

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
FACULTAD DE COMUNICACIÓN, LINGÜÍSTICA Y LITERATURA
ESCUELA DE COMUNICACIÓN

TRABAJO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN CON MENCIÓN EN COMUNICACIÓN
ORGANIZACIONAL

“PROYECTO DE SISTEMATIZACIÓN DE LOS PROCESOS
COMUNICACIONALES DEL GAD DE NAYÓN”

ROMMY ANDREA ESPAÑA SALVADOR

DIRECTORA: MARÍA ISABEL IMBAQUINGO

QUITO, 2017

Agradecimiento

Este es un nuevo logro en mi vida. La realización de mi trabajo de grado me ha traído varias sensaciones, desde motivaciones, sueños y satisfacciones; hasta sacrificio y trabajo constante. Investigar y trabajar sobre este proyecto me ha permitido explorar otros campos de la comunicación con los cuales me identifico. Siento placer al haber adquirido nuevos conocimientos que me dan la pauta para investigar y adentrarme más en todo lo que concierne al mundo de la comunicación. Sin embargo, este trabajo –y todo triunfo en la vida– no tendría sentido sin la colaboración de muchos:

A mi familia por su apoyo incondicional. A mi madre que me ha enseñado a ser una mujer fuerte, a confiar en mí y por ayudarme a cumplir mis sueños y objetivos. A mi padre por enseñarme a ser valiente. Ellos son mi ejemplo y las agradezco la formación que me han brindado. A mi hermana de quien he aprendido que muchas cuestiones de la vida hay que tomarlas con ligereza, también agradezco todas las sonrisas que me ha sacado.

No puedo olvidar a mi abuelo, de quien he aprendido que para vivir hay que estar en constante aprendizaje, él me enseñó el valor de la lectura, del arte y ha inculcado en mí principios que me han formado como persona y ahora como profesional. Él ha compartido conmigo todos sus conocimientos sobre el mundo. Lo admiro mucho.

También agradezco a todos mis profesores por su dedicación y conocimientos entregados durante estos cuatro años de carrera. Especialmente a María Isabel Imbaquingo, directora de este trabajo, a quien extiendo un profundo agradecimiento por su paciencia, entrega, motivación y guía para la realización de este proyecto.

A las personas de Nayón y a Lucía Gualoto quienes fueron fuentes de información durante el periodo de investigación de este trabajo.

Por último, agradezco a todos quienes han aportado en mi vida. De todos siempre se aprende algo.

Dedicatoria:

“Cada sociedad debe ser libre de perseguir sus propios caminos hacia el desarrollo, aquellos que cuadren con sus propios valores y satisfagan las necesidades y aspiraciones de sus habitantes. Este es el único camino factible para la autoconfianza”. Paolo Bifani, 1999.

A todos quienes han hecho posible este nuevo logro en mi vida.

A todos quienes han impartido conocimientos y han confiado en mí.

A todos quienes se atreven a romper lo tradicional y a cuestionar la vida.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Resumen	i
1. Tema	1
2. Justificación	2
3. Diagnóstico de comunicación	4
3.1 Metodología	4
3.2 Antecedentes y entorno de la parroquia Nayón.....	6
3.2.1 Contexto histórico	6
3.2.2 Características político sociales.....	7
3.2.3 Características culturales	8
3.2.3.1 Mitos y leyendas	9
3.2.3.2 Juegos populares	9
3.2.4 Nivel de educación	10
3.2.5 Economía.....	10
3.2.6 Proyectos y estudios anteriores sobre la Parroquia	10
3.3 Gobierno Autónomo Descentralizado de Nayón	11
3.3.1 Análisis FODA	12
3.3.1.1 Análisis FODA desde una perspectiva general.....	13
3.3.1.2 Análisis FODA desde una perspectiva comunicacional	14
3.3.2 Públicos objetivo del GAD de Nayón	15
3.3.2.1 Públicos externos del GAD de Nayón	15
3.3.2.2 Públicos internos del GAD de Nayón	19
3.4 Situación general del sistema Nayón	19
3.4.1 Contextos comunicativos y actores sociales que influyen en los procesos comunicativos	20
3.4.2 Circuitos de comunicación	21
3.4.3 Mensajes	21

3.4.4 Canales y recursos de comunicación	22
3.4.5 Necesidades y problemas de comunicación	23
3.5 Resultados del diagnóstico	28
4. Definición del problema	29
5. Definición de objetivos	32
5.1 Objetivo general	32
5.2 Objetivos específicos.....	32
6. Definición de beneficiarios	35
7. Estrategias de comunicación	36
7.1 Fundamentación teórica	36
7.1.1 Teoría Sistémica de la Comunicación	36
7.1.1.1 Sistema abierto	37
7.1.1.2 Sistema socio - cultural	38
7.1.2 Teoría de la Comunicación para el Desarrollo	39
7.1.2.1 Recuento histórico.....	39
7.1.2.2 ¿Qué es el desarrollo?	40
7.1.2.3 Teorías de la Comunicación para el Desarrollo	41
7.1.2.3.1 Teorías de la modernización.....	42
7.1.2.3.2 Teorías dependantistas	43
7.1.2.4 Características de la Comunicación para el Desarrollo.....	44
7.1.3 Comunicación para el Cambio Social	44
7.1.3.1 Características de la Comunicación para el Cambio Social.....	45
7.1.4 Estrategias de Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social	46
7.1.4.1 Conceptos base para elaborar estrategias de comunicación basadas en la Comunicación para el Desarrollo.....	47
7.1.5 Gestión de la Comunicación.....	51

7.1.5.1 Planificación de la Comunicación	52
7.2 Definición de las estrategias y actividades de comunicación	54
8. Validación lógica del proyecto – Matriz del Marco Lógico	59
9. Presupuestos	65
10. Cronograma de actividades	68
Conclusiones	71
Recomendaciones	74
Referencias bibliográficas	75

ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1: Públicos del GAD de Nayón</i>	15
<i>Figura 2: Árbol de problemas</i>	31
<i>Figura 3: Árbol de objetivos</i>	34

ÍNDICE DE CUADROS

<i>Cuadro 1: Análisis FODA desde una perspectiva general</i>	13
<i>Cuadro 2: Análisis FODA desde una perspectiva comunicacional</i>	14
<i>Cuadro 3: Resultados del diagnóstico – Matriz de resumen</i>	28
<i>Cuadro 4: Planificación prospectiva estratégica desde la comunicación.</i>	
<i>Proceso general</i>	52
<i>Cuadro 5: Estrategias y actividades de comunicación</i>	54
<i>Cuadro 6: Matriz del Marco Lógico</i>	59
<i>Cuadro 7: Matriz de presupuestos</i>	65
<i>Cuadro 8: Cronograma de actividades</i>	68

ÍNDICE DE ANEXOS

<i>Anexo 1: Entrevista a profundidad a actores sociales de la Parroquia Nayón</i>	78
<i>Anexo 2: Observación participante</i>	91

Resumen

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

PROYECTO DE SISTEMATIZACIÓN DE LOS PROCESOS COMUNICACIONALES DEL GAD DE NAYÓN

1. Tema

Este proyecto de sistematización de los procesos comunicacionales del GAD Nayón tiene como eje central los procesos comunicacionales que existen entre el Gobierno Autónomo Descentralizado de Nayón (GAD de Nayón) y los distintos públicos de esta organización, especialmente con los habitantes nativos de la Parroquia quienes se benefician directamente de sus obras y servicios. En el ámbito comunicacional este tema es relevante puesto que se realizará una propuesta a partir de dos enfoques: Teoría Sistémica de la Comunicación y Teoría de la Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social, con el objetivo de mejorar las relaciones entre estos grupos y buscar el progreso de la Parroquia.

