglo XVII surgen varias escuelas de pensamiento que se conocía con el nombre de psicología de las facultades haciendo una distinción clara entre el alma y la mente,

dándole diferentes facultades a éstas, iniciando un concepto de dualismo alma/mente que fue interpretado y tomado como base para dos propósitos independientes entre sí, de la comunicación: un objetivo era de naturaleza intelectual o cognoscitivo y el otro era emocional. Uno apelaba a la mente y el otro al alma. Es así que y de acuerdo con esta teoría, uno de los objetivos de la comunicación era informativo: llamamiento hecho a la mente. Otro era persuasivo: llamado hecho al alma, a las emociones. Y otro más servía de entretenimiento, por lo que se podía clasificar las intenciones del comunicador y el material a utilizar, dentro de estas categorías, cayendo en críticas aquel propósito natural del lenguaje y su dimensión persuasiva ya que la relación entre información–persuasión–entretenimiento confunde y se puede interpretar que cuando uno está entreteniéndolo no está dando información; que cuando uno está persuadiendo no está entreteniéndolo, y así sucesivamente.

Entre las corrientes de la comunicación se encuentran la teoría estructural funcionalista, teoría crítica, teoría de los efectos, teoría del conductismo o de efectos limitados, teoría de la aguja hipodérmica y la Sociológica positivista.

Tabla 1. Teorías y corrientes de la comunicación

Corrientes	Descripción
Teoría estructural funcionalista	Desarrollada por Lasswell; ésta, al igual que casi todas las teorías de la comunicación, hablaba del poder de los medios de comunicación frente al público (frente a las masas). Esta teoría tenía como principio lograr la persuasión por medio de las siguientes preguntas: quién dice qué, a través de qué medio, a quién y con qué efecto, preguntas que, en últimas, se referían, sobre todo, al poder político de los medios y al análisis de contenidos de lo que transmitían o emitían.
Teoría crítica	Max Horkheimer, el representante más notorio de esta escuela, pensaba que los efectos de un mensaje eran diferentes a la efectividad que éste podía tener sobre el público; es decir, pensaba que un medio podía emitir determinada información con la idea de lograr un efecto concreto, pero que dicho efecto podía no ser eficaz en términos de lo que se estaba pensando y deseando cuando se enviaba y que, por lo tanto, esto podía ser completamente negativo para la sociedad de masas.
Teoría de los efectos	Los antecedentes de esta teoría son la consolidación del cine y la prensa, la aparición de la radio, la expansión industrial y la cultura

urbana. Esta teoría nace del estudio de importantes sociólogos como Max Weber, Emile Durkheim y Max Horkheimer, quienes veían como principio del periodismo a la sociedad de masas; es decir, a un público indiferenciado al que se le enviaba un mensaje para lograr un efecto específico y al que se trataba de persuadir acerca de algo concreto a través de los medios de comunicación.

Teoría del conductismo o de efectos limitados dio pie a la concepción que actualmente se tiene de la relación medios - público. La teoría del conductismo o de efectos limitados habla de los efectos que los medios logran en el público, pero, a diferencia de la teoría de los efectos, ésta entiende y percibe que la gente se deja persuadir de los medios sólo si quiere y, por lo tanto, ya no asume al público como una masa sin criterio, sino como una aglomeración de diferentes grupos con la capacidad de decidir qué es lo que quieren ver, cuándo y cómo (el público puede cambiar de canal de televisión, puede cambiar de emisora, puede apagar los aparatos de los cuales se sirven los medios, puede no prestarles atención, etc).

Teoría de la aguja hipodérmica Esta teoría se desarrolló entre 1900 y 1940. Afirma que los medios de comunicación "inyectan" una información con un contenido que se da por cierto y verídico; es decir, que lo que un medio de comunicación diga (por ejemplo, que se desató una guerra) es cierto y de ninguna manera requiere ser verificado. Esta es una teoría que entraña, indudablemente, muchos peligros, pues jamás pone en entredicho la veracidad de la información que suministran los medios.

Sociología positivista Esta teoría afirmó que los medios masivos no sólo eran perjudiciales sino que también lograban aspectos positivos y benéficos dentro de la sociedad, pues podían cumplir con ciertos fines sociales que ayudaran al desarrollo del hombre como ser pensante, sin importar si estos fines tan sólo se podían cumplir en el mediano o largo plazo. Así mismo, entendía al público como una masa con particularidades que la caracterizaban, pues enunciaba los efectos de los medios a nivel individual, grupal, social e institucional, yendo más allá de lo general y enfocándose un poco más en las características particulares de los grupos sociales.

Las teorías sobre las corrientes de la comunicación presentan algunas limitaciones al respecto de cómo y que se debe transmitir como mensaje, desde la perspectiva del ámbito desde el cual se está emitiendo, como la conductista que afirma que las personas se dejan persuadir solo si quieren; otras se orientan hacia la necesidad de hacia que tipo de segmento se dirigen, haciendo uso de información basada en los intereses del emisor, exceptuando a la teoría crítica que es la que incluye un análisis al respecto del impacto que un mensaje no adecuado puede causar en las masas receptoras.

2.1.3. Comunicación Comunitaria

Se lo conoce como el conjunto de procesos comunicativos gestionados por diferentes organizaciones de la sociedad civil, ya sean sectores sociales, comunidades o grupos, aglutinados por intereses políticos, ideológicos, o en razón de la clase, de edad, demandas comunes, el género, la orientación sexual, intereses comunes, la comunidad de origen, el territorio o asuntos lingüísticos, entre muchos otros factores (UNLa, 2015)

La Comunicación Comunitaria es un tipo de comunicación que tiene el objetivo de construir, transmitir, difundir y compartir las necesidades y demandas de las personas, y al mismo tiempo engloba todo lo relacionado a la comunicación que circula desde los jefes o líderes de la comunidad hacia sus integrantes. Se encuentra presente en todo sector socioeconómico y posee una gran importancia para el desarrollo de los grupos sociales (Todo sobre comunicación, 2015).

2.1.3.1. Características de los medios de Comunicación Comunitaria

Entre las diferentes características que tienen estos medios de comunicación frente a otros medios (como, por ejemplo, los masivos o empresariales), se encuentra que:

- a) Estos medios pertenecen y son propiedad de una asociación sin ánimo de lucro, como una ONG, una organización ciudadana distrital, una iglesia o un colectivo ciudadano.
- b) No realizan proselitismo religioso ni partidista. No obstante, algunos de estos medios terminan cayendo en este tipo de malas prácticas.
- c) No existe un reparto de utilidades de ningún tipo, y todo lo recaudado se reinvierte en el proyecto.

- d) Su administración se ejecuta de manera democrática, participativa y horizontal, sin jerarquías al momento de decidir.
- e) Sus fines son el fomento de la democracia y el estado de derecho, la mejora general de la sociedad y comunicar aquello que los grandes medios no cubren.
- f) Su funcionamiento está desarrollado por un colectivo ciudadano o de la sociedad civil.

2.1.3.2. *Función de los medios de Comunicación Comunitarios*

De acuerdo a Frances Berrigan, investigadora de medios de comunicación, existen al menos tres funciones que cumplen estos medios: acceso, participación y autogestión.

El acceso se refiere a la oportunidad de que el público tenga cercanía y relación con los sistemas de comunicación. Esto se presentaría en dos niveles: a nivel de elección y de retroalimentación, este implica el derecho individual a los materiales de comunicación, a escuchar o ver los programas deseados, cuando una persona lo desee y donde quiera, la disponibilidad de una amplia gama de materiales, cuya elección corresponde al público en lugar de ser impuesta por las organizaciones de producción (materiales informativos y educativos, servicios y programas alternativos), la transmisión de materiales solicitados por el público. Además incluye: interacción entre productores y receptores de mensajes, participación directa del público durante la transmisión de los programas, derecho a comentar y criticar los medios para mantenerse en contacto con los productores, los administradores y los directores de las organizaciones de comunicación.

Dentro de la participación, implica la participación del público en la producción y en la gestión de los sistemas de comunicación. En este punto, se operan diferentes niveles de producción: toma de decisiones y planificación. Y en este contexto con respecto a la toma de decisiones, la participación implica la participación del público en: programación: contenido y duración de los programas; programación de los programas. la gestión, administración y financiación de las organizaciones de comunicación. Sobre la planificación, la participación comprende el derecho del público a contribuir: la formulación de planes y políticas para las empresas de comunicación: definición de objetivos, principios de gestión y programación futura. la formulación de planes de comunicación nacionales, regionales y locales.

Y en cuanto a auto-gestión, es la forma más avanzada de participación. En este caso, el público ejerce el poder de decisión dentro de las empresas de comunicación, y es participar plenamente en la formulación de políticas y planes de comunicación. Este principio incluye también el derecho a participar en la planificación y la producción de la programación de los medios de comunicación. Sin embargo, no todas las personas necesariamente van a querer participar en el desarrollo de estos medios.

2.1.3.3. Medios de la Comunicación Comunitaria

Cada asociación comunitaria, sin importar su tamaño, necesita de una comunicación clara, concisa y consistente con sus integrantes, participantes y personas externas a la organización. Una buena comunicación ayuda a los miembros de la junta directiva y a los líderes de la comunidad a explicar las decisiones, distribuir información y desarrollar una relación sólida con todos los miembros de la comunidad. Es vital que se comunique con los integrantes de su comunidad, pero ¿cuál es la mejor manera? La verdad es que no hay única solución, pero, si se quiere mantenerse en constante contacto con su comunidad, necesita usar diversas formas de comunicación. Entre los elementos metódicos para lograr la comunicación comunitaria se encuentran los: Boletines informativos, Emails, Medios de comunicación social, Sitios web y Reuniones Comunitarias.

- **Boletines informativos**

Si desea una forma más atractiva de comunicarse con su comunidad, un boletín es una buena opción. Los boletines son perfectos para transmitir las historias de la comunidad, como la finalización de un parque o los detalles de un nuevo sistema de seguridad. También, permiten artículos mucho más largos que los correos electrónicos y las redes sociales, donde la capacidad de atención suele ser menor.

Los líderes de la comunidad deben contribuir directamente a los boletines de noticias escribiendo artículos y dando sus puntos de vista sobre los próximos números. Pueden utilizar contenido más atractivo visualmente, como gráficos informativos y fotografías impresionantes. Estos boletines pueden enviarse mensualmente, por temporada o incluso anualmente, dependiendo de su presupuesto y nivel de prioridad.

- **Emails**

Probablemente, esta es la forma más básica y simple de comunicación. Los correos electrónicos le permiten comunicar la información necesaria de forma fácil y rápida. Puede

utilizar los correos electrónicos para enviar información como resúmenes de reuniones, horarios de eventos, anuncios de la comunidad y actualizaciones de proyectos.

Generalmente, un correo electrónico mensual es una buena idea para comunicar los puntos más necesarios a todos sus residentes. Tenga en cuenta que la asociación no debe utilizar el correo electrónico para notificaciones oficiales o requisitos de notificación estatutaria, a menos que los documentos rectores hayan sido enmendados para permitir dicha notificación.

- Medios de comunicación social

Los medios sociales deben ser usados para conectarse con los demás y construir un sentido de comunidad, pero recuerde mantener las cosas claras. Se trata de medios “sociales”, no de medios “empresariales” o de “agenda de reuniones de la junta directiva”. La gente quiere interactuar, jugar y divertirse en Facebook, Twitter u otras redes sociales, así que publique imágenes de niños jugando en el parque o envíe un tweet de felicitación para un equipo deportivo local, pero siempre manténgalo divertido y social. Generalmente, dos o tres actualizaciones de medios sociales al día son suficientes.

- Sitios web

Casi todas las asociaciones comunitarias tienen un sitio web, y pueden servir para una amplia gama de propósitos: desde actualizaciones diarias hasta explicaciones más extensas de temas actuales que afectan a la comunidad. Puede utilizar un sitio web para archivar agendas y notas de reuniones o crear una galería de fotos de su comunidad.

Las preguntas frecuentes son excelentes para los sitios web, y también puede utilizar su sitio para generar comentarios sobre las decisiones de la junta o realizar una encuesta en la comunidad.

Un sitio web comunitario con acceso de seguridad de varios niveles o áreas protegidas por contraseña es una excelente manera de proporcionar documentos oficiales en respuesta a una solicitud de registros.

- Reuniones Comunitarias

Un sitio web bien diseñado y desarrollado, las últimas actualizaciones de Facebook y los boletines de noticias no son tan efectivos a nivel de comunicación como una reunión bien organizada. Debe darle a su comunidad la oportunidad de reunirse en persona, coordinando encuentros por temporadas, y de esa manera mantenerlos a todos conectados. Esto le da la

oportunidad de reunirse con los integrantes de la comunidad cara a cara, explicando las decisiones tomadas y escuchando las preguntas y preocupaciones de su comunidad (Todo sobre comunicación, 2015).

2.1.3.4. Características de la comunicación comunitaria

Los medios de comunicación comunitarios son aquellos que cumplen las siguientes características:

- El medio es propiedad de una asociación sin fines de lucro.
- Su gestión y funcionamiento lo lleva a cabo un colectivo ciudadano.
- No existe reparto de beneficios de ningún tipo, y la financiación se destina íntegramente al proyecto.
- La gestión de estos medios de comunicación se realiza de forma participativa y horizontal, sin estructuras jerárquicas en la toma de decisiones. Aunque sí es recomendable que exista diferenciación de roles.
- Tienen como objetivos profundizar la vida democrática, transformar los procesos sociales y hablar de lo que otros medios no hablan.