Con la Teoría Sistémica se busca entender a Nayón como un sistema abierto y como un sistema socio – cultural que por naturaleza intercambia información con gran frecuencia. Para ello, sus procesos deben estar alineados y establecidos; y deben responder a las necesidades de información de sus subsistemas y de otros sistemas. En este proyecto también se trabajará sobre la gestión de la comunicación con el fin de identificar y establecer medios formales para transmitir información desde el GAD de Nayón a la comunidad y viceversa.

Debido a que Nayón es una parroquia rural, el enfoque de la Comunicación para el Cambio Social se convierte en un campo estratégico para entender los procesos de desarrollo y cambio social que han surgido en Nayón en los últimos años y que están afectando a la cultura y al imaginario propio de la población. Este proyecto de comunicación se convierte en un instrumento al servicio de la comunidad para, a través de las prácticas comunicacionales propias, fomentar el desarrollo de la Parroquia pero tomando en cuenta los valores culturales existentes.

La idea de este proyecto es que se tome a la comunicación, no como una imposición de modelos, sino como una herramienta para que las comunidades establezcan sus propios modelos de desarrollo, en el cual la comunicación tome el papel de crear redes, relaciones y diálogos de acuerdo a la naturaleza de las comunidades. En esta propuesta, la comunidad de Nayón es el motor principal para que el GAD de Nayón funcione, por lo tanto, son los habitantes y toda la comunidad los que deben decidir de qué forma quieren ser tomados en cuenta. De este modo, las actividades que se proponen a continuación buscan que la

participación ciudadana sea primordial con el fin de mejorar la relación que existe entre el GAD de Nayón y el pueblo. Parte de la propuesta de este proyecto es rescatar las prácticas sociales propias de la comunidad, en especial la comunicación interpersonal.

2. Justificación

Los procesos de comunicación, en su versión más humana que es el diálogo, o en sus proyecciones organizativas y mediáticas, son un instrumento de apoyo a las transformaciones en las que el hombre es el centro (Gumucio, 2004). La comunicación es un proceso de interacción social y es primordial para el desarrollo de las sociedades. Este proceso toma en cuenta factores como la educación, la cultura y valores que son compartidos por una comunidad. En el caso del Gobierno Autónomo Descentralizado de Nayón y su población, la comunicación debe ser un proceso de diálogo constructivo con el fin de buscar un objetivo común que es el desarrollo y el crecimiento.

La propuesta de este proyecto es sistematizar los procesos comunicativos del Gobierno de Nayón con el fin de eliminar el malestar social y mejorar las relaciones existentes entre esta organización y la comunidad. Para ello, se aplicará el enfoque de la comunicación para el desarrollo, que tiene como función ser un instrumento para el diagnóstico y la solución de los problemas locales de comunidades, y contribuir a la articulación de los procesos comunicativos en la planificación de programas de desarrollo.

La importancia de este proyecto radica en que desde la Comunicación para el Desarrollo Social se construirán estrategias de comunicación para propiciar el diálogo y la participación. El modelo planteado propone que el emisor y receptor estén en igual de condiciones –tomando en cuenta que comparten la misma historia, identidad, necesidades e intereses- facilitando el intercambio de información entre ambos con el objetivo de que encuentren respuestas para su propio desarrollo. “Las estrategias de la comunicación para el desarrollo más exitosas son aquellas que fortalecen los propios canales de comunicación tradicionales, amplificando las voces locales y anclándose en la cultura.” (Gumucio, 2011, p.12). Por lo tanto, para este proyecto es importante tomar en cuenta el saber local, la tradición y la cultura de la comunidad nayonense. El fin es que la población sea partícipe de este proyecto y terminen apropiándose de él.

La intención del proyecto responde al primer objetivo del Plan Nacional del Buen Vivir: *Consolidar el Estado Democrático y la construcción del poder popular*, el cual busca el protagonismo de los diferentes colectivos y habla de los desafíos y oportunidades para el cambio, otorgando poder y autonomía a los pequeños gobiernos para que por sí mismos presten servicios de calidad.

Finalmente, la propuesta de este proyecto expone la importancia de la comunicación en las organizaciones y sobre todo de la comunicación a favor de las minorías. Al concluir el proyecto, se espera que la comunidad se sienta identificada con el GAD de Nayón, se trabaje en conjunto por la Parroquia y se reconozcan las obras y beneficios que ofrece esta organización.

3. Diagnóstico de Comunicación

El primer paso en el diseño y planificación de proyectos es la realización de un diagnóstico, el cual consiste en recolectar datos para definir los problemas existentes. La metodología del diagnóstico permite “reconocer la trama compleja de las relaciones y la forma como los actores se constituyen comunicacionalmente en la misma desde una perspectiva histórica (Uranga, 2008, p.64). Washington Uranga (2008) define al diagnóstico de comunicación como “dinámico” ya que este nunca termina, sino que al contrario, durante la planificación del proyecto siempre aparecen nuevas situaciones que amplían la perspectiva. La finalidad del diagnóstico es determinar el ‘problema motivo’ que llevará a que se planifique un proyecto.

El diagnóstico es el punto de partida para el diseño de cualquier proyecto que pretenda dar respuesta a la problemática de una comunidad. Es la etapa que nos permite conocer a la población o comunidad, identificar sus necesidades y ordenar esa información para intentar cambiar la realidad. (Unicef, 2006, p.15)

El diagnóstico de este proyecto es de carácter participativo ya que el involucramiento de los destinatarios es importante y la población nayonense tiene un rol protagónico que favorecerá el desarrollo y bienestar de la Parroquia en general.

3.1 Metodología.

A través del diagnóstico se pretende recopilar e interpretar toda la información posible del sistema de comunicación Nayón. El objetivo principal es reconocer cómo se manifiestan las relaciones entre las dos partes más importantes de este sistema que son el Gobierno Autónomo Descentralizado de Nayón y la comunidad nayonense. Se identificarán qué fenómenos, qué signos y qué funciones son primordiales. Además, se busca reconocer, ubicar y definir las necesidades y habilidades de comunicación con el fin de plantear soluciones y estrategias.

Se aplicaron técnicas de investigación cualitativa ya que lo principal es el entendimiento profundo, más no exacto; lo que permite tener una visión más amplia de la situación estudiada a través de la participación de los individuos (Campoy Aranda & Gomes Araújo, 2009).