Todo medio con vocación verdaderamente comunitaria, sin embargo, tendrá en común el objetivo de beneficiar a la comunidad en la que está inmerso por sobre intereses económicos. En ese sentido, los medios de comunicación comunitarios están orientados a funcionar como una herramienta democratizadora de la sociedad y, en general, están comprometidos con la defensa de sus derechos, comenzando por el derecho a pensar y expresarse libremente (Morfa, 2012).

2.1.3.5. Antecedentes de los medios de comunicación comunitarios

En la revisión documental realizada se logra rastrear su origen en los movimientos sociales y políticos de los años 70 y 80. Desde entonces pueden ubicarse intentos y propuestas que buscaban alimentar y hacer posible la acción comunicacional y periodística, desde la óptica popular y ciudadana. El término comunitario se emplea para señalar e identificar diferentes procesos comunicacionales, que se originan y justifican por la labor que cumplen las organizaciones populares, y por tanto, no forman parte del ámbito de los medios comerciales privados, ni de los medios estatales o gubernamentales, reconociendo desde luego las interconexiones con estos campos.

Dos autores que promovieron este tipo de acción fueron Paulo Freire, brasileño, y Mario Kaplún, argentino-uruguayo. De Kaplún circuló ampliamente “El comunicador popular” (1985)

en el que defendió una noción diferente de comunicación. En ese texto compara la comunicación dominadora sustentada en el monólogo, el poder vertical y unidireccional, monopolizada por pocos, con la comunicación democrática que propicia el diálogo, el ejercicio comunitario, horizontal, de doble vía, participativa, que expone el sentimiento de la mayoría. Resume que hay una noción de comunicación que la reduce a la transmisión de información y que es distinta de la noción u opción que se propone una sociedad construida como una comunidad democrática (UNLa, 2015).

A esta comunicación comunitaria también se la denomina alternativa, participativa, horizontal, dialógica, popular y radical. Todas esas categorías están implicadas. Depende de las nociones políticas, del lugar, de la comunidad y de las prácticas en desarrollo. Sin embargo, en los últimos años la denominación más común es la de medios comunitarios y la de comunicación comunitaria. La definición de comunicación alternativa, más usada en los años 70 y 80, ha ido quedando en desuso (UNLa, 2015).

2.1.3.6. *Importancia*

Lo relevante de estos medios es que son creados para que la localidad se hable a sí misma, para que desarrolle con más fuerza el trabajo cuyo fin es el beneficio propio a través de la utilización de estas herramientas para la denuncia y para solucionar sus problemas cotidianos. Este modelo se estructura desde lo horizontal y sus mensajes han de estar dirigidos a elevar la calidad de vida de sus miembros, y que las localidades tengan instrumentos para fomentar las relaciones sociales, así como para dar continuidad a las tradiciones y a la cultura popular (Morfa, 2012).

Según Francés J. Berrigan (1981) Con la aplicación del sistema de la comunicación al servicio del desarrollo queda superado el modelo vertical. El punto de partida para una comunicación puede ser la comunidad, que estudia los problemas de desarrollo y sus soluciones posibles. Esta comunicación queda modificada o ampliada debido a otros debates o a las reacciones de otros grupos. Uno de los grupos que aportan “elementos” puede ser el sector público responsable de la localidad o el programa de desarrollo examinado. Hay un intercambio constante de ideas y pareceres y de información gracias a la comunicación. Si es posible aplicar semejante método de comunicación al servicio del desarrollo, habrá tal desarrollo, ya que la participación en este proceso es ya de por sí un aspecto del mismo.

2.1.4. Educomunicación

De acuerdo con Ángel Barbas Costado (2014), la educomunicación es un campo de estudios técnicos, práctico que conecta dos disciplinas: la educación y la comunicación. Tras el interés e impulso inicial de los años 70 y 80, éste se convierte un campo de estudios heterogéneos y plurales.

Con base en lo anterior, se consideró importante establecer que la educomunicación es un nexo entre dos aspectos netamente prácticos como el de la educación y por otro lado el de la comunicación y donde este último ha tenido importantes y revolucionarios avances tecnológicos en la forma de transmitir el mensaje central de la comunicación, asumiendo una estructuración en su canal de transmisión que cumpla con la expectativa de la audiencia y entre estos esfuerzo se hace relevante tener un campo interactivo que conjugue la información que se desea transmitir con la tecnología que se utilizará para este fin, que permita resolver eficientemente el problema que se desea tratar.

De esta manera, es importante establecer el espacio de trabajo que se requiere, el diseño audiovisual a utilizar, lo que se desea proyectar, identificar las necesidades del monitor, los dispositivos por el que será emitido el mensaje y otros aspectos que apoyen al logro del objetivo. Además, se considera necesario conocer cada uno de los elementos que componen el grafismo audiovisual, desde la forma y el contenido, así como los mecanismos de ensamblaje entre las partes, para llegar a una lectura total.

El grafismo audiovisual representa algo pre establecido, ya sea la comunicación de un evento, un programa, una película o una identidad visual. Esta representación consiste en utilizar los diferentes fines expresivos, los mismos que se aplicarán en el video educomunicacional del SD. Y para poder elaborar el video, se expondrán a continuación los mecanismos preceptuales que pueden aplicar tanto a imagen, como al movimiento o al sonido.

2.1.4.1. Elementos expresivos del grafismo audiovisual

Como parte de los elementos expresivos del grafismo audiovisual tenemos cuatro elementos fundamentales, que aparecen íntimamente ligados como son;

- **Expresión gráfica**

El sistema comunicativo está formado por mensajes a través de signos, en el caso de la comunicación visual estos son visuales, el mensaje visual tiene la intención y sentido de hacer visible el mensaje y que esté vincule la información con todos los componentes que la conforman como lo son la textura, el color, la forma, la estructura, el módulo, el movimiento.

- **Tipografía**

La tipografía se define como el arte de reproducir la comunicación mediante las letras con el fin de que el lector que describe su contenido sea capaz de asimilar una información concreta. Existen muchas fuentes y familias tipográficas transmitir el mismo mensaje, pero bajo un cuerpo y una estética diferente (Universidad de Palermo, 2016).

La tipografía posee varias funciones en la reproducción del mensaje, las cuales pueden ser de función informativa, donde el texto junto a la imagen constituye la mayor carga, que se puede percibir a nivel formal, verbal o fonético. Por otro lado, se encuentra la función identificativa, expone cualidades expresivas y formales que potencian su carácter único, por último, la función persuasiva pretende llamar la atención del espectador.

- **Movimiento**

Es aquello que permite transformar una imagen y una tipografía en secuencias interactivas, donde el espacio y tiempo son los componentes esenciales (Bustos Sánchez & Coll Salvador, 2010). De esta manera, podemos observar diferentes tipos de movimientos como el movimiento real, siendo este el resultado de una imagen grabada a animales y demás objetos que naturalmente deben moverse, la animación es una herramienta primordial para que un objeto inerte se mueva, el movimiento de la cámara, que no es más que la posición de la cámara que determina el punto de vista y además proporciona diferentes significados de lo que se muestra. Dentro de las funciones del movimiento se encuentran dinamizar la pieza gráfica y generar interés.

- **Sonido**

El sonido tiene la capacidad de volver verosímil el discurso gráfico audiovisual, dado que la dimensión temporal no tiene sentido sin el sonido. Todo aquello que se encuentra en movimiento se le atribuye el sonido, aunque el silencio también forma parte de la dimensión temporal. El sonido está formado por la banda sonora, el sonido hablado y los efectos sonoros.

2.2. Marco referencial

2.2.1. La comunicación comunitaria en el mundo

Aun cuando muchos medios han tomado medidas para asegurar la participación del público y por lo tanto son más accesibles a la gente que sirven, es en los medios de comunicación comunitarios donde la accesibilidad y la especificidad de los destinatarios cobran todo su sentido. En la actualidad la radiodifusión es la forma de comunicación comunitaria más corriente en el mundo en desarrollo, ya que su producción y acceso son baratos, tienen un gran alcance y no excluyen a los analfabetos. La radio comunitaria se define más por su misión que por su magnitud o ubicación. Se asocia generalmente con una actitud localista y una tendencia a la libre circulación de las ideas y opiniones. Se propone educar y entretener, informar y divertir, y crear un vasto espacio en el cual los auditores puedan participar y confrontarse con los demás, así como con los dirigentes políticos. Estas iniciativas tienden a ser pequeñas, basadas en la comunidad y administradas por ella, contando con un apoyo local que puede comprender publicidad pero que más a menudo consiste en donaciones y trabajo voluntario. Los medios comunitarios llenan a menudo el vacío dejado por los grandes medios de comunicación privados que funcionan con otros imperativos y que pueden no tener en cuenta a los grupos sociales escasamente representados o marginados (UNESCO, 2017).

2.2.2. Latinoamérica y su experiencia con la comunicación comunitaria

La radio comunitaria es, al día de hoy, una de las herramientas que los pueblos en Latinoamérica están usando para comunicarse. Pero desde tiempos precolombinos estos mismos pueblos han tenido siempre la necesidad de comunicarse, creando ricas herramientas para ello. Cuentan las comunidades garífunas, pueblo afrodescendiente que se extiende por la costa caribeña de Belize, Guatemala, Honduras y Nicaragua, que sus ancestros y ancestros usaban enormes caracoles de mar para mandarse mensajes de comunidad a comunidad. Así, este instrumento no sólo se utilizaba como parte de los rituales y tradiciones espirituales, sino que también era útil para mandarse mensajes de alerta, convocatorias y saludos. Aún hoy, en las remotas comunidades del “País Garífuna”, ése que todavía escapa a los impactos del mundo moderno y a dónde no llegan carreteras ni caminos, al que sólo se accede por el mar, puede escucharse el sonido de los caracoles. A lo largo de la historia de los pueblos latinoamericanos se ha ido introduciendo la tecnología, entendida como cualquier avance creado por el hombre o la mujer para facilitar determinada actividad, para mejorar la comunicación. De esta manera,

se introdujeron las pinturas con pigmentos para elaborar complejos murales que daban cuenta de la historia de las civilizaciones, muchos de los cuales aún perduran (Reyero, 2012).

En América Latina, estos medios han sido utilizados con propósitos educativos y por más de 70 años han abierto sus micrófonos de forma prioritaria a colectivos campesinos, indígenas, afro descendientes, entre otros que fueron relegados de los grandes medios de comunicación (Reyes, 2015). El movimiento de radios comunitarias en América Latina camina con fuerza desde hace décadas. Estas herramientas de la comunicación popular han cumplido y cumplen una función educativa, informativa, formadora y transformadora. En la era de Internet y los mass media, las radios populares históricas se fortalecen y nuevas emisoras se suman al movimiento con la vocación de dar voz a las y los que no la tienen. Cuentan así la historia de sus pueblos en su propio idioma, venciendo a la censura y al monopolio mediático y haciendo legítimo uso de su derecho a la comunicación (Reyero, 2012).

Aunque el artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos (1) ya tiene sesenta y dos años, y se han firmado y ratificado desde entonces incontables convenios, artículos y tratados que aseguran el Derecho a la Comunicación, todavía no hay un ejercicio pleno de ese derecho a recibir, buscar y difundir información, base del derecho humano a la comunicación. También existe legislación específica que hace referencia al derecho a la comunicación de los pueblos indígenas, como el Convenio 169 OIT. En América Latina hace décadas que comunicadores y comunicadoras populares recorren la senda de la palabra comunitaria, haciendo llegar información fundamental para el desarrollo de los pueblos a los lugares más recónditos. Porque un pueblo desinformado es un pueblo incapaz de reivindicar sus derechos y de cambiar unas condiciones de vida que considera injustas. (Reyero, 2012).

2.2.3. Ecuador y la comunicación

En el Ecuador, la historia de los medios comunitarios va ligada a los movimientos y personalidades que han empujado el proceso de liberación social, como Monseñor Leónidas Proaño y organizaciones como la Coordinadora de Radio Popular Educativa del Ecuador (CORAPE) además de la Escuela de Radios Populares del Ecuador (ERPE). Todos estos actores fueron fundamentales en el desarrollo de los primeros medios comunitarios en zonas de Chimborazo, Pichincha, Bolívar e Imbabura. El uso del quichua en la programación y la autogestión son rasgos que marcaron a radio El Prado, el primer medio comunitario del país o

a Inti Pacha, medio comunitario indígena con sede en Cangahua, cantón Cayambe (Reyes, 2015).

En el Ecuador, al igual que en varios otros países, se ha reconocido que los medios comunitarios representan una opción real de democratizar, pero su desarrollo no ha sido fácil, teniendo que afrontar dificultades legales e impedimentos sobre todo técnicos y de precarización de su personal, donde se compartía hasta 20 medios comunitarios en una frecuencia. En el caso ecuatoriano, ante la falta de una ley que ampare su creación, varios medios comunitarios debieron adoptar figuras comerciales o públicas ya que de esa manera podían acceder a alguna frecuencia. Hasta el año 2007, en nuestro país ningún medio se autodefinía como comunitario, aunque esta fuera su condición y realidad del día a día (Reyes, 2015).

Los medios de comunicación comunitarios proporcionan una alternativa vital, orientada por objetivos sociales en vez del lucro privado, hacia arriba en vez de hacia abajo, empoderando a las personas en vez de tratarlas como consumidores pasivos, nutriendo el conocimiento local en vez de reemplazarlo por soluciones estándares. Los medios de comunicación comunitarios están comprometidos con los enfoques de derechos humanos, justicia social y sostenibilidad para el desarrollo y son pertenecidos y controlados por las mismas comunidades. Durante muchos años, las estaciones de radio comunitarias, han proporcionado a las comunidades los medios de expresión cultural, noticias e información y diálogo local. La radio es el aparato electrónico de comunicación más extendido en el mundo y un medio único para llegar a las comunidades más pobres del mundo. La transmisión comunitaria es reconocida cada vez más a lo largo de la división digital entre aquellos que tienen acceso a los recursos de información del mundo y aquellos que no lo tienen (CRIS Campaign, 2003).

En junio de 2013, con la aprobación de la Ley de Comunicación, el país trazó un nuevo camino de esperanza para los medios comunitarios, puesto que los definió de manera expresa. La ley plantea un cambio radical en cuanto a la lógica desde la que se produce y genera comunicación en el Ecuador. Las posibilidades que se abren con artículos como el 106 que señala que el 34% del espectro radio eléctrico se otorgará con preferencia a los medios comunitarios es un punto central en el desarrollo de una comunicación más ciudadana y democrática. Y no sólo en el Ecuador, sino en el mundo entero, la actuación de los medios

comunitarios expresa su compromiso con el ejercicio de los derechos humanos y la participación directa de la comunidad (Reyes, 2015).

2.2.3.1. *Las Voces del Techo y el Perifoneo.*

Un sistema comunicativo tan débil ha generado otro tipo de prácticas comunitarias comunicativas que permiten tener voz con miles de personas ubicadas en el cantón Santa Elena (Santa Elena). Nos referimos a las denominadas “Radios del Techo” o “Voces del Techo”. Los cantones están formados por parroquias y éstas a su vez aglutinan y se organizan a través de las denominadas “comunidades”. Las comunas con territorio de propiedad colectiva, poseen su propia norma. Están reguladas a través del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca del Gobierno de Ecuador y nacieron como una reivindicación del derecho a la tierra. Las Voces del Techo son una serie de altavoces situados en el alto de un poste y estratégicamente colocados en distintos puntos geográficos de la comuna. Toda la información que se genera en la comuna se publica a través de estos altavoces que se han convertido en el sonido de la colectividad y que normalmente están a cargo de los secretarios de los Cabildos (Tamarit, Cevallos, & Yépez, 2015).

Tal como lo mencionan Tamarit, Cevallos y Yépez (2015), los comuneros y vecinos saben que para ellos no es un sistema de comunicación sino de información. No es la herramienta que les permite el debate de lo suyo, de lo propio porque para eso utilizan las asambleas a las que todo el que esté inscrito puede asistir. El número de altoparlantes y de Voces del Techo representa el poder adquisitivo de la comunidad. Algunas han empezado con un solo altoparlante y después de las ayudas de organizaciones internacionales sin ánimo de lucro, han ido consiguiendo un mayor número de altavoces hasta lograr que su voz se escuche en todos los rincones del territorio. Cuando las Voces del Techo no llegan a todos los vecinos se utiliza el perifoneo que consiste en alquilar un vehículo que lleva un altavoz y recorren todas las calles dando a conocer la información que necesiten. Logran la movilidad y evitan las zonas oscuras que no alcanza el sonido de los altoparlantes. Y entre voces del techo, perifoneo, hojas volantes, periódicos murales suplen y cubren sus necesidades informativas. En su estudio, el 60 % de las comunas visitadas expresaron el deseo de tener una emisora comunitaria porque la conciben como la herramienta que les va a evitar, estar y sentirse aislados (Tamarit, Cevallos, & Yépez, 2015)

2.3. Marco legal

El desarrollo comunitario en Ecuador, se ampara en leyes, así en la (Constitución de la República del Ecuador, 2008) se menciona que la responsabilidad de los ciudadanos es ponderar la equidad de las obligaciones, derechos y deberes en relación al liderazgo y participación al desarrollo de las comunidades. Por tanto, en el capítulo noveno, de las responsabilidades, Art. 83 se expresa:

Son deberes y responsabilidades de las ecuatorianas y ecuatorianos, sin perjuicio de otros previstos en la constitución y la ley, los siguientes numerales: 7) Promover el bien común y anteponer el interés general al interés particular, conforme al buen vivir; y, 10) Promover la unidad y la igualdad en la diversidad y en las relaciones interculturales (Constitución de la República del Ecuador, 2008, pág. 36).

Por otra parte, en el título IV de participación y organización del poder, capítulo primero, sección primera, artículo 95 se expresa:

Las ciudadanas y ciudadanos, en forma individual y colectiva, participarán de manera protagónica en la toma de decisiones, planificación y gestión de los asuntos públicos, y en el control popular de las instituciones del Estado y la sociedad, y de sus representantes, en un proceso permanente de construcción del poder ciudadano. La participación se orientará por los principios de igualdad, autonomía, deliberación pública, respeto a la diferencia, control popular, solidaridad e interculturalidad.

La participación de la ciudadanía en todos los asuntos de interés público es un derecho, que se ejercerá a través de los mecanismos de la democracia representativa, directa y comunitaria (Constitución de la República del Ecuador, 2008, pág. 41).

De esta forma se evidencia que la carta magna respalda a los ciudadanos para que actúen protagónicamente en la administración y toma de decisiones que beneficie al común de la población por lo que se procura que participen de manera representativa en concordancia con sus deberes y derechos.

Por otra parte, en la (Ley Organica de Participación Ciudadana, 2010) en el Título III, del poder ciudadano, se establece:

El poder ciudadano es el resultado del proceso de la participación individual y colectiva de las ciudadanas y ciudadanos de una comunidad, quienes, de manera protagónica participan en la toma de decisiones, planificación y gestión de asuntos públicos; así como, en el control social de todos los niveles de gobierno, las funciones e instituciones del Estado, y de las personas naturales o jurídicas del sector privado que manejan fondos públicos, prestan servicios o desarrollan actividades de interés público, tanto en el territorio nacional como en el exterior (p.14).

Dejando claro que la participación involucra acciones individuales y colectivas, las cuales permiten una organización para poder intervenir en asuntos pertinentes al control social.

Entonces, se reconoce este ejercicio como necesario para el progreso de los pueblos, pues la dinámica entre los colectivos sociales y las instancias gubernamentales, permite una retroalimentación positiva para la toma de decisiones, favoreciendo a ambas partes, por ello su accionar es amparado legalmente bajo consideraciones específicas que organicen adecuadamente su función.

2.4. MARCO CONCEPTUAL

La comunicación comunitaria, forma parte de la participación sustancial de la democracia, permitiendo que se generen cambios, por medio de su función promotora del accionar de los individuos en materia pública, además permite la igualdad social en cuanto persigue objetivos claros para acabar con la pobreza y reconstruir los procesos democráticos (Viejo, 2018).

Entre las diferentes formas de comunicarse se han identificado situaciones que propician este marco conceptual:

CAPITULO III

MARCO METODOLOGICO

3.1. Diseño de la investigación

La presente investigación está caracterizada por tener un diseño no experimental transversal, el cual se da mediante la recolección de datos los cuales nos permiten tener una descripción de las variables para que puedan ser analizadas y de esta manera conocer de qué manera aportan en la incidencia y en el proceso de la investigación, lo que nos permitirá tener una visión de la presente investigación.

El enfoque de la presente investigación es de carácter mixto, podemos decir que es cualitativa porque mediante la observación en campo y basados en el objeto de estudio, nos permitió tener una percepción objetiva de la realidad que se presenta en el lugar y en el tiempo, además de conocer características propias de la localidad; es de carácter cuantitativo porque responde a su alcance, donde los elementos y variables que presenta son esencial para el campo de la investigación, los que han sido graficados, tabulados e ilustrados para su mejor interpretación y comprensión.

3.2. Alcance de la Investigación

3.2.1. Bibliográfica

A través de la indagación en textos, investigaciones de carácter científico, revisión de revistas indexadas, en función del campo y objeto estudiado se tomó como referencias fuentes

de origen primario y secundario, las que contribuyeron al desarrollo de un punto de partida, aportando con conocimientos actuales e históricos los que ayudaron con teorías, metodologías que responden y sustentan la idea que se defiende.

3.2.2. De campo

En base al objetivo general de la investigación se diagnosticaron los recursos e infraestructura comunicacional del lugar, esto permitió una caracterización de los recursos y de su estado y cuales contribuyen a la propuesta, el estudio in situ contribuyo para obtener un diagnóstico y confirmación de la potencialidad para el desarrollo social, esto está respaldado por los instrumentos usados en campo.

3.2.3. Descriptiva

El fenómeno de la presente investigación y las variables que juegan un papel importante se han plasmado de manera detallada, las que son caracterizadas como tal y se presentan, el conocimiento de los componentes para el desarrollo de la investigación, permiten identificar los componentes que los integran y así se haga una correcta identificación de sus hábitos comunicaciones, instrumentos u otros intervinientes que contribuyen al desarrollo de la presente investigación.

3.3. Técnicas de investigación:

3.3.1. Observación directa

La observación directa como técnica nos permite conocer el estado en el que se encuentran cada uno de los elementos de la investigación realizada, nos da una visión panorámica de que, cuando y como usar cada uno de estas características, mediante el levantamiento de información que va de la mano con el uso de los instrumentos de recolección de datos elegidos.

La recolección de información se realizó en el lugar donde surge el problema, se lo realizó en horario matutino, mediante la compañía de un líder comunitario, el cual nos indicó cada uno de los recursos con los que cuenta la localidad, se conoció además las falencias que tienen en infraestructura que serán detallados como datos relevantes que aporten al desarrollo de la presente investigación.

3.3.2. Encuesta

Las encuestas se determinan como un procedimiento dentro de los diseños de una investigación descriptiva en el que el investigador recopila datos mediante un cuestionario previamente diseñado, sin modificar el entorno ni el fenómeno donde se recoge la información ya sea para entregarlo en forma de tríptico, gráfica o tabla (Ruiz, 2012)

Las encuestas realizadas en la comunidad permitieron conocer los datos de los comuneros, su percepción al respecto de la comunicación que tienen, alcance, formas de comunicación, entre otros aspectos que son relevantes para ajustarlos a una propuesta comunicacional que apoye significativamente el desarrollo de ellos.

3.3.3. Entrevista

La entrevista estará constituida de varias preguntas abiertas que se realizaran al Presidente de la Comunidad y al Presidente del GAD Parroquial, para que solvente con su experiencia y opinión la información al respecto de los mecanismos de comunicación comunitaria que se han implementado, a fin de que se proponga desde esa óptica las mejores recomendaciones en ese contexto (Rincón, 2014).

3.4. Software utilizado

Se empleó Office 2016, para los análisis porcentuales y gráficos se aplicó el programa de Excel; Word para transcripción de textos y tablas y otros accesorios complementarios.

3.5. Población y muestra

La población tomada en cuenta pertenece a los habitantes de Manantial de Guangala de la parroquia Colonche del cantón Santa Elena que según las proyecciones poblacionales del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC, 2017) son de 1917 (Rosales, 2015).

3.5.1. Tamaño de muestra

La muestra se calculó a través de muestreo probabilístico, las unidades muestréales seleccionadas tuvieron las mismas posibilidades de ser encuestadas, por cumplir características

similares como ser mayores de edad, sin distinción de género, estuvieron solo condicionadas a la aceptación voluntaria y consiente de participación en la misma, los que aproximaron a la representación de la muestra.

Estas unidades se calcularon a través de un cálculo muestral de población finita, que dio como resultado un total de 85 pobladores.

Datos Requeridos

n: tamaño de la muestra a buscar

N: tamaño de la población. N= 1917

P: posibilidad de que ocurra un evento, $p = 0,5$.

Q: posibilidad de no ocurrencia de un evento, $q = 0,5$.

E: error, se considera el 5%; $E= (0.05)$.

Z: nivel de confianza, que para el 90%, $z = 1,96$.

Se selecciona una formula infinita debido al tamaño de la población, para mayor confianza se emplea el 95% y margen de error del 5%, usados regularmente en las investigaciones de corte cualitativos descriptivos, que permiten obtener el número de unidades muestréales representativas.

$$n = \frac{Z^2 \times P \times Q}{e^2}$$

$$n = \frac{1.96^2 \times 5 \times 0,5}{0.05^2}$$

$$n = \frac{3,92 \times 0,25}{0,0025}$$

$$n = \frac{0,98}{0,0025}$$

$$n = 85$$

Número de unidades muestréales es de 85 encuestas realizadas en Manantial de Guangala de la parroquia Colonche del cantón Santa Elena.

3.6. Hipótesis y variables

3.6.1. Hipótesis General Responde a la formulación del problema.

El uso de los altoparlantes como herramienta para la comunicación comunitaria es adecuado en la comuna Manantial de Guangala de la parroquia Colonche.

3.6.2. Hipótesis Particulares Responde a las preguntas de la sistematización del problema.

- La población tiene una activa participación en la comunicación comunitaria de la comuna Manantial de Guangala de la parroquia Colonche.
- Los altoparlantes son el medio de comunicación comunitaria en la comuna Manantial de Guangala de la parroquia Colonche del cantón Santa Elena.
- Existe un alto nivel de receptividad de los mensajes que se transmiten por el alto parlante.