Las técnicas aplicadas fueron la observación participante y la entrevista en profundidad; técnicas que proporcionan mayor profundidad en las respuestas. La observación “implica la intervención directa del observador” (Campoy Aranda & Gomes Araújo, 2009, p. 277), involucrándose en las actividades de los miembros estudiados. Para ello, se observó cómo se relaciona la gente en lugares de concentración como el parque central, las paradas de buses o la iglesia; también se acudió a los festejos más grandes y significativos de la Parroquia con la finalidad de distinguir e identificar las interacciones y las formas de comunicación de la comunidad. La recolección y análisis de estos datos se realizó a través de fichas de observación.¹

Además, la investigadora se involucró como voluntaria en Casa Somos Nayón en un programa de danza para las niñas de la Parroquia con el objetivo de conocer y adentrarse en el estilo de vida de los nayonenses, también hubo relación con las madres de familia y en una ocasión visitó el hogar de una de ellas para una entrevista. Después de este programa, la investigadora tuvo acogida por algunos de los nayonenses, esto permitió que la autora pueda ser reconocida como parte de su comunidad y la obtención de información se facilitó. Sin embargo, en ocasiones en las que la investigadora era totalmente desconocida para los posibles entrevistados, la recolección de datos se dificultaba.

La entrevista a profundidad, “son encuentros cara a cara entre el investigador y el informante” (Taylor & Bogdan, 1987, p. 101). Se trata de conversaciones ‘entre iguales’ en donde el propio investigador se convierte en un instrumento de investigación. Mediante esta técnica se conocen las perspectivas y opiniones de una persona en particular en cuanto a la organización estudiada. Para la realización de este estudio, se aplicaron diez entrevistas, una a Lucía Gualoto, vocal de cultura, deportes y educación del GAD de Nayón y dirigente de Casa Somos Nayón; y nueve entrevistas a personas nativas de la parroquia, quienes fueron elegidas por su rol protagónico. El tratamiento de los datos obtenidos se realizó a través del análisis de contenido de cada una de las entrevistas.²

Este diagnóstico tuvo como objeto identificar los problemas comunicacionales que existen entre el Gobierno de Nayón y la población. Los resultados de este diagnóstico son la base fundamental para determinar el problema central que motiva este proyecto y para posteriormente proponer las mejores soluciones.

¹ Ver anexo 2

² Ver anexo 1

3.2 Antecedentes y entorno de la parroquia de Nayón.

3.2.1 Contexto histórico.

Nayón se encuentra ubicado a 15 kilómetros al noreste de la ciudad de Quito. Tiene un área de 14.62 km cuadrados; su cabecera parroquial recibe el mismo nombre. La parroquia limita al norte con Zámbara, al sur con el río Machángara, al este con el río San Pedro y al oeste con los cerros de Miraflores y Monteserrín (*Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia Nayón 2012 - 2025*, 2012).

Los siguientes datos sobre el origen y la historia de la población de Nayón se han tomado del estudio *Parroquias rurales del cantón Quito* de los autores Del Castillo, Carofilis y Burbano, expuesto en el libro *Quito. Comunas y Parroquias* (1992).

De acuerdo a la tradición oral de la comunidad y a fuentes documentales, el origen de la población se remonta a un asentamiento de aborígenes mitimaes provenientes de la región del Cusco a raíz de la invasión incásica. Se estima que el nombre de la parroquia proviene de la época incásica ya que la palabra ‘nayún’ significa airarse, término que se relaciona con el hecho de que los Incas se instalaron obligatoriamente en esta zona por estrategia militar. Además, es una palabra del idioma araucano lo que evidencia que este nombre proviene de una cultura sureña (*Quito adentro – identidad e historia*, 2002).

Según la investigación histórica en *Quito adentro, identidad e historia* (2002), desde antes de la época colonial, en Nayón existían dos tipos de apellidos que se mantienen hasta la actualidad; los unos son provenientes de la región del Cusco (Anaguano, Sotalin, Quijia y Gualoto) y los otros de origen Quito Cara (Lugmania, Pillajo, Juiña y Lema).

Luego de la conquista española, se inició un sistema de educación religiosa por parte del Fray Jodoco Rique quien tomó a los principales indios de Nayón, Pedro de Zámbara, Diego Pillajo y Francisco Collaguazo, para adoctrinarlos en cuanto a prácticas religiosas.

Durante la época colonial, Nayón dependía política y administrativamente de Zámbara. El sistema del concertaje no se presentó, por lo que estas tierras siempre pertenecieron a los indígenas nayones; sin embargo, sí se realizó el sistema de obrajes que lo realizaban en el actual parque central de Zámbara. Los pobladores de esta zona poseían características propias de los indígenas comuneros que eran trabajadores libres y que tenían sus parcelas. Además en esta época, los nayones y zámbaras fueron conocidos por realizar actividades específicas relacionadas con el aseo de Quito. Quienes realizaban este rol fueron

los denominados capriches o barrenderos; además realizaban otras labores como abastecimiento de agua (aguateros), abastecimiento de velas y servicio de correo de correo dentro y fuera de Quito con el sistema de los chasquis.

A partir de 1898 se iniciaron cambios en el aspecto socio-político y cultural debido al crecimiento urbano y al mejoramiento de las vías de comunicación. Después de 1950, la comunidad nayonense se insertó al mundo urbano, aunque durante varias décadas mantuvo su esencia de ruralidad. Nayón fue elevado a la categoría de parroquia civil el 27 de diciembre de 1935, publicado en el Registro Oficial N°74, convirtiéndose en Parroquia Rural del Cantón Quito con el nombre de Santa Ana de Nayón.

En la segunda mitad del siglo XX, cuando Ecuador dejó de ser un país agrícola y se convirtió en petrolero, aparece una nueva dinámica de ‘desarrollo’ impuesta por los países primer mundistas. En este aspecto aparecieron nuevos patrones culturales que llegaron con la globalización y se encargaron de borrar fronteras. Por esta razón, en la década de los 70 y 80 las Juntas Parroquiales, entre ellas la De Nayón, sintieron la responsabilidad de rescatar lo local mediante la autonomía, identidad y organización. Las instituciones parroquiales estaban en la necesidad de buscar su propio desarrollo humano para revitalizar la identidad y autoestima de sus pueblos.

En 1998, con efecto de la desconcentración administrativa y de servicios del Distrito Metropolitano de Quito, el Consejo Metropolitano expide la Ordenanza de Zonificación, en la cual Nayón es declarada como Parroquia Metropolitana Suburbana (*Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2012 - 2025. Nayón, Jardín de Quito, 2012*).

3.2.2 Características político – sociales.

De acuerdo a los datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), hasta el 2010 Nayón contaba con 15.365 habitantes de los cuales la mayor parte de la población se asienta en la cabecera parroquial. El 71% de la población son nativos y el resto proviene en su mayoría de Quito o del resto del país. En la última década, la población creció notoriamente ya que en 2001 tenía 9693 habitantes, esto se debe a la expansión urbanística de Quito por la cercanía de la Parroquia con la ciudad (*Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia Nayón 2012 - 2025, 2012*). Estos nuevos asentamientos se encuentran alejados de la cabecera parroquial y no comparten los mismos rasgos culturales que los nativos de la parroquia.