3.6.3. Declaración de Variables

Variable Independiente:

- Uso adecuado de los altoparlantes

Variable Dependiente:

- Mejora la comprensión del mensaje
- Apoya el desarrollo local
- Activa la participación de la comunidad
- Nivel de quejas de la comunidad

3.6.4. Operacionalización de las Variables Indicadores de las variables.

Tabla 2. Operacionalización de variables

HIPOTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INSTRUMENTOS
El uso adecuado de los altoparlantes permite una mejor comprensión de los mensajes comunitarios y	V. I: Uso adecuado de los altoparlantes	- Volumen del parlante	Observación directa
		- Tiempo de uso del parlante	Encuesta
		- Forma de uso	Revisión documental
		- Cronograma de uso	
		- Sistema de uso	

apoya el desarrollo local	VD1: Mejora la comprensión del mensaje	- Tipos de mensajes del - Medición de la comprensión	Observación directa Encuesta Revisión documental
	V.D2: Apoya el desarrollo local	- Objetivos alcanzados -Objetivos no alcanzados -Objetivos en desarrollo	Observación directa Encuesta Revisión documental
	Activa participación de la comunidad	la % de participación de la comunidad	Conteo Registro de participantes
	Nivel de quejas de la comunidad	de la % de reclamos	Conteo Registro de quejas

Fuente: Autor (2019).

A través de esta tabla conocemos cuáles son los métodos aplicables para cada variable en esta investigación, tomando en cuenta que, cada uno de ellos deberán ser estudiados y analizados dependiendo su naturaleza y de diferente manera.

3.7. Procedimientos de análisis de datos

Los instrumentos fueron validados previamente para identificar posibles dificultades en el flujo de las preguntas, en conflictos con la comprensión debido a la terminología, entre otros aspectos, de manera que la entrevista, aplicada a 8 personas, debió ser modificada para potenciar el diálogo con los entrevistados. El tiempo promedio estimado de la entrevista fue de 40 minutos.

La encuesta por su parte fue validada con 85 personas y el flujo resultó ser adecuado, a través de preguntas claras y de fácil comprensión, a lo largo de un tiempo estimado de 1 minuto por pregunta.

La información obtenida mediante las entrevistas fue transcrita y luego procesada considerando un análisis temático, el cual de acuerdo con (Braun & Clarke, 2006) implica la

identificación de temas centrales de indagación en torno a los cuales se clasifican los aportes de los informantes para una mejor comprensión de los mismos.

Así, de acuerdo con el uso de códigos agrupa la información en categorías, este proceso incluye que se asignen significados a la información descrita que se levanta en la investigación de manera que se identifican temáticas específicas, que luego se relacionan para encontrar explicaciones claras e integradas (Viejo, 2018).

CAPITULO IV

RESULTADOS

4.1.1. Análisis general de las encuestas

Posterior a la tabulación de las encuestas realizadas a 85 comuneros de la Comuna Manantial de Guangala, se pudo obtener la composición de la muestra encuestada, entre lo que se resume que el 58,83% de la población es de género femenino, que la población es relativamente adulta plena ya que el mayor porcentaje se concentra en las personas mayores de 60 años con un total de 34 personas que corresponde al 40% de la muestra mientras que seguido están los que están en el rango de 26 a 60 que corresponden a 21 personas con el 25%. La mayoría de personas son casadas ya que el 71,76% corresponde a 61 personas con este estado civil; un 50,59% correspondiente a 43 personas tienen estudios Primarios y un 10,59% correspondientes a 9 personas no tienen Ninguna instrucción educativa.

En cuanto a la información de la práctica usual comunitaria, se pudo evidenciar que la participación en la asambleas es de un 78,82% que corresponden a un total de 67 personas quienes asisten activamente en las mismas, estas se realizan de manera mensual, con una duración promedio de entre 2 a 4 horas, entre los instrumentos o herramientas utilizados se identificaron como micrófonos y altoparlantes los mismos que son utilizado en un 80% del tiempo por lo que su uso se lo determina como altamente frecuente.

Un 75% de los pobladores coincidieron en que su uso es un acierto y no una molestia, ya que su uso permite conocer diversas actividades de la comunidad como: reuniones, fiestas,

alertas, entre otras actividades donde todos se benefician, asimismo, se estableció que las directrices o invitaciones emitidas son claras. En cuanto al manejo de la información, se la hace al finalizar cada reunión con un resumen que afirmaron todos, donde el 95,29% correspondiente a 81 personas indicaron que se hacía por medio de actas y por ahora no hay lugar, tipo cartelera informativa, donde publicar las cosas comunitarias.

En otro aspecto investigado, se preguntó a los comuneros acerca del manejo de la información comunitaria, a lo que se respondió que si existe un buzón de sugerencias, se registra la participación en la asamblea a través de la lista de asistencias, por lo general no hay quejas de la comunidad, solo cosas que ayuden a los demás, las mismas que son solucionadas a través de la misma gestión de la comunidad.

4.2. Resultados de las entrevistas

Las entrevistas se las realizó a los líderes comunitarios de Manantial de Guangala, los mismos que se mostraron prestos a colaborar con la investigación. Los entrevistados fueron: Simón Neira – presidente, Lady Beltrán – Secretaria, Cecilia Rosales, Aquilino Castillo, Ángela Neira, Cristina Méndez, Alida Beltrán, Filemón Gonzales y sus respuestas se presentan en ese mismo orden.

4.2.1. ¿Cuánto tiempo lleva en la dirección de la comunidad?

- E1. 2 años como presidente de la Comuna
- E2. Actualmente Secretaria 2019.
- E3. En el año 1994 fui tesorera y en el 2009 fui presidenta.
- E4. En 1974 fui vicepresidente de la Comuna.
- E5. Nueve años de comunera.
- E6. En el 2018 fui la vicepresidenta.
- E7. 15 años siendo comunera
- E8. Comunero hace 30 años aproximadamente.

4.2.2. ¿Cuántos son los pobladores que tiene la comunidad aproximadamente?

- E1. Aproximadamente 3000 habitantes, 420 comuneros y 250 que asisten a las reuniones.
- E2. 3000 habitantes.

E3. 3000 habitantes.

E4. 3000 habitantes.

E5. 3000 habitantes y 400 comuneros.

E6. 3000 habitantes, 420 comuneros

E7. 3000 habitantes.

E8. 3000 habitantes más o menos. Unos 250 que asisten a las reuniones.

4.2.3. ¿Cómo llega a todos los lugares de la comunidad?

E1. 8 barrios los cubren los 3 altoparlantes, 4 recintos no llega el mensaje.

E2. 3 altoparlantes.

E3. 3 altoparlantes.

E4. 8 barrios los cubren los 3 altoparlantes. No llegan a los caseríos.

E5. 3 altoparlantes.

E6. Por 3 altoparlantes

E7. Con los altoparlantes

E8. Por los altoparlantes

4.2.4. ¿Cuáles son los mecanismos que utilizan para comunicarse?

E1. Lugares estratégicos. Solo 3 altoparlantes

E2. Altoparlantes en lugares estratégicos.

E3.3 Altoparlantes en lugares estratégicos.

E4.3 Altoparlantes en lugares estratégicos.

E5. Mensajes por altoparlantes.

E6. Mensajes por altoparlantes.

E7. Tres altoparlantes ubicados en las casas altas de la comunidad.

E8. 3 Altoparlantes ubicados en las casas altas.

4.2.5. ¿Usa los altoparlantes? ¿Por qué?

- E1. Si, para ayuda social, cruzadas para enfermos, charlas de las instituciones públicas y privadas y también las fiestas.
- E2. Cruzadas semanales, muertes cualquier día, resultados deportivos, talleres, reuniones, temas de seguridad y control.
- E3. Se los usa para cosas positivas: Cruzadas solidarias, emergencias y fiestas.
- E4. Si, Cruzadas solidarias y noticias positivas.
- E5. Si, para cruzadas solidarias mensajes de las instituciones públicas y fundaciones que traen ayudas para la comunidad.
- E6. Si, sirven para llevar mensajes a la comunidad.
- E7. Si, para ayudas sociales, capacitaciones y noticias importantes de la comunidad.
- E8. Si, toda la comunidad se informa por este medio.

4.2.6. ¿Ha tenido quejas al respecto del volumen de los altoparlantes?

- E1. No, a la mayoría de socios les gusta.
- E2. No, solo temas positivos.
- E3. No, porque es moderado el sonido.
- E4. Nunca, todos están contentos con la información.
- E5. No, todos estamos de acuerdo incluso los dueños de las casas donde se encuentran ubicados los altoparlantes.
- E6. No, a la mayoría de usuarios les gusta porque es una forma de estar comunicados.
- E7. No, todos están felices con la información.
- E8. No, a todos les gusta y quisieran que existieran más.

4.2.7. ¿Dentro de su planificación, ha considerado otros medios de comunicación?

¿Por qué?

- E1. Si, redes sociales y grupos de whatsapp. Pero también sería bueno aumentar el número de altoparlantes.

- E2. Es un medio económico y accesible a todos.
- E3. No, porque es económico y todos pueden tener acceso.
- E4. Otro medio no, pero sería bueno aumentar el número de altoparlantes.
- E5. También usamos redes sociales pero muy poco, acá no hay buena señal y los altoparlantes llegan a todas partes.
- E6. No, porque esto llega a toda la comunidad.
- E7. No, como comuna solo usamos los altoparlantes porque es accesible a todos.
- E8. No, este es un medio económico que llega a todos; cuando se dañan se recoge aporte y se arreglan.

4.2.8. ¿Lleva un cronograma planificado de acciones? ¿Como mide sus logros?

- E1. Si, la secretaría. La atención se mide por la asistencia.
- E2. Si, la secretaría. Llevo el registro de asistencias.
- E3. Si, la secretaría se encarga.
- E4. La secretaría realiza la planificación de acciones, de acuerdo a la importancia y fechas de llegada.
- E5. Si, la secretaría toma los pedidos y los logros se miden por la asistencia.
- E6. Si, todo el que necesita informar algo va a la comuna para que lo agenden.
- E7. Si, La comuna tiene un cronograma de acuerdo como llega la información o el requerimiento.
- E8. Si, la secretaría de la comuna lleva el cronograma y otro es el que se encarga de hacer las cruzadas.

4.2.9. ¿Cuáles son las quejas frecuentes de las personas?

- E1. Solo cosas positivas o para ayuda social.
- E2. No hay quejas.
- E3. Piden capacitaciones o brigadas.

- E4. Sirven para dar a conocer información que es importante para la comunidad.
- E5. No hay quejas. Bueno si, los de los recintos quisieran que les llegue la información.
- E6. No son quejas, solo cosas como capacitaciones, cruzadas, fiestas, emergencias.
- E7. No hay quejas.
- E8. No hay quejas todos están de acuerdo con los altoparlantes.

4.2.10. ¿Como resuelve las quejas de la comunidad?

- E1. Aporte voluntario para mantenimiento.
- E2. Con cruzadas, convenios.
- E3. No hay quejas, solo cosas positivas.
- E4. No es para quejas, sino para cosas positivas como ayudas sociales o capacitación.
- E5. Se arreglan como adultos, solo tienen cosas positivas.
- E6. No hay quejas, a todos nos gusta porque nos sirve para comunicarnos.
- E7. Los habitantes de los recintos también quieren que estos altoparlantes lleguen a las comunidades.
- E8. Los recintos se quejan porque a ellos no les llega el mensaje y consideran que estos son importantes.

Análisis de las entrevistas

Las personas entrevistadas están o formaron parte de la administración de la Comuna. En sus perspectivas, se calcula que existen alrededor de 3000 habitantes de los cuales 420 son comuneros de Manantial de Guangala y unos 250 son los que asisten a las Asambleas; la comuna se divide en 8 barrios y 4 recintos, de los cuales los recintos no cuentan con un medio apropiado de comunicación, mientras que los barrios son cubiertos por 3 altoparlantes que están ubicados en las casas más altas del lugar, considerándose como sitios estratégicos; por lo general, los altoparlantes se los utiliza para anunciar ayuda social, cruzadas, fiestas, capacitaciones o cualquier otro evento importante para la comunidad.

En cuanto al volumen que utilizan los altoparlantes, hasta el momento no se han reportado quejas por su utilización, más bien lo ven como un tema muy positivo porque es un medio de como estar comunicados, usan también redes sociales y whatsapp sin mayor incidencia, sugieren que deberían existir más para ampliar sus coberturas además de ser un sistema económico y accesible a todos. Su sistema es planificado, lo lleva a cabo la secretaría de la Comuna, la misma que registra todos los requerimientos y los publica según orden e importancia; los comuneros indican que no hay quejas sino requerimientos de parte de los habitantes de los recintos a los cuales no les llega la información apropiadamente.

DISCUSIÓN

Para abordar aspectos centrales de la comunicación en Ecuador se requiere hablar sobre la Ley Orgánica de Comunicación LOC (2013) emitida en Junio del 2013, que se orienta hacia presentar un mecanismo para ejercer el derecho a la comunicación de las personas en forma individual o en colectivo, basado en el artículo 384 de la Constitución de la República que asegura el ejercicio de los derechos a la comunicación, la información y la libertad de expresión y fortalecer la participación ciudadana; asimismo la LOC pretende promocionar y crear medios de comunicación social que garanticen el acceso de igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias.

El uso de altoparlantes es un mecanismo de la comunicación comunitaria que es popular en Ecuador, de bajo costo económico y uso práctico, por ello su utilización frecuente; pero, en el sentido comunicacional es un limitado medio de comunicación comunitaria ya que el mensaje solo fluye desde el receptor en un sentido de convocatoria y se comporta de manera unidireccional pues solo se logra enviar el mensaje pero no se complementa con la comunidad ya que no se evidencia una participación real con este mecanismo; a la par, el resultado de las asambleas comunitarias se tratan como un mecanismo de registro de la participación ciudadana que tiene la comuna Manantial de Guangala pero no reflejan la situación personal de cada recinto, sino que se generaliza y responde a una agenda preparada por los dirigentes comunitarios.

En este contexto, la realidad de la comunicación comunitaria en Manantial de Guangala, una comunidad que es un referente en la parroquia Colonche en la provincia de Santa Elena,

quien mantiene esta constitución histórica que les permite a sus habitantes una forma de vivir armónica y ordenada, es lo que hasta la actualidad ha sabido desarrollar la población y la que mantiene en un nivel de comunicación aceptable a todos en la comunidad. Sin embargo, la situación actual de la comunidad dista de lo que la LOC debe garantizarles y proveerles, conllevando a que muchos recintos a su alrededor no se desarrollen adecuadamente y tengan una mínima participación ciudadana.

La demanda de los ciudadanos de los recintos a los que no llegan los mensajes, se orienta hacia la necesidad de que la cobertura del mecanismo de altoparlante se amplíe, permitiendo que más recintos se puedan interconectar con los mensajes que llegan desde la comuna Manantial de Guangala, sin embargo, esto no garantiza que el mensaje sea bidireccional ni que ellos tengan una participación sustancial ni relevante ya que este es solo un mecanismo para convocar y no se considera como un medio de comunicación comunitaria.

En concordancia con lo que menciona Kaplun (2017), la comunicación se ha emparentado entre sí: comunicación alternativa, popular, educativa, para el desarrollo, comunitaria, ciudadana, y también participativa, horizontal, grupal, de base y quizás otros más específicos: local, rural, sindical, entre otras. Lo propio ocurre en la comuna Manantial de Guangala, los altoparlantes son una herramienta útil para comunicar con diversos fines: sociales, deportivos, políticos, eclesiales y solidarios o cruzadas, como lo llaman sus pobladores y en definitiva contribuyen únicamente a realizar anuncios, dejando de lado el principio de democratización de la comunicación e información que se establece en el Artículo 12 de la LOC (Asamblea Nacional, 2013) ya que aún, sus dirigentes (autoridades escogidas por votación popular) no gestionan la existencia de las condiciones materiales, jurídicas y políticas para alcanzar y profundizar la democratización de la propiedad y acceso a los medios de comunicación y a crear medios de comunicación.

Por tanto, es necesario reflexionar sobre la necesidad de que las comunas tengan acceso a los medios de comunicación comunitaria, su capacidad de respuesta y los escenarios en los que se manejaría la discusión de los temas de interés, desde la propia perspectiva del involucrado. Desde esta concepción, los medios, los mensajes y las campañas juegan un papel central, congruente con modelos comunicacionales de tipo conductista: generar, a partir de estímulos adecuados, cambios de conducta en las poblaciones.

Los gobiernos emplean muchos recursos con esta perspectiva, lo que lleva a evaluar el interés principal de los dirigentes comunales, haciéndose visible la necesidad que ellos tienen

de la votación popular, ya que la Asamblea Comunitaria prevalece sobre estas dignidades y esta les otorga cierta autonomía sobre las decisiones relevantes que deben tomar al momento de actuar y asegurar el bienestar de su comunidad.

La sobrevivencia de un medio de comunicación comunitaria en una sociedad que es económicamente inestable, es efímera, tal como lo menciona Gumucio (2015), quien afirma que la trayectoria de supervivencia y desarrollo de estos medios suelen caer para volver a comenzar de nuevo. Por ello muchos proyectos quedan en el camino, y no logran establecerse en el seno de la comunidad, por tanto, son pocas las experiencias que han sobrevivido sin apoyo externo, tienen el respaldo económico de instituciones de la sociedad civil, de iglesias progresistas o de la cooperación internacional. Pese a ello, no deja de ser importante que se haga el seguimiento sobre la orientación que se le dé al medio de comunicación y que sirva para los fines que beneficien a la comunidad entera y cumpla el principio comunicacional dando equilibrio y un equitativo acceso a todos los sectores rurales.

CONCLUSIONES

1. Identificar las formas de comunicación, el sistema de información comunitaria y los elementos que se utilizan en la comuna Manantial de Guangala al momento de transmitir mensajes comunitarios.

En el proceso investigativo se plantearon diversos objetivos que se han venido cumpliendo a lo largo del desarrollo del presente documento, es así que el *objetivo uno donde se identifica las formas de comunicación, sistema de información y los elementos* que se utilizan dentro de la comuna Manantial de Guangala, se calcula que existen alrededor de 3000 habitantes de los cuales 420 son comuneros de Manantial de Guangala y unos 250 son los que asisten a las Asambleas; la comuna se divide en 8 barrios y 4 recintos, de los cuales los recintos no cuentan con un medio apropiado de comunicación.

Las formas de comunicación son los mensajes por altoparlantes ubicados en las casas más altas del lugar, considerándose como sitios estratégicos; usan también redes sociales y whatsapp sin mayor incidencia, tienen una cartelera y utilizan las asambleas ciudadanas para presentar avances y resultados de parte de los dirigentes comunales.

Su sistema de información comunitaria se centra en una práctica habitual de realizar convocatorias a reuniones o asambleas ciudadanas a través de altoparlantes, cumpliendo una agenda previamente programada que responde a las necesidades de los dirigentes comunales y donde se puede incluir las necesidades de la ciudadanía, generando un acta de asamblea que es compartida en la comunidad que sabe leer puede acceder a los acuerdos registrados en el acta;

asimismo, dentro de este sistema se hace uso de redes sociales y whatsapp que no son de uso continuo por su costo de mantenimiento.

Los elementos que se utilizan en los barrios de la comuna Manantial de Guangala al momento de transmitir mensajes comunitarios se identificaron como medios de comunicación los micrófonos y altoparlantes los que se usan en un 80% del tiempo, cubiertos por 3 altoparlantes que se los utiliza para anunciar ayuda social, cruzadas, fiestas, capacitaciones o cualquier otro evento importante para la comunidad. El emisor, casi siempre es la dirigencia comunitaria. No existe una respuesta inmediata del receptor.

2. Medir el nivel de participación e interés de los ciudadanos de la comuna Manantial de Guangala en la comunicación comunitaria.

El segundo *objetivo de la investigación es la medición del nivel de participación e interés de los ciudadanos de la comuna Manantial de Guangala en la comunicación*, la misma que fue evaluada por la práctica usual comunitaria y se ve reafirmada en la participación de la ciudadanía en la asamblea, cuyo nivel alcanzó un 78,82% quienes asisten activamente en las mismas, realizadas de manera mensual, con una duración promedio de entre 2 a 4 horas.

En cuanto al manejo de la información, se la hace al finalizar cada reunión con un resumen (acta) firmada por todos los asistentes, donde el 95,29% indicaron que se hacía por medio de actas y por ahora no hay un lugar cierto como una cartelera informativa, donde publicar las cosas comunitarias.

En la medición de la comunicación comunitaria, se detectó algunas limitantes como: el factor tiempo, el desconocimiento de las políticas de la comunicación, el nivel de instrucción de la ciudadanía y la indiferencia, por ello es necesario que exista control y desarrollo de planes o programas que permitan mejoras en todas las áreas, por parte de las autoridades, por parte de los actores y por parte de los ciudadanos habitantes, debe existir esa motivación para empezar por el cambio para una mejor calidad de vida.

3. Proponer elementos de comunicación comunitaria que sean potentes, participativos y bidireccionales para la comunicación comunitaria en la comuna Manantial de Guangala.

Basados en los resultados del análisis de la situación actual de la comuna Manantial de Guangala, se ha diseñado una propuesta comunicacional considerando que debe tener tres ejes de atención: social, económico y comunal.

- **Objetivos de la propuesta comunicacional**

Diseñar un plan comunicacional enfocado a satisfacer las necesidades de comunicación identificadas en Manantial de Guangala.

- **Justificación**

Es importante establecer los lineamientos bajo los que se debe trabajar a fin de satisfacer a los distintos públicos involucrados para lo cual se adecuarán herramientas de comunicación alternativa y aquellas de carácter tradicional, además de formularse indicadores y analizadores que permitan medir y controlar la efectividad de la propuesta en términos de satisfacción, calidad de información y nivel de participación.

La propuesta se justifica en brindar las garantías que la comunidad requiere a fin de lograr la creación de medios de comunicación comunitarios bidireccionales que les permita desarrollar su derecho a la comunicación desde un ámbito comunicacional equitativo y con equidad, que les permita el desarrollo local que requieren desde la voz de los ciudadanos en las Asambleas comunitarias.

- **Modelo de gestión de la comunicación comunitaria**

La estructura del modelo de gestión de la comunicación comunitaria debe ofrecer las garantías que las comunidades sean integradas de manera total, para lo que se propone la estructura de un Comité Comunal encargado de asegurar la entrega del mensaje a todos los recintos y sitios donde actualmente no llega el mensaje, asimismo, de requerirse, ampliar la cobertura con equipos físicos o de onda corta asignados a personal estratégico de la localidad, para cubrir esta necesidad de información.

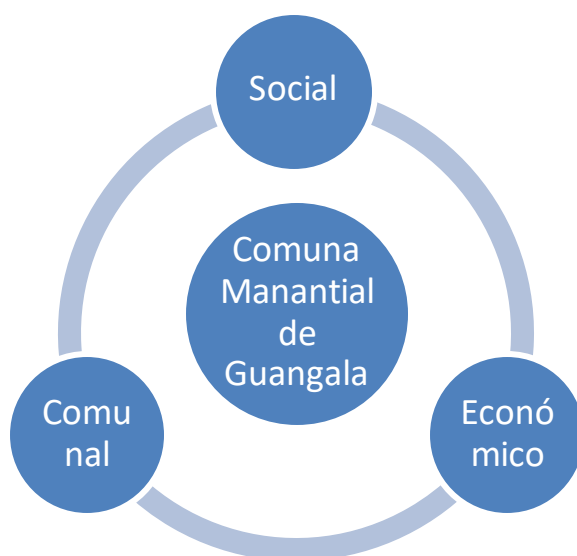


Figura 1 Modelo de actores: comunicación comunitaria

Fuente: Autor (2019)

- **Propuesta de comunicación comunitaria**

La propuesta comunicacional para la comuna Manantial de Guangala considera los elementos en tres ejes: SOCIAL, ECONOMICO y COMUNAL, los mismos que están descritos en la siguiente tabla:

Tabla 3. Propuesta de comunicación comunitaria

EJE	ENFOQUE	ACCIÓN	INDICADORES
SOCIAL	Dirigido a la comunicación que integra los elementos de la sociedad como son los ciudadanos, comuneros y autoridades locales.	1. Cartelera informativa	Cartelera instalada
		2. Grupos temáticos	Equipos de difusión comunitaria
ECONOMICO	Direccionamiento hacia la captación de fondos públicos y privados para ejecutar su Plan comunicacional	3. Grupos de whatsapp	Cuentas de social media
		4. Comunicación en redes sociales.	
COMUNAL	Construcción de un tejido estructural o plataforma de diálogo y participación comunitaria que sea equitativa, inclusiva y sobre todo con autonomía en sus decisiones.	5. Plan de difusión de necesidades insatisfechas en la Comuna Manantial de Guangala.	Lista de necesidades insatisfechas. Plan de difusión de NBI aprobado.
		6. Estructura del Comité comunal.	Comité comunal conformado
COMUNAL		7. Enlace de territorios por medios físicos	Altoparlantes / Radios onda corta
		8. Fortalecer los canales de comunicación	Acceder a recintos para entregar el mensaje.

Fuente: Autora (2019)

Para lograr la implementación de la presente propuesta se ha realizado la proyección del presupuesto que permitiría operativizar las acciones que mejorarían el acceso a medios de comunicación bidireccional, la misma asciende a \$ 8.879,43 y se describe en la siguiente tabla:

Tabla 4. Propuesta de comunicación comunitaria

EJ E	ACCION	INDICADORES DE GESTION	COSTO ANUAL
ECONOMI SOCIAL	1. Cartelera informativa	Cartelera instalada	750
	2. Grupos temáticos	Equipos de difusión comunitaria	500
	3. Grupos de whatsapp	Cuentas de social media/Servicio Internet	500
	4. Comunicación en redes sociales.	Manejo de redes/Community Manager	1800
	5. Plan de difusión de necesidades insatisfechas en la Comuna Manantial de Guangala.	Lista de necesidades insatisfechas. Plan de difusión de NBI aprobado.	500 1200
COMUNAL	6. Estructura del Comité comunal.	Comité comunal conformado	1500
	7. Enlace de territorios por medios físicos	Altoparlantes / Radios onda corta	929,43
	8. Fortalecer los canales de comunicación	Acceder a recintos para entregar el mensaje.	1200
Total presupuesto			8879,43

RECOMENDACIONES

Las recomendaciones se orientan hacia las medidas que se deben perseguir para lograr una adecuada comunicación comunitaria en la comuna Manantial de Guangala:

1. Dentro de sus elementos de comunicación se debe incorporar un procedimiento para realizar llamadas telefónicas hacia los pobladores de los recintos y sitios alejados de la cabecera de la comuna, así se incrementaría la participación de estos pobladores en las asambleas comunitarias. Y una mejora sustancial en la recepción del mensaje desde estos sitios o recintos.
2. Incluir un sistema de alfabetización para los pobladores de la comuna que aun no saben leer ni escribir, así como la participación de un asesor o personal que les imparta los mecanismos que tiene el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización COOTAD para reforzar su participación ciudadana y la defensa de sus derechos constitucionales.
3. Impartir la capacitación sobre los mecanismos que presenta la Ley Orgánica de Comunicación, asociada a los derechos constitucionales que reposan en la Constitución para que conozcan lo que manda, permite o prohíbe la LOC y la incidencia que tiene la participación ciudadana o a su vez, el silencio cuando no asisten a las Asambleas, como crear un medio de comunicación comunitaria y a quienes se debe solicitar estos instrumentos.
4. Establecer, desde el Comité Comunal, un equipo encargado para el seguimiento, control y supervisión para la creación de un medio de comunicación comunitaria, así como el sistema de calidad que asegure la participación equitativa de la comunidad y que permita mantener una comunicación bidireccional.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Asamblea Nacional. (2013). *Ley Orgánica de Comunicación*. Obtenido de https://www.arcotel.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/07/ley_organica_comunicacion.pdf.
- Banco de la República. (2017). *Teorías de la comunicación y algunas corrientes*. Obtenido de http://enciclopedia.banrepcultural.org/index.php?title=Teor%C3%ADa_de_la_Comunicaci%C3%B3n_y_algunas_corrientes.
- Barbas, A. (2014). *Educomunicación*. Obtenido de <http://www.educacionmediatica.es/comunicaciones/Eje%201/Angel%20Barbas%20Coslado.pdf>.
- Berrigan, F. J. (1981). *La comunicación comunitaria*. Obtenido de <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000134355>.
- Bustos Sánchez, A., & Coll Salvador, C. (2010). *Los entornos virtuales como espacios de enseñanza y aprendizaje. Una perspectiva psicoeducativa para su caracterización y análisis*. Obtenido de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-66662010000100009.
- CRIS Campaign. (2003). *Medios de Comunicación Comunitarios: Una voz para la sociedad civil*. Obtenido de https://movimientos.org/es/foro_comunicacion/show_text.php?3Fkey%3D2222.
- Durkheim, E. (1967). *De la división del trabajo social*. Buenos Aires: Schapire.
- Gumucio, A. (2015). *Arte de equilibristas: la sostenibilidad de los medios de comunicación comunitarios*. Obtenido de http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=S1815-02762005000100002&script=sci_arttext.
- Kaplun, G. (2017). *La comunicación comunitaria en América Latina*. Obtenido de https://www.academia.edu/5235619/La_comunicaci%C3%B3n_comunitaria_en_Am%C3%A9rica_Latina.
- Lasswell, H. (1974). *La política como reparto de influencia*. Madrid: Aguilar.

- Morfa, G. (2012). *MEDIOS Y DESARROLLO: UN RETO DESDE LO COMUNITARIO* .
Obtenido de <http://www.eumed.net/rev/cccss/20/mhsg.html>.
- Motorola. (2020). Obtenido de https://www.bhphotovideo.com/spanish/c/product/1171656-REG/motorola_t480_emergency_2_way_radio_red_white.html.
- Reyero, M. (2012). *LA SENDA DE LA PALABRA COMUNITARIA EN LATINOAMÉRICA. EXPERIENCIAS DE COMUNICACIÓN POPULAR Y RADIO COMUNITARIA*.
Obtenido de <https://www.cesag.org/ghcs/tempsdecomunicar/?p=318>.
- Reyes, H. (2015). *Potenciar los medios comunitarios: apuesta vital para la comunicación y la democracia*. Obtenido de <http://www.cordicom.gob.ec/potenciar-los-medios-comunitarios-apuesta-vital-para-la-comunicacion-y-la-democracia/>.
- Rincón, W. (2014). *Preguntas abiertas en encuestas ¿cómo realizar su análisis?* Obtenido de <http://revistas.usta.edu.co/index.php/estadistica/article/download/1480/1653>.
- Rosales, M. (2015). *Plan de Desarrollo Económico para Manantial de Guangala 2015*.
Obtenido de <https://repositorio.upse.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/46000/2690/UPSE-TAE-2015-0042.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
- Ruiz, M. (2012). *Técnicas e instrumentos de investigación*. Obtenido de http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/mirm/tecnicas_instrumentos.html.
- Tamarit, A., Cevallos, J., & Yépez, J. (2015). *RADIOS Y COMUNIDADES EN LA REGIÓN 5 DEL ECUADOR. EXISTENTES Y*. Obtenido de http://www.razonypalabra.org.mx/N/N88/Varia/53_TamaritCevallosYepez_V88.pdf.
- Todo sobre comunicación. (2015). *La Comunicación Comunitaria*. Obtenido de <https://todosobrecomunicacion.com/tipos/la-comunicacion-comunitaria/>.
- UBA. (2018). *Programa de Capacitación y Fortalecimiento*. Obtenido de <http://cajondeherramientas.com.ar/wp-content/uploads/2018/02/Comunicacion-Comunitaria.pdf>.
- UNESCO. (2017). *La función de los medios de comunicación comunitarios*. Obtenido de <http://www.unesco.org/new/es/unesco/events/prizes-and-celebrations/celebrations/international-days/world-press-freedom-day/previous-celebrations/worldpressfreedomday2009001/themes/the-role-of-community-media/>.

Universidad de Palermo. (2016). *Concepto de tipografía, familia y fuentes tipográficas*.
Obtenido de http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/docentes/trabajos/6576_15874.pdf.


Universitat Oberta . (2018). *Teorías de la comunicación*. Obtenido de http://cv.uoc.edu/UOC/a/moduls/90/90_332/web/main/m4/web/main/m1/2.html.

UNLa. (2015). *Comunicación y medios comunitarios*. Obtenido de http://www.formarnos.com.ar/nota.php?seccion=comunicacion&numero_nota=74.

Viejo, L. (2018). *ESTRATEGIAS PARA INCENTIVAR LA PARTICIPACIÓN COMUNITARIA*.
Obtenido de <http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/4430/1/Viej%c3%b3%20Mora%2c%20Leonidas.pdf>.

ANEXOS

Anexo 1. ENCUESTA

 <p>UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO - UNEMI MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN CON MENCIÓN EN MEDIOS PÚBLICOS Y COMUNITARIOS FORMULARIO DE ENCUESTA PARA LA COMUNA DE MANANTIAL DE GUANGALA</p>
Objetivo: Establecer opinión al respecto del uso de alto parlantes como medio de comunicación comunitaria
1. INFORMACION DEL ENCUESTADO
Sexo: F <input type="radio"/> M <input type="radio"/> Edad: De 18 a 25 <input type="radio"/> De 26 a 45 <input type="radio"/> De 46 a 60 <input type="radio"/> Mas de 60 <input type="radio"/> Estado civil: Soltero <input type="radio"/> Casado <input type="radio"/> Divorciado <input type="radio"/> Viudo <input type="radio"/> Instrucción: Primaria <input type="radio"/> Secundaria <input type="radio"/> Pregrado <input type="radio"/> Postgrado <input type="radio"/> Ninguno <input type="radio"/>
2. INFORMACIÓN DE LA PRACTICA USUAL COMUNITARIA
Asiste a las Asambleas? SI <input type="radio"/> NO <input type="radio"/> ¿Cada que tiempo se realizan las asambleas? Semanal <input type="radio"/> Quincenal <input type="radio"/> Mensual <input type="radio"/> Una vez al año <input type="radio"/> Que usan para llamarlos: Micrófonos <input type="radio"/> Altoparlantes <input type="radio"/> Teléfono <input type="radio"/> E-mail <input type="radio"/> Duración de la Asamblea: 30 minutos <input type="radio"/> 1 hora <input type="radio"/> 2 horas <input type="radio"/> 4 horas <input type="radio"/> ¿Usan con frecuencia los parlantes? SI <input type="radio"/> NO <input type="radio"/> ¿Le molestan los altavoces? SI <input type="radio"/> NO <input type="radio"/> NO MUCHO <input type="radio"/> Usan el alto parlante en caso de: Reunión <input type="radio"/> Fiestas <input type="radio"/> Alertas <input type="radio"/> Otros <input type="radio"/>
3. INFORMACIÓN SOBRE EL MENSAJE TRANSMITIDO
Las invitaciones a reuniones son: Claras <input type="radio"/> Confusas <input type="radio"/> No se entienden <input type="radio"/> Son Precisas <input type="radio"/> ¿Al finalizar las reuniones se hace resumen? SI <input type="radio"/> NO <input type="radio"/>

El resumen se expone en: Actas Carteles Pagina Web E-mail No se hace

¿Hay cartelera informativa en la Comunidad? SI NO

4. MANEJO DE INFORMACIÓN COMUNITARIA

¿Hay un buzón de sugerencias? SI NO

¿Se toma lista en las Asambleas? SI NO

¿Hay alguien que reciba las quejas? SI NO

Ud. A puesto alguna queda? SI NO

¿Se solucionan las quejas? SI NO

Anexo 2. RESULTADOS DE LA ENCUESTA

1. Resultados de la encuesta

1.1. Información del encuestado

Tabla 5. Datos de género

Sexo	Frecuencia	%
Femenino	50	58,82%
Masculino	35	41,18%
Total	85	100,00%

Fuente: Investigación de campo (2019)

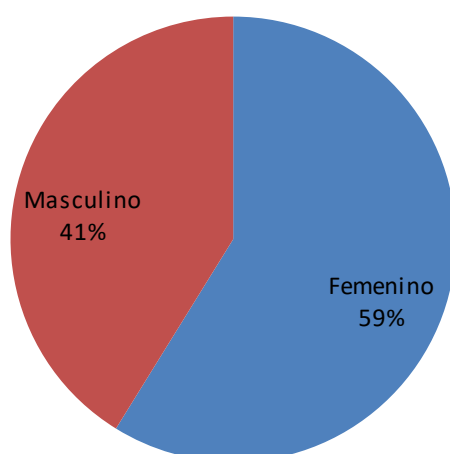


Figura. 1. Datos de género

Fuente: Investigación de campo (2019)

Análisis:

En los datos colectados a través de la encuesta a los comuneros, se identificó que el 58,82% de la muestra que corresponden a 50 personas son de género femenino, mientras que un 41,18% que corresponden a 35 personas son de género masculino.

Tabla 6. Datos etarios

Edad	Frecuencia	%
De 18 a 25	15	17,65%
De 26 a 45	15	17,65%
De 46 a 60	21	24,71%
Mas de 60	34	40,00%
Total	85	100%

Fuente: Investigación de campo (2019)

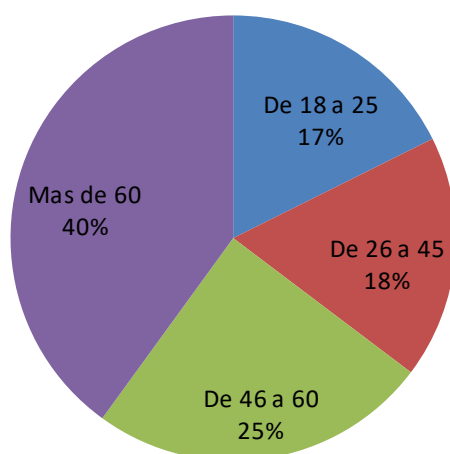


Figura. 2. Datos etarios

Fuente: Investigación de campo (2019)

Análisis:

Al respecto de los datos etarios, la muestra se segregó en edades comprendidos entre 18 a 25, se 26 a 45, de 46 a 60 y más de 60 años, de los cuales el mayor porcentaje se concentra en las personas mayores de 60 años con un total de 34 personas que corresponde al 40% de la muestra, seguido de los que están en el rango de 26 a 60 que corresponden al 25% con un total de 24,71%, para el rango de 26 a 45 años se ubicó con un 17,65% con un total de personas de 15, mientras que la población de adultos jóvenes de 18 a 25 años que corresponde al 17,65% con un total de 15 personas en este segmento.

Tabla 7. Estado civil de la muestra

Estado civil	Frecuencia	%
Soltero	15	17,65%
Casado	61	71,76%
Divorciado	3	3,53%
Viudo	6	7,06%
Total	85	1

Fuente: Investigación de campo (2019)

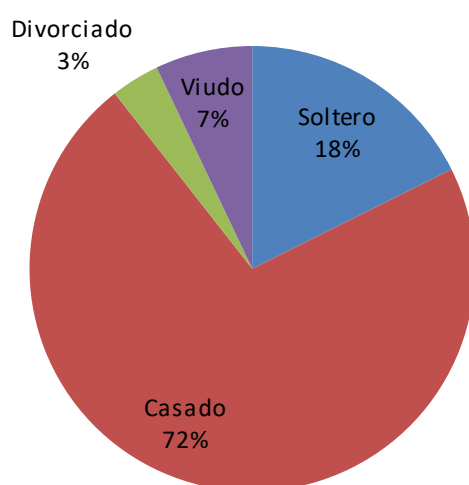


Figura. 3. Estado civil de la muestra

Fuente: Investigación de campo (2019)

Análisis:

En cuanto al estado civil que tiene la muestra de estudio, la muestra presentó que un 17,65% correspondiente a 15 personas son Solteros, un 71,76% correspondiente a 61 personas son Casado, un 3,53% correspondiente a 3 personas son Divorciados, un 7,06% correspondientes a 6 personas son Viudos.

Tabla 8. Nivel de educación

Instrucción:	Frecuencia	%
Primaria	43	50,59%
Secundaria	22	25,88%
Pregrado	11	12,94%
Postgrado	0	0,00%
Ninguna	9	10,59%
Total	85	100,00%

Fuente: Investigación de campo (2019)

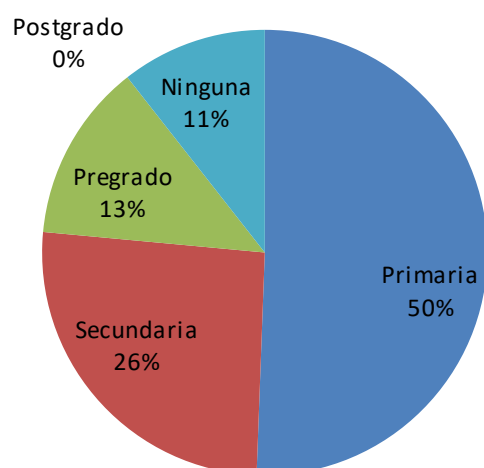


Figura. 4. Nivel de educación

Fuente: Investigación de campo (2019)

Análisis:

En cuanto al Nivel de educación que tiene la muestra, presentó que un 50,59% correspondiente a 43 personas tienen estudios Primarios, un 25,88% correspondiente a 22 personas tienen estudios Secundarios, un 12,94% correspondiente a 11 personas tienen estudios de Pregrado, un 10,59% correspondientes a 9 personas no tienen Ninguna instrucción educativa.