La principal forma de organización social y política es el GAD de Nayón, entidad que busca el desarrollo de toda la parroquia en varios ámbitos. Existen otras organizaciones sociales como los comités directivos que representan a cada barrio; este comité se encarga de gestionar acciones u obras para mejorar su calidad de vida.

Asimismo, existen entidades de carácter económico social que representan los intereses de un determinado grupo. Por ejemplo, la Asociación de productores de plantas de Nayón, Liga Deportiva de Nayón y otros grupos que serán expuestos posteriormente.

Se debe resaltar que, durante el siglo XX el poder radicaba en tres personas que fueron el hacendado, el teniente político y el cura párroco. Esto se evidencia hasta la actualidad, ya que una de las ancianas entrevistadas, al contar su historia de vida comentó que en su juventud ella y su familia trabajaron para el ‘Patrón Donoso’ en las tierras de la Hacienda Miraflores. Lo que demuestra que los pobladores de Nayón tenían y -en algunas ocasiones- mantienen formas de servilismo. De igual manera, el cura párroco era el encargado de planificar y organizar obras como la construcción de la Iglesia y escuelas, razón por la cual era una persona respetable y acogida por la comunidad.

3.2.3 Características culturales.

Nayón posee una gran riqueza cultural que se expresa en sus tradiciones. Las festividades son la mayor muestra de la cultura de la parroquia. La principal fiesta es la de Santa Anita que en el pasado duraba tres meses, junio, julio y agosto, y que ahora solamente se celebra en julio. “El origen de la fiesta es similar a la que se efectúa a la Matrona de la región incásica del Cuzco, lo que evidencia la relación de Nayón con esta zona” (Quito adentro - identidad e historia, 2002, p. 29). Existe todo un proceso que se planea con meses de anticipación y que consiste en las vísperas, días de fiesta y el asentado que es cuando todos han quedado sin nada en el bolsillo y ‘chumados’. Esta fiesta es reconocida como un espacio de participación en donde resaltan los atributos principales de la comunidad nayonense como la solidaridad, el compromiso y el sentido comunitario (Quijia, 2015).

Otros elementos culturales que aún se conservan en la parroquia son las mingas y los rezos. La minga es una actividad que muestra el trabajo comunitario, sin embargo, con el paso del tiempo ya no son tan frecuentes, pero propician el encuentro familiar y el diálogo con el fin de impulsar el desarrollo.

Antes era lindísimo porque la gente salía a la minga de la carretera con el machete o el azadón y la reina iba a repartir su chicha o su colita, cualquier cosa... El gobierno convocaba y muchas entidades se sentían obligadas, por decir, gastronomía decía va a haber la minga entonces nosotros apoyemos con el motecito con chicharrón y repartimos a los que están limpiando porque es nuestra carretera. (L. Gualoto, comunicación personal, 22 de marzo de 2016)

Mientras tanto, los rezos son una expresión cultural que practican en finados y consiste en ir al cementerio para rezar a los muertos y compartir en familia y con los vecinos. Actualmente, otra forma de reunión son las novenas que organizan los presidentes de cada barrio.

3.2.3.1 Mitos y leyendas.

La tradición oral de Nayón es una de los aspectos que demuestran su cultura. Por ese motivo, a continuación se expondrá brevemente algunas de las leyendas y cuentos típicos de la Parroquia. El primero es *El Animero* que trata de un hombre llamado Juan que luego de su fallecimiento, en la noches cercanas a finados caminaba por las calles del pueblo vestido de blanco y decía “Un padre nuestro y un ave maría, por las benditas almas del purgatorio”. La segunda leyenda es *La monja sin cabeza* de la cual se dice que, cuando las personas de Nayón organizaban una minga para construir la escuela de la parroquia iban a la quebrada a traer rocas. Cerca del atardecer, en la quebrada encontraron a una monja sin cabeza. Tiempo más tarde, los moradores descubrieron que había una piedra blanca que se convertía en la monja sin cabeza.

3.2.3.2 Juegos populares.

Los juegos populares son una de las muestras de las prácticas tradicionales y propias de un grupo humano. Hasta el siglo pasado, los niños y jóvenes de la Parroquia acostumbraban a jugar en las calles con habas y frijoles. Las cogidas, las carreras a pie y el pan quemado eran actividades que los niños jugaban. Unos de los juegos que se realizan hasta hoy en día, sobre todo en las fiestas parroquiales y de Santa Anita, es la carrera de coches de madera. Esta carrera antes se realizaba desde Guanguiltagua (Actual parque Metropolitano) hasta Nayón. En la actualidad la carrera va desde el centro de Nayón hasta San Pedro del Valle.

3.2.4 Nivel de educación.

Según el censo de 2010, el porcentaje de analfabetismo en la Parroquia es del 2,1%. La población joven hasta los 30 años tiene el 99,2% de alfabetización, los adultos entre 30 y 64 años tienen el 98% y solamente los adultos mayores a 64 años tienen el 90%. Cabe recalcar que, los adultos mayores y algunos migrantes indígenas hablan quechua (*Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2012 - 2025. Nayón, Jardín de Quito, 2012*).

3.2.5 Economía.

En cuanto al sistema económico, las actividades de Nayón están relacionadas principalmente con la venta de plantas ornamentales, la agricultura y la actividad comercial. Según el censo de 2010, en la Parroquia existen 87 viveros, por lo que la producción de plantas ornamentales se ha convertido en la actividad económica principal. Por esta razón, Nayón es conocida como el Jardín de Quito. En los últimos años, en la Parroquia se han desarrollado pequeños negocios que ofrecen servicios de alimentación basados en la comida típica de la zona. En el caso de la agricultura, los alimentos que se cosechan son aguacate, guabas, maíz, granos (*Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2012 - 2025. Nayón, Jardín de Quito, 2012*).

3.2.6 Proyectos y estudios anteriores sobre la parroquia de Nayón.

Los siguientes proyectos y estudios han sido tomados en cuenta para este proyecto ya que en ellos se describe las características principales de la parroquia, los cuales han servido como fuente para entender las prácticas comunicativas de estas personas. En primer lugar, los planes de trabajo que el GAD de Nayón ha realizado junto al Gobierno de Pichincha en el cual se hace un estudio profundo de la Parroquia y se ofrecen datos oficiales. En segundo lugar, tesis que han tenido como objeto de estudio el imaginario social de la comunidad nayonense.

- Planes de trabajo:

Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia de Nayón 2012 - 2025

<http://bit.ly/1LdKSn7>

- Estudios y tesis

“Nayón, entre lo rural y lo urbano: segregación socio espacial y conflictos entre pobladores”

<http://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/5309/2/TFLACSO-2012NVLP.pdf>

Revitalización identitaria a través de los imaginarios territoriales de Nayón

<http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/9682/1/QT07013.pdf>

Periódico comunitario “Nuestra tierra” Nayón 2013 Propuesta de comunicación popular

<http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/3194/1/T-UCE-0009-254.pdf>

3.3 Gobierno Autónomo Descentralizado de Nayón.

Anteriormente, el Gobierno de Nayón recibía el nombre de Junta Parroquial, organización que fue fundada en 1935 cuando Nayón se convirtió en Parroquia Rural del Cantón Quito; sin embargo, esta institución fue reconocida legalmente bajo la Ley Orgánica de Régimen Municipal de 1971. A partir de este momento, se reconoce a estas organizaciones como organismos administrativos rurales que se convierten en nexo entre la población y las instituciones administrativas. De acuerdo a relatos orales, antes de recibir el nombre de ‘Junta Parroquial’ en Nayón se conocía a esta institución como Gobernación y sus líderes eran los gobernadores.

Con el gobierno de Rafael Correa, mediante la nueva constitución, la Junta Parroquial cambió su nombre y razón social a Gobierno Autónomo Descentralizado Rural de Nayón. Dicho cambio está basado en el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización y, sus funciones van de acuerdo al artículo 64.

Se entiende por Gobiernos Autónomos Descentralizados (GAD) a las “instituciones descentralizadas que gozan de autonomía política, administrativa y financiera, y están regidos por los principios de solidaridad, subsidiariedad, equidad, interterritorial, integración y participación ciudadana.” (“Actívate Ecuador”, 2014).

Al ser Nayón una parroquia rural se trata de un Gobierno Autónomo Descentralizado Rural, que según el artículo 63 del COOTAD es:

persona jurídica de derecho público, con autonomía política, administrativa y financiera. Estarán integrados por los órganos previstos en este Código para el ejercicio de las competencias que les corresponden. La sede del gobierno autónomo

descentralizado parroquial rural será la cabecera parroquial. (*Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización*, 2010, p. 23)

Actualmente, se lleva a cabo el plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia Nayón bajo el mandato del Prefecto del Gobierno de la Provincia de Pichincha, Eco. Gustavo Baroja. El Plan está ligado a los 12 objetivos nacionales del Buen Vivir.

La sede del Gobierno se encuentra ubicada en la cabecera de la Parroquia. Este Gobierno está a cargo de 11 barrios que son: Barrio Central, San Joaquín Oriental, San Joaquín Occidental, Las Palmas, Tiwintza, El Movimiento, La Unión, San Pedro del Valle, Inchapicho y San Francisco de Tanda.

Cada año, el Gobierno de Nayón elabora un Plan Anual de Obras para cada uno de los barrios de la Parroquia. Este plan se basa en cinco áreas de acción que son: Educación, cultura y deportes; Transporte y seguridad; Infraestructura y vialidad; Desarrollo económico; y Salud y medio ambiente. Para cada uno de estos ejes, el Gobierno realiza actividades y proyectos específicos que tienen distintos públicos objetivo. Además, está encargado de organizar las fiestas de la Parroquia en donde pretenden rescatar los valores culturales a través de su música, danza y gastronomía.

Misión

Ser una Institución organizada y eficiente que gestiona, planifica y promueve el desarrollo de la parroquia articulando las necesidades básicas de la población en planes, programas y proyectos que son ejecutados con el apoyo de Entidades Gubernamentales, ONG y gracias a la participación ciudadana.

Visión

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

3.3.1 Análisis FODA.

Para realizar el análisis FODA se ha tomado como unidad de estudio al GAD de Nayón; sin embargo, esta organización no puede ser analizada sin tomar en cuenta las características de la comunidad que habita en la parroquia. Esto se debe a que en este proyecto, Nayón ha sido entendido como un sistema en donde los subsistemas más importantes son el GAD de Nayón y la comunidad, de modo que ambos son elementos

interactuantes. Por tal motivo, las fortalezas y debilidades responden a asuntos internos del GAD de Nayón; y, las oportunidades y amenazas a los aspectos externos que corresponden a la parroquia en general.

3.3.1.1 Análisis FODA desde una perspectiva general.

Cuadro 1. Análisis FODA general.

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> - Organización basada en la participación ciudadana. - El GAD de Nayón desarrolla sus proyectos sobre la base de cinco ejes que son: educación, cultura y deportes; transporte y seguridad; infraestructura y vialidad; desarrollo económico y salud, y medio ambiente; de modo que, no descuida a ningún sector y realiza diversas actividades para satisfacer las distintas necesidades de la comunidad. 	<ul style="list-style-type: none"> - Es una organización dependiente económicamente del Municipio de Quito, el Consejo Provincial y el Estado, por ello su presupuesto es ajustado. - Cambio de nombre de Junta Parroquial a GAD de Nayón porque la gente ya no se identifica con la organización y le atribuyen un sentido más político. - El GAD de Nayón no recibe apoyo mayor apoyo de la comunidad. - La máxima autoridad de Nayón no es bien aceptada por la comunidad a quien representa. - Algunas obras se enfocan solamente en ciertos barrios.
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> - El desarrollo económico de la parroquia permite que el GAD de Nayón tenga más ingresos y la posibilidad de realizar más obras. - Necesidad de la población –y por ende del GAD de Nayón- de rescatar y mantener las relaciones comunitarias. 	<ul style="list-style-type: none"> - Crecimiento urbano y expansión de Quito hacia zonas rurales. - Nuevos residentes que alteran las dinámicas establecidas.

3.3.1.2 Análisis FODA desde una perspectiva comunicacional.

Cuadro 2. Análisis FODA del aspecto comunicacional del GAD de Nayón.

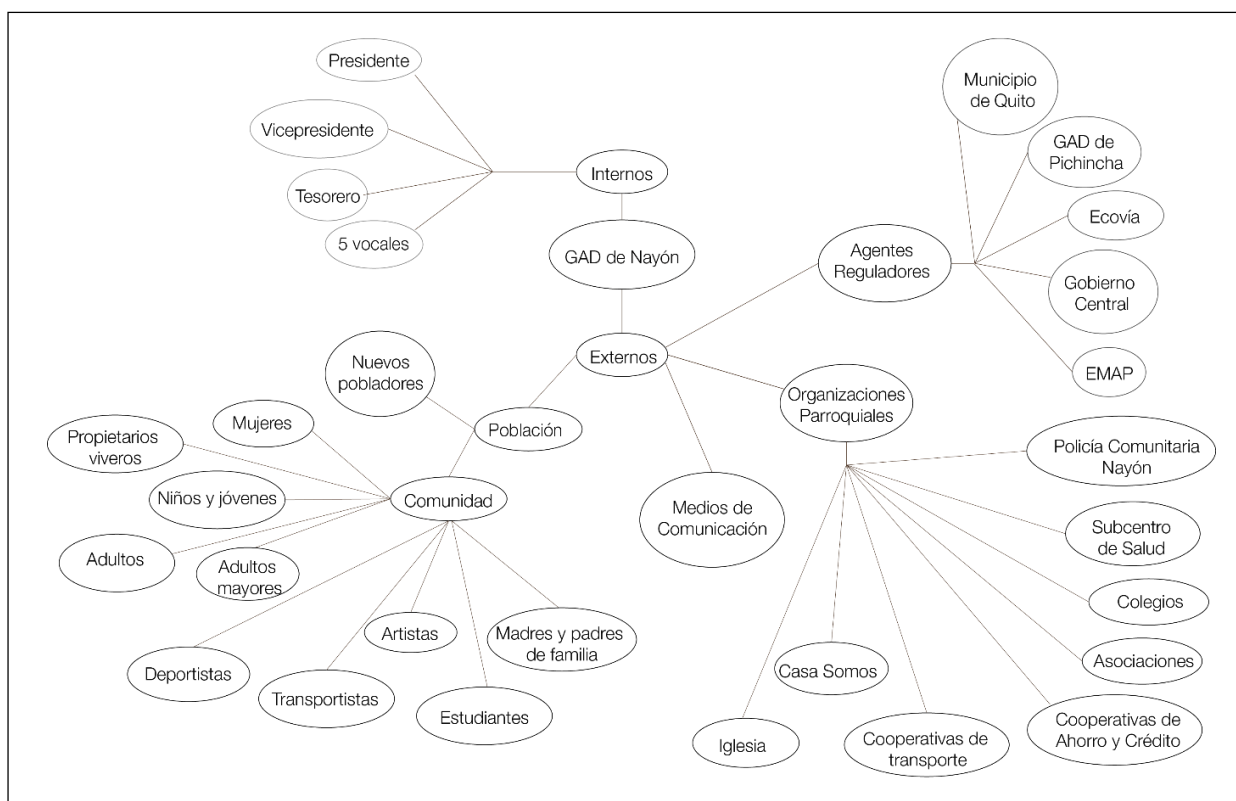
Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> - Gran cantidad de información que puede ser difundida a sus diferentes públicos. - Canales de comunicación determinados para dirigirse a la comunidad. 	<ul style="list-style-type: none"> - El GAD de Nayón no cuenta con asesoría en comunicación institucional. - Los miembros del GAD tienen conocimientos escasos en cuanto a comunicación. - La organización no ha identificado medios formales para llegar a la comunidad. - No existen mensajes objetivos. - La difusión de los mensajes es débil. - Esta institución no cuenta con una identidad visual definida. - Desconocimiento por parte de los miembros internos de la importancia del manejo de la comunicación en una organización.
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> - El GAD de Nayón tiene la posibilidad de mejorar su imagen ya que la comunidad a quien deben llegar es relativamente pequeña. - El GAD de Nayón puede utilizar espacios como lugares estratégicos y actividades masivas para interactuar directamente con la comunidad. - El GAD de Nayón puede aprovechar el dominio de la comunicación interpersonal para trabajar con voceros estratégicos y llegar directamente a la comunidad. 	<ul style="list-style-type: none"> - Falta de presupuesto. - Desinterés por el área de comunicación. - Grupos que sienten resentimiento hacia el Gobierno de Nayón. - Las escasas acciones de comunicación del GAD de Nayón ha provocado alejamiento y desconfianza de la comunidad hacia esta organización. - La comunicación entre el GAD de Nayón y sus habitantes se ve afectada por la pérdida del sentido comunitario y cercanía entre moradores, se vuelve difícil tener un acercamiento entre ambos para trabajar en conjunto por la parroquia.

3.3.2 Públicos objetivo del GAD de Nayón.

Los públicos son los grupos de interés de una organización, son quienes resultan afectados por las actividades de esta. “Los públicos de la organización son quienes dan sentido final a su existencia, ya que son ellos con quienes la empresa busca entrar en contacto comercial, público y societario” (Garrido, 2004, p. 134).

Para un entendimiento más claro de los públicos del Gobierno de Nayón se debe observar la siguiente figura, la cual se ha elaborado sobre la propuesta de clasificación de públicos del autor Javier Garrido en su obra *Comunicación estratégica. Las claves de la comunicación empresarial en el siglo XXI* (2004).

Figura 1. Públicos del GAD de Nayón.



3.3.2.1 Públicos externos del GAD de Nayón.

3.3.2.1.1 Comunidad en general.

Nayón tiene 15 635 habitantes de la Parroquia, según el Censo de la Población del año 2010. De esta población, quienes conocen lo que hace o lo que pasa con el GAD de Nayón son quienes viven en la cabecera parroquial y quienes son beneficiados por sus obras y servicios, que por lo general son las personas nativas, que corresponden al 71%

de la población. El resto de las personas, que viven en barrios alejados o son nuevos habitantes se muestran indiferentes ya que no necesitan directamente del GAD de Nayón debido a que no tienen las mismas prácticas culturales. A diferencia de los nativos, que pasan casi todo su tiempo en la Parroquia, los recién llegados “lo ven como sitios de dormitorios” (Quijia, 2015) ya que el resto de sus actividades las realizan en la gran ciudad y en ningún momento necesitan, ni se interesan por los beneficios que puede ofrecer el Gobierno de la Parroquia.

A partir del crecimiento y la llegada de los nuevos habitantes a la Parroquia, se ha ido perdiendo el sentido de comunidad. Se habla de un choque cultural porque los nuevos habitantes no aceptan y se molestan con las costumbres de los nayonenses. Además, los jóvenes de la Parroquia se han involucrado en el mundo urbano y no sienten la necesidad, como los habitantes antiguos, de tener relaciones más íntimas y personales entre vecinos.

3.3.2.2 Definición de los beneficiarios.

Los beneficiarios de las obras y servicios de Nayón son todos los habitantes de la Parroquia; sin embargo, las obras que verdaderamente llegan a los nuevos y antiguos pobladores son las que están relacionadas con el mejoramiento de las vías. De ahí, el resto de servicios y beneficios están dirigidos para aquellos que en realidad lo necesitan ya que los nuevos pobladores, especialmente los que vienen de la gran ciudad, tienen prácticas diferentes y no les interesan los proyectos de desarrollo comunitario.

En el *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2012 – 2015. Nayón, Jardín de Quito* (2012) se habla de la atención prioritaria a través de una atención integral, especialmente para tres grupos que son los niños menores de 10 años, los jóvenes de 10 a 19 años y los adultos mayores de 60 años.

3.3.2.1.3 Organizaciones parroquiales.

- Asociación de productores de plantas ornamentales de Nayón:

Conformada aproximadamente por el 50% de viveros.

- Compañías de transporte:

Existen tres compañías de taxis, dos de camionetas y una de busetas. Algunas de ellas no son legales pero funcionan ya que ofrecen un servicio indispensable para la comunidad.

Las más importantes son:

- Compañía de transportes camionetas 29 de junio
- Cooperativa de transportes camionetas 26 de julio
- Cooperativa de Taxis “Nay Trans S.A”

- Liga Deportiva Parroquial Nayón:

Es una de las instituciones más antiguas de la Parroquia y se estima que tiene 2000 deportistas. Para sus actividades posee el estadio de nayón, canchas de básquet y un coliseo. Está encargada de crear torneos y competencias.

- Grupos culturales:

Los grupos culturales muestran las habilidades de los habitantes de la Parroquia en actividades como la danza, la música y la actuación. Estas representaciones aparecen siempre en las fiestas parroquiales o en concursos interparroquiales.

- Bandas: Santa Ana, San Joaquín, Banda Juvenil.
- Grupos de danza: Kapac Ñan, Sumac Killa, Centro Cultural Nayón, La Unión, Ilusión Floral, Ñuca Tanda.

3.3.2.1.4 Centros educativos.

Existen dos centros educativos fiscales que son:

- Escuela Fiscal Mixta Costa Rica: es la escuela tradicional de Nayón, la mayoría de adultos asistió a esta escuela en su infancia.
- Colegio Once de febrero: abre sus puertas a niños y jóvenes.

3.3.2.1.5 Sub centro de Salud Nayón.

Esta organización ofrece a la comunidad los servicios de medicina general, obstetricia, enfermería y odontología. Un dato relevante es que se encuentra ubicada en una parte de la parroquia que no es muy concurrida, por lo tanto, muchos pobladores no conocen su existencia y optan por ir a centros médicos en Quito o consultorios privados.

3.3.2.1.6 Policía Comunitaria Nayón.

Existen dos sedes de la Policía Comunitaria con el fin de cubrir las necesidades de toda la población de Nayón; una se encuentra al lado del Gobierno Parroquial y la otra en el sector de Inchapicho. En un inicio la Policía Comunitaria solo existía en el

centro de Nayón, pero a partir de 2011, la Alcaldía de Quito y la gestión de la presidenta Lourdes Quijia, se logró establecer una nueva sede para los barrios alejados de la cabecera parroquial.

3.3.2.1.7 Casa Somos Nayón.

Casa Somos es un espacio comunitario impulsado por la Alcaldía de Quito que busca el emprendimiento y el fortalecimiento de los conocimientos de los ciudadanos a través de distintas actividades como capacitaciones, cursos, talleres y conferencias. Casa Somos Nayón tiene algunas actividades compartidas con el GAD de Nayón para el desarrollo de la parroquia.

3.3.2.1.8 Agentes reguladores.

Puesto que el Gobierno Autónomo Descentralizado de Nayón es una entidad gubernamental, los principales agentes son el Municipio de Quito, el Gobierno Provincial de Pichincha y el Estado. Las decisiones que cualquiera de las instituciones anteriormente mencionadas tomen, serán de gran impacto para el GAD de Nayón. Otros agentes son las empresas de servicios públicos como la EP MMOP (Empresa Pública Metropolitana de Movilidad y Obras Públicas), Empresa eléctrica Quito, EPMAP (Empresa Pública Metropolitana de Agua Potable), EPMTPO (Empresa Pública Metropolitana de Transporte de Pasajeros de Quito) y EMASEO.

La forma de comunicación entre el Gobierno y estas entidades es a través de reuniones. Cabe recalcar que no existe un proceso establecido de comunicación para dar o recibir información de estos agentes. De igual forma, con los medios de comunicación de la ciudad solamente se tiene contacto para eventos grandes como las fiestas o hechos eventuales como la aparición de la Virgen de Santa Ana de Nayón en una quebrada de la parroquia.³

³ El 15 de diciembre de 2015 en las paredes de la quebrada Cusúa de la parroquia Nayón se encontraron unas imágenes que, según los habitantes, es la representación de la Virgen de Santa Ana, patrona de la parroquia. La revelación se hizo ante un niño de tres años quien recogía hojas de higo junto a sus abuelos. Para constatar que estas imágenes sean auténticas, José Asimbaya, vicario episcopal de Quito, visitó el lugar de los hechos. A partir de esta fecha, los siguientes fines de semana Nayón recibió gran cantidad de turistas de la provincia que llegaron a visitar la aparición de la Virgen. Los moradores de la parroquia construyeron un mirador para observar con tranquilidad este acontecimiento.

3.3.2.2 Públicos internos del GAD de Nayón.

La organización cuenta con 11 miembros que tienen diferentes cargos y distintas funciones. Todos los miembros viven en la Parroquia de Nayón. Actualmente, estas personas reciben un salario por sus labores, antes se hacían estas labores por voluntad propia. “Ahora es más político, ya que como ahora es sueldo, claro ya nadie se pone la camiseta”, dice Lucía Gualoto, vocal de cultura, deportes y educación. Los miembros son nombrados por elección popular.

Debido a que es un grupo pequeño de personas no existen problemas en cuanto a comunicación interna, ya que cada miembro entiende lo que debe hacer y se unen para tomar decisiones.

Según el artículo 69 del COOTAD, estos miembros tienen las siguientes funciones:

- **Presidente/a:** es el Ejecutivo y la Máxima Autoridad del Gobierno Parroquial. Mantener contacto permanente con las dirigencias barriales y demás organizaciones sociales. Proponer planes para el desarrollo de la parroquia.
- **Vicepresidente/a:** coordina programas con el presidente. Cumple con los objetivos dispuestos por el presidente.
- **Vocales:** son el soporte directo del señor presidente en el desarrollo de la gestión y entrega de propuestas que encaminen hacia el desarrollo parroquial. Intervención con voz y voto en las sesiones de la GAD de Nayón. Presentación de proyectos de acuerdos y resoluciones. Fiscalización las acciones según la ley.
- **Secretario/a – Tesorero/a:** lleva actas de las sesiones. Entrega convocatorias. Difunde información relacionada con reuniones o asambleas en los medios oficiales. Agenda trámites del Gobierno Descentralizado de Nayón. Es el encargado/a de la elaboración, control y seguimiento de documentos. Realiza actividades de contabilidad, ventas y compras públicas.

3.4. Situación general del sistema de comunicación Nayón.

Se habla de Nayón como un sistema ya que desde el enfoque de la Teoría de los Sistemas se tiene una visión integrada que permite comprender la realidad y la dinámica de todos los elementos que están en relación con el sistema Nayón. Según Bertalanffy (1979), “un sistema es un complejo de elementos interactuantes” (p.56). Además, se trata de un

sistema abierto ya que “tiene como base la interacción dinámica entre sus componentes” (p.156). También es un sistema socio – cultural ya que se trata de un grupo humano que posee características propias y tiene un modelo específico de interacción entre sí, con el medio ambiente y con otras sociedades.

Las partes que constituyen un sistema reciben el nombre de subsistemas; en este caso, el principal subsistema es el Gobierno Autónomo Descentralizado de Nayón, debido a que es la máxima representación del resto de subsistemas. Desde este subsistema se ejecutará el proyecto comunicacional con el fin de erradicar el malestar social general del sistema Nayón.

3.4.1 Contextos comunicativos y actores sociales que influyen en los procesos.

Esta investigación se ha centrado en la comunidad nativa de Nayón, por lo tanto, se definirán los elementos y procesos comunicativos a partir de las prácticas tradicionales de este grupo. Al ser Nayón un pueblo pequeño, los habitantes generalmente se enteran de lo que sucede a través del “boca a boca”; pero también hay otros mecanismos que siempre han funcionado como el vocero que utiliza el megáfono y difunde información o las carteleras y afiches que se colocan en postes y ventanas de lugares concurridos.

Debido al crecimiento urbano y a la cercanía de la ciudad, gran parte de la población durante el día sale de la Parroquia ya sea por estudios o por trabajo; lo que significa que permanecen quienes trabajan ahí, los niños pequeños o los adultos mayores. Por lo tanto, los mensajes que el Gobierno envía durante el día a través de su vocero no son recibidos por todos sus destinatarios.

Entonces, se define como importantes actores sociales a los comerciantes, transportistas y a adultos mayores ya que ellos son quienes están en mayor relación con lo que pasa en la Parroquia y se encargan de transmitir los mensajes de manera oral. Lastimosamente, no todos los pobladores muestran interés y, por ello, no conocen las obras y actividades que realiza el GAD de Nayón a favor de la comunidad.

Por otro lado, la mayoría de los entrevistados han reconocido que al ir a misa, el párroco anuncia actividades importantes e informa a la población. Es decir, que se han identificado dos voceros, el sacerdote de la Iglesia y el hombre que va en una camioneta con un megáfono dando los avisos importantes del Gobierno de Nayón.

La información de las entrevistas muestra que cuando el Gobierno de Nayón era conocido como Junta Parroquial había mayor conexión entre esta organización y la comunidad. Los entrevistados reconocen más las obras pasadas y afirman que el actual Gobierno Parroquial no se interesa por la comunidad, ni dan a conocer lo que “supuestamente se pasan haciendo ahí adentro” (M. Quijia, comunicación personal, 19 de febrero de 2016).

3.4.2 Circuitos de comunicación.

Los circuitos de comunicación son espacios en los cuales predomina el intercambio de información de manera informal. Estos lugares se caracterizan por la acumulación de gente, lo cual es propicio para la transmisión de mensajes. En lugares como la Iglesia, el estadio y paraderos de comida, la comunidad se informa a través de pequeños carteles, de comentarios y del tradicional de “boca en boca”. También se han identificado otros espacios en los cuales la gente podría informarse de los servicios y beneficios que ofrece el Gobierno Parroquial.

- Parque Central
- 4 Paradas de la Ecovía
- Parada de camionetas
- Parada de busetas
- Iglesia
- Estadio de Nayón
- Panadería Quito
- Tienda principal
- Paraderos de comida
- Escuelas Costa Rica y Once de febrero
- Calles

No se puede dejar de lado, las grandes actividades comunitarias como la minga, los rezos, las fiestas parroquiales y asambleas barriales en las cuales las familias se reúnen e intercambian información.

3.4.3 Mensajes.

Los mensajes intencionales emitidos por la organización son de carácter informativo dado que su único objetivo es informar a la comunidad sobre las actividades que realizan en su bienestar. Estos mensajes no están bien contruidos porque provocan que los destinatarios no se sientan atraídos; al contrario se sienten alejados porque nunca se manifiesta que una obra, actividad o servicio es en beneficio de toda la comunidad. Estos mensajes son muy generales y no responden a las necesidades de la población; no

incluyen a la gente ni provocan que tengan la intención de participar. Además, los medios y recursos por los cuales se transmiten tampoco son los adecuados porque muchas veces los habitantes ni si quiera se enteran de lo que sucede. Por ejemplo, mucha información es colocada en los postes de luz eléctrica, pero su tamaño es pequeño y la información no llama la atención.

Se ha identificado que el único medio en el que consta toda la información sobre lo que hace el GAD de Nayón es en su página web, a la cual no todos acceden porque no tienen el servicio de Internet, porque no conocen la existencia de la página web o simplemente porque no les interesa. Asimismo, se utilizan carteles pequeños -de la mitad de una hoja- que se pegan en las carteleras de los lugares concurridos, con información o convocatorias, los cuales no llaman la atención y pocas personas les prestan atención.

En algunas ocasiones como Lucía Gualoto dijo en su entrevista, ellos prefieren no divulgar una nueva obra porque así se ahorran problemas. “Por ejemplo, cuando inauguramos una cancha en un barrio, los del otro barrio se quejan porque no hemos hecho para ellos una cancha” (Gualoto, comunicación personal, 22 de marzo de 2016).

3.4.4 Canales y recursos de comunicación.

En la parroquia de Nayón no existe un medio de comunicación comunitario, los medios existentes son los provenientes de Quito. En cuanto al Gobierno de Nayón, este posee cuatro canales de comunicación formales; dos de ellos son digitales, la página web oficial y un perfil de Facebook denominado “Nayón Noticias”. De los entrevistados, la mayoría afirmó que no acceden a estas redes y que solamente lo hacen los más jóvenes porque dominan la Internet. Los otros canales de comunicación son las carteleras ubicadas en lugares específicos y algunos de los entrevistados mencionaron que eventualmente se entregan pequeños folletos o revistas con información sobre el GAD de Nayón. Los que vieron las carteleras u oyeron al vocero recuerdan que los convocaban a la Casa Comunal pero no recuerdan el motivo y tampoco asistieron.

También existen canales informales que son los narradores, quienes pasan un mensaje a otra persona en forma de comentario. Los ancianos y las personas mayores son líderes de opinión, ellos acostumbran a contar historias sobre cómo era antes y lo que es ahora Nayón. Las asambleas barriales también funcionan como un canal de

comunicación entre los moradores, sin embargo, cuando las convoca el Gobierno Parroquial hay poca asistencia de la gente.

3.4.5 Necesidades y problemas de comunicación.

El problema comunicacional del sistema Nayón es que entre el Gobierno de Nayón y la comunidad no hay una relación estrecha como anteriormente existía. Esto se debe a varios factores; en primer lugar, porque la urbe se ha expandido hasta los territorios de la parroquia lo cual ha provocado que ingresen personas ajenas a los rasgos culturales de Nayón. En segundo lugar, los jóvenes nativos han ingresado en el mundo de la gran ciudad y han adoptado nuevas prácticas sociales, por lo que se han ido olvidando de sus valores comunitarios, del sentido comunitario y el sentido de pertenencia que identifica a los nayonenses.

Entonces, el problema principal radica en que la población de Nayón no se identifica con quienes les representa que es el GAD de Nayón. La imagen de esta institución está distorsionada ya que incluso se la asocia con el Gobierno central. La gente no reconoce las obras y servicios que se ofrecen en beneficio de la comunidad; de manera que existe poca participación, poco interés y predominan las quejas.

Aunque el GAD de Nayón afirma que su trabajo es propiciar el desarrollo de la Parroquia a través de la participación ciudadana, el inconveniente está en que los mensajes que emiten no son los adecuados y se crea un aislamiento de la mayor parte de la población lo cual da origen a relaciones negativas con la comunidad. De igual manera, no existe un sistema para conocer las necesidades exactas de la comunidad ni para que ellos propongan sus iniciativas. Las asambleas que se realizan no involucran a todos los grupos de la Parroquia, la gente no asiste y la retroalimentación llega a través de quejas y comentarios negativos.

A partir de esta problemática, la principal necesidad de comunicación del sistema Nayón es la organización y establecimiento de procesos de comunicación fijos entre las dos partes principales que son el Gobierno y la comunidad. En el caso del GAD de Nayón, como representantes de una comunidad en particular, requieren de un manual o guía sobre Gestión de la Comunicación, para saber cómo comunicarse con sus principales beneficiarios mediante un mecanismo de comunicación que propicie el

encuentro con el otro. Además, se debe crear una identidad visual alineada a los objetivos del GAD de Nayón para que la población la reconozca y se identifique con esta.

Los procesos comunicativos buscarán fortalecer la participación ciudadana y con la construcción de nuevos mensajes –tomando en cuenta la realidad