1.2. Información de la práctica usual comunitaria

Tabla 9. Participación en las Asambleas

Asiste a las Asambleas?	Frecuencia	%
SI	67	78,82%
NO	18	21,18%
Total	85	100,00%

Fuente: Investigación de campo (2019)

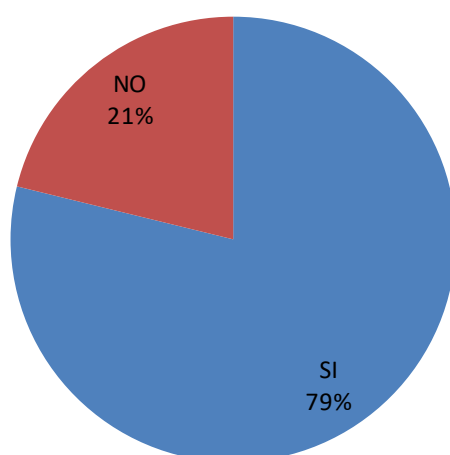


Figura. 5. Participación en las Asambleas

Fuente: Investigación de campo (2019)

Análisis

En la práctica comunitaria de la Comuna Manantial de Guangala, la participación en las asambleas es de un 78,82% de quienes, si asisten correspondiendo a un total de 67 personas que respondieron afirmativamente, mientras que un 21,18% correspondiente a 18 personas quienes contestaron que no asisten a las asambleas.

Tabla 10. Frecuencia de las asambleas

Cada que tiempo se realizan las asambleas?	Frecuencia	%
Semanal	0	0%
Quincenal	0	0%
Mensual	85	100%
Una vez al año	0	0%
Total	85	100,00%

Fuente: Investigación de campo (2019)

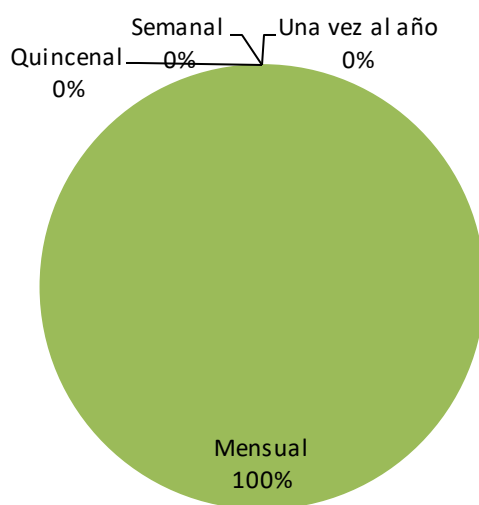


Figura. 6. Frecuencia de las asambleas

Fuente: Investigación de campo (2019)

Análisis

En la práctica comunitaria de la Comuna Manantial de Guangala, la participación en las asambleas es con una frecuencia mensual, donde el 100% de la muestra conformada por las 85 personas aseveraron esta frecuencia.

Tabla 11. Instrumentos usados para la convocatoria

Que usan para llamarlos:	Frecuencia	%
Micrófonos	30	35,29%
Altoparlantes	68	80,00%
Teléfono	0	0,00%
E-mail	0	0,00%

Fuente: Investigación de campo (2019)

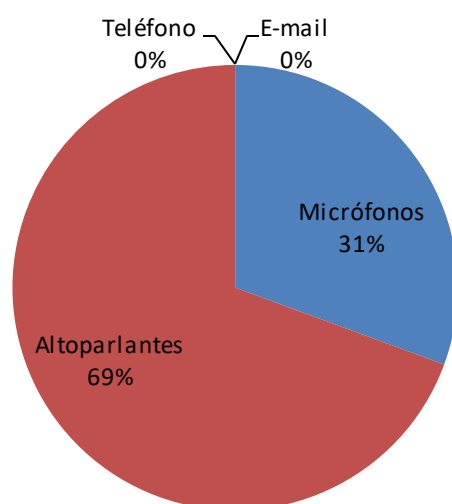


Figura. 7. Instrumentos usados para la convocatoria

Fuente: Investigación de campo (2019)

Análisis

En la práctica comunitaria de la Comuna Manantial de Guangala, los instrumentos utilizados para llamar a la participación de la comunidad se identificaron como micrófonos y altoparlantes, de los cuales el 80% que corresponde a un total de 68 personas afirmó que se usa altoparlantes, mientras que n 35,92% que corresponde a un total de 30 personas afirmaron que también usan micrófonos.

Tabla 12. Duración de las Asambleas

Duración de la Asamblea:	Frecuencia	%
30 minutos	0	0,00%
1 hora	0	0,00%
2 horas	9	10,59%
4 horas	76	89,41%
Total	85	100%

Fuente: Investigación de campo (2019)

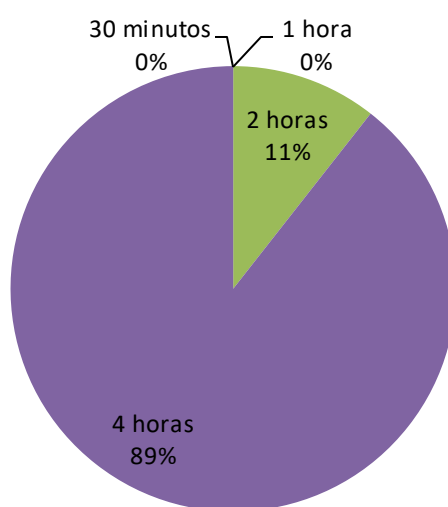


Figura. 8. Duración de las Asambleas

Fuente: Investigación de campo (2019)

Análisis

En la práctica comunitaria de la Comuna Manantial de Guangala, la participación de la comunidad a través de asambleas tiene una duración de entre 2 y 4 horas, el 89,41% correspondiente a un total de 76 de los comuneros indicaron que las asambleas tienen una duración de 4 horas aproximadamente, mientras que un 10,59% correspondiente a 9 comuneros indicaron que las asambleas tienen una duración de 2 horas aproximadamente.

Tabla 13. Uso y frecuencia de los altoparlantes

¿Usan con frecuencia los altoparlantes?	Frecuencia	%
SI	76	89,41%
NO	9	10,59%
Total	85	100,00%

Fuente: Investigación de campo (2019)

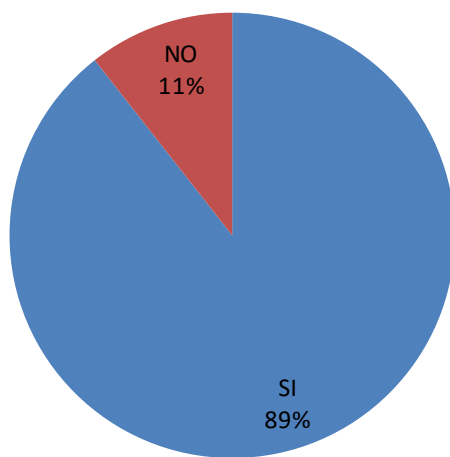


Figura. 9. Uso y frecuencia de los altoparlantes

Fuente: Investigación de campo (2019)

Análisis

En la práctica comunitaria de la Comuna Manantial de Guangala, el uso de los altoparlantes se determinó como frecuente ya que el 89,41% correspondiente a un total de 76 de los comuneros indicaron que se usa con frecuencia los altoparlantes, mientras que un 10,59% correspondiente a 9 comuneros perciben que no se usa con frecuencia los altoparlantes.

Tabla 14. Le molestan los altavoces

¿Le molestan los altavoces?	Frecuencia	%
SI	15	17,65%
NO	65	76,47%
NO MUCHO	0	0,00%
Total	85	100,00%

Fuente: Investigación de campo (2019)

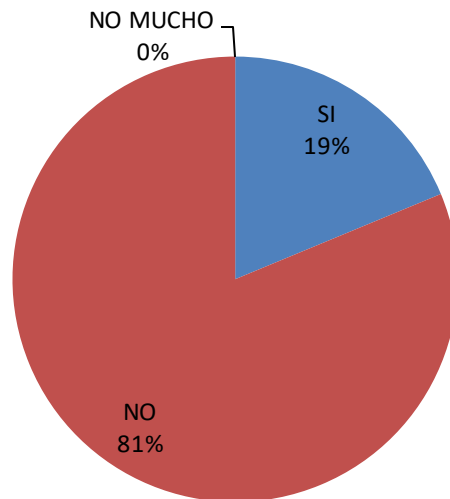


Figura. 10. Le molestan los altavoces

Fuente: Investigación de campo (2019)

Análisis

En la práctica comunitaria de la Comuna Manantial de Guangala, el uso de los altoparlantes puede o no ocasionar molestias a la comunidad, sus respuestas al respecto de esto fue que el 17,65% correspondiente a un total de 15 de los comuneros perciben molestias por el uso de los altoparlantes, mientras que un 76,47% correspondiente a 65 comuneros no perciben como molestias el uso de los altoparlantes.

Tabla 15. Usos del alto parlante

Usan el alto parlante en caso de:	Frecuencia	%
Reunión	85	100,0%
Fiestas	56	65,9%
Alertas	45	52,9%
Otros	7	8,2%
Total	85	1

Fuente: Investigación de campo (2019)

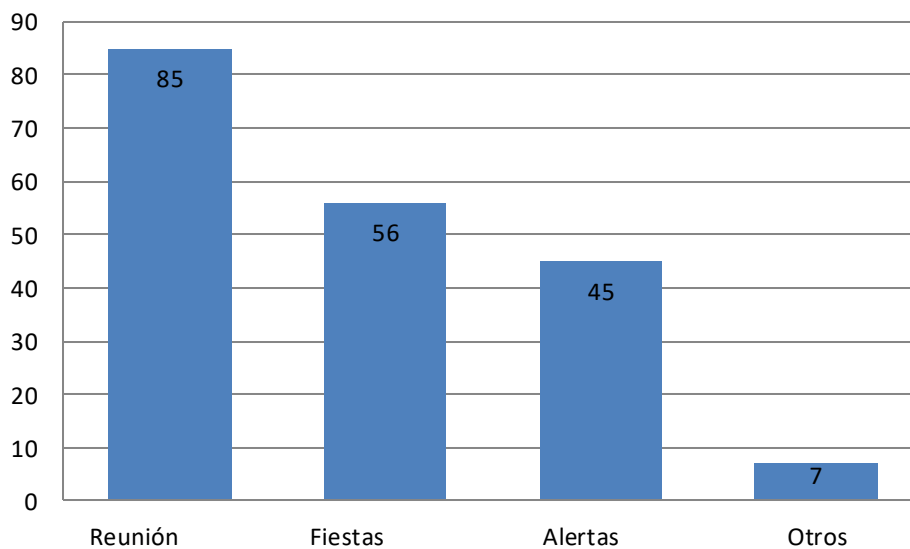


Figura. 11. Usos del alto parlante

Fuente: Investigación de campo (2019)

Análisis

En la práctica comunitaria de la Comuna Manantial de Guangala, el uso de los altoparlantes puede ser diverso, sus respuestas fueron que el 100% del uso es para convocar a las reuniones o asambleas, mientras que otros usos que se les da a los altoparlantes se identificaron que en un 65,9% se usan para invitar a las fiestas o eventos de la comunidad, un 52,9% se usa en alertas de riesgos y un 8,2% se identificó como otros usos que le dan al altoparlante que implican actividades de solidaridad, recordatorios o actividades deportivas y eclesiales.

1.3. Información sobre el mensaje transmitido

Tabla 16. Mensaje en las invitaciones/convocatorias

Las invitaciones a reuniones son:	Frecuencia	%
Claros	69	81,18%
Confusas	15	17,65%
No se entienden	0	0,00%
Son Precisas	0	0,00%
Total	85	1

Fuente: Investigación de campo (2019)

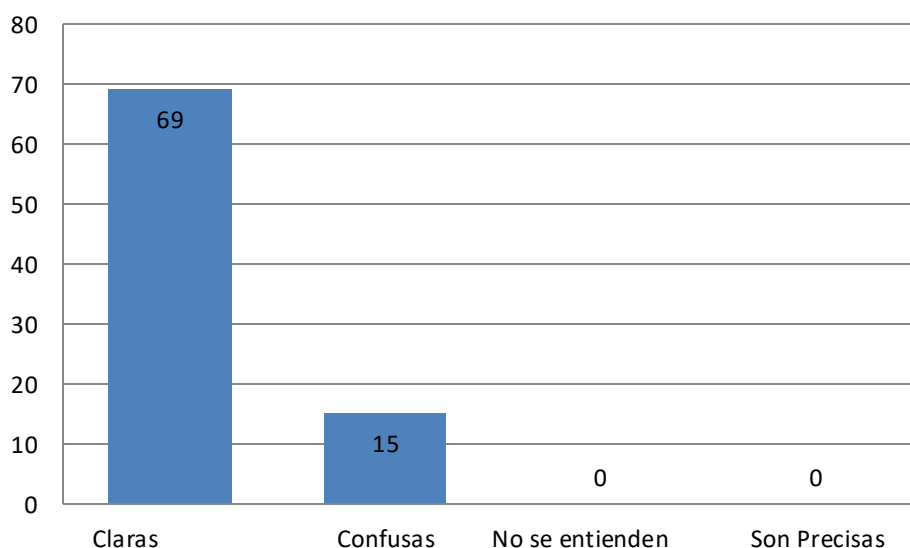


Figura. 12. Mensaje en las invitaciones/convocatorias

Fuente: Investigación de campo (2019)

Análisis

En la transmisión del mensaje para los comuneros de la Comuna Manantial de Guangala, el mensaje a través de las invitaciones a reuniones, un 17,65% que corresponde a un total de 15 personas lo perciben como confusas, mientras que un 81,18% de un total de 69 personas consideran el mensaje de las invitaciones a reuniones como claro.

Tabla 17. Seguimiento/Resumen de reuniones

¿Al finalizar las reuniones se hace resumen?	Frecuencia	%
SI	85	100,0%
NO	0	0,0%
Total	85	100,0%

Fuente: Investigación de campo (2019)

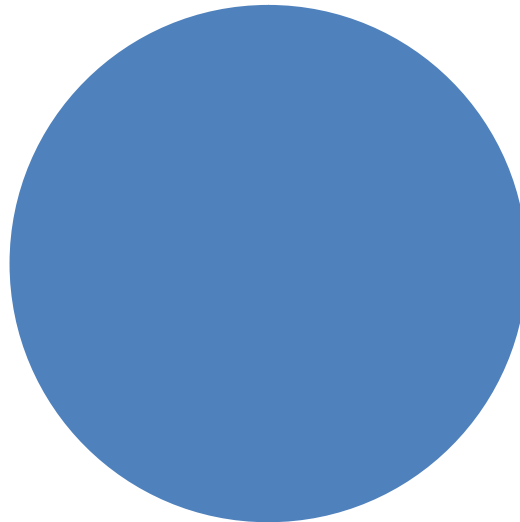


Figura. 13. Seguimiento/Resumen de reuniones

Fuente: Investigación de campo (2019)

Análisis

En la transmisión del mensaje para los comuneros de la Comuna Manantial de Guangala, se preguntó sobre los acuerdos o sesiones de asamblea, y si al finalizar las reuniones se hacen resumen, lo que el 100% de comuneros afirmaron que si existen resúmenes que se hacen por cada asamblea.

Tabla 18. Publicación de los acuerdos de Asamblea

El resumen se expone en:	Frecuencia	%
Actas	81	95,29%
Carteles	4	4,71%
Página Web	0	0,00%
E-mail	0	0,00%
No se hace	0	0,00%
Total	85	100,00%

Fuente: Investigación de campo (2019)

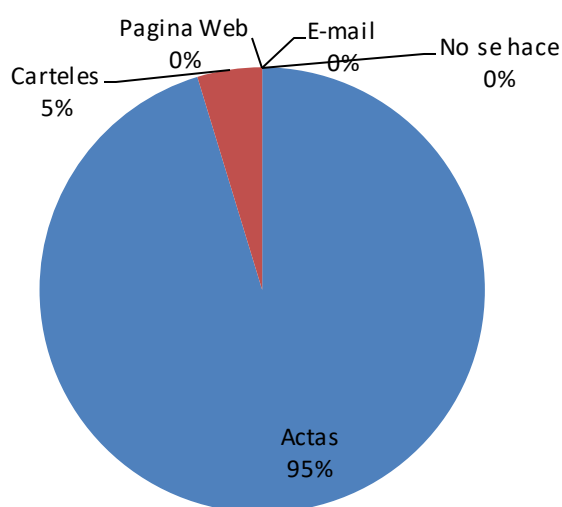


Figura. 14. Publicación de los acuerdos de Asamblea

Fuente: Investigación de campo (2019)

Análisis

El mensaje para los comuneros de la Comuna Manantial de Guangala, llega desde resúmenes generados por cada acta de asamblea: para lo que el 95,29% correspondiente a 81 personas indicaron que se hacía por medio de actas, mientras que el 4,71% correspondiente a 4 personas indicaron que se hace por carteles.

Tabla 19. Hay cartelera informativa en la Comunidad

¿Hay cartelera informativa en la Comunidad?	Frecuencia	%
SI	6	7,06%
NO	79	92,94%
Total	85	100,00%

Fuente: Investigación de campo (2019)

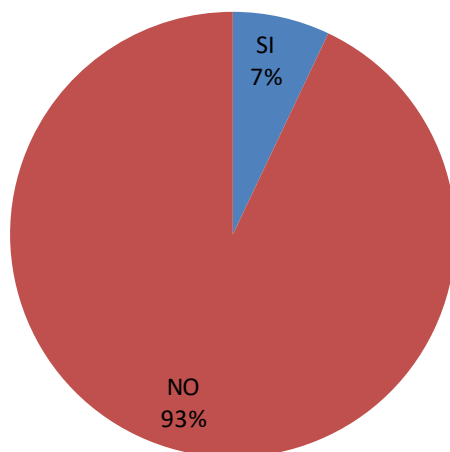


Figura. 15. Hay cartelera informativa en la Comunidad

Fuente: Investigación de campo (2019)

Análisis

En la Comuna Manantial de Guangala, se consultó sobre la existencia de una cartelera informativa para la comunidad, lo que concluyó en que el 92,94% indicaron que no había una cartelera, mientras que el 7,06% indicó que sí existe dicha cartelera.

1.4. Manejo de información comunitaria

Tabla 20. Buzón de sugerencias

¿Hay un buzón de sugerencias?	Frecuencia	%
SI	75	88,2%
NO	10	11,8%
Total	85	100,0%

Fuente: Investigación de campo (2019)

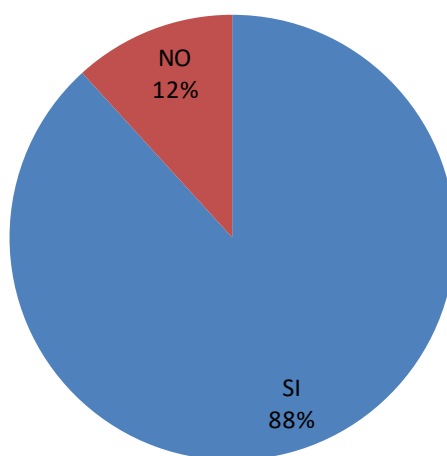


Figura. 16. Buzón de sugerencias

Fuente: Investigación de campo (2019)

Análisis

Al respecto del manejo de información comunitaria, se consultó sobre si existía un buzón de sugerencias dentro de la comunidad, a lo que se respondió que SI un total de 75 personas que corresponden al 88,2% mientras que respondieron que NO un total de 10 personas que corresponden al 11,8%.

Tabla 21. Se toma lista en las Asambleas

¿Se toma lista en las Asambleas?	Frecuencia	%
SI	84	98,82%
NO	1	1,18%
Total	85	100,00%

Fuente: Investigación de campo (2019)

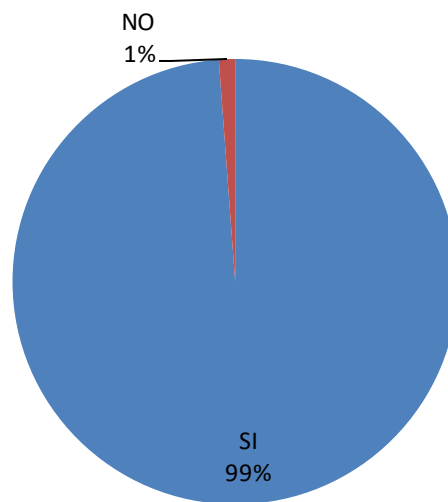


Figura. 17. Se toma lista en las Asambleas

Fuente: Investigación de campo (2019)

Análisis

Al respecto del manejo de información comunitaria, se consultó sobre si se toma lista en las asambleas a manera de registro de participación, a lo que se respondió que SI un total de 84 personas que corresponden al 98,82% mientras que respondieron que NO un total de 1 personas que corresponden al 1,18%.

Tabla 22. Hay alguien que reciba las quejas

¿Hay alguien que reciba las quejas?	Frecuencia	%
SI	75	88,24%
NO	10	11,76%
Total	85	100,00%

Fuente: Investigación de campo (2019)

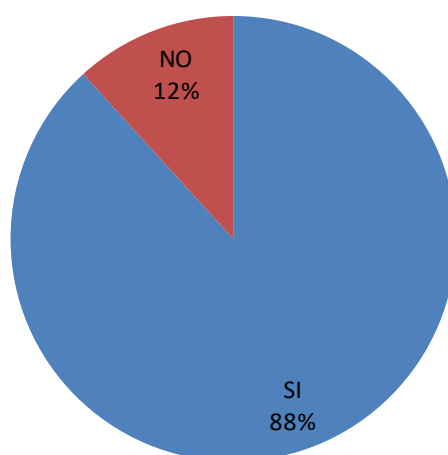


Figura. 18. Hay alguien que reciba las quejas

Fuente: Investigación de campo (2019)

Análisis

Al respecto del manejo de información comunitaria, se consultó sobre si Hay alguien que reciba las quejas, a lo que se respondió que SI un total de 75 personas que corresponden al 88,24% mientras que respondieron que NO un total de 10 personas que corresponden al 11,8%.

Tabla 23. Ud. A puesto alguna queja

¿Ud. A puesto alguna queja?	Frecuencia	%
SI	12	14,12%
NO	73	85,88%
Total	85	100,00%

Fuente: Investigación de campo (2019)

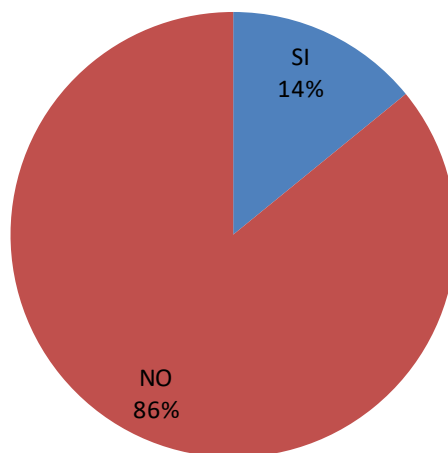


Figura. 19. Ud. A puesto alguna queja

Fuente: Investigación de campo (2019)

Análisis

Al respecto del manejo de información comunitaria, se consultó sobre si ellos han puesto alguna queja, a lo que se respondió que SI un total de 12 personas que corresponden al 14,12% mientras que respondieron que NO un total de 73 personas que corresponden al 85,88%.

Tabla 24. Se solucionan las quejas

¿Se solucionan las quejas?	Frecuencia	%
SI	81	95,29%
NO	4	4,71%
Total	85	100,00%

Fuente: Investigación de campo (2019)

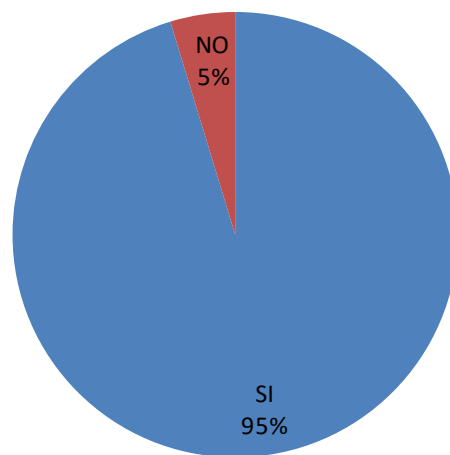


Figura. 20. Se solucionan las quejas

Fuente: Investigación de campo (2019)

Análisis

Al respecto del manejo de información comunitaria, se consultó sobre si se solucionan las quejas que han generado los comuneros, a lo que se respondió que SI un total de 81 personas que corresponden al 95,29% mientras que respondieron que NO un total de 4 personas que corresponden al 4,71%.

Anexo 3. PREGUNTAS DE LAS ENTREVISTA

¿Cuánto tiempo lleva en la dirección de la comunidad?

¿Cuántos son los pobladores que tiene la comunidad aproximadamente?

¿Cómo llega a todos los lugares de la comunidad?

¿Cuáles son los mecanismos que utilizan para comunicarse?

¿Usa los altoparlantes? ¿Por qué?

¿Ha tenido quejas al respecto del volumen de los altoparlantes?

¿Dentro de su planificación, ha considerado otros medios de comunicación? ¿Por qué?

¿Lleva un cronograma planificado de acciones? ¿Como mide sus logros?

¿Cuáles son las quejas frecuentes de las personas?

¿Como resuelve las quejas de la comunidad?

Anexo 4. EQUIPOS DE LA PROPUESTA



Figura 2. Equipo Motorola T480 2-Way Radio (Red/White)

Características principales.

22 FRS/GMRS Channels.

Up to 35 Mile Range. Listen to FM Radio Frequencies. Push-To-Talk (PTT) Power Boost.

Keep in touch at the mall, the ski hill, or just about anywhere without the need for cell service with the T480 2-Way Radio from Motorola.

This radio uses FRS/GMRS channels, and has a range of up to 35 miles.

The 22 channels and 121 privacy codes create 2,662 unique combinations so you will always have a clear channel.



Figura 3. Varta High-Energy 1.5V AA LR6 Alkaline Battery (4-Pack)



Figura 4. Motorola 53724 Remote Speaker Microphone with PTT



Figura 5. Porta Brace PB-2300F Hard Case with Foam (Blue)



Figura 6. Sennheiser MMD 935B Cardioid Dynamic Capsule for Handheld Transmitters (Black)



Figura 7. Shure ULXD4 Single-Channel Digital Wireless Receiver (G50: 470 to 534 MHz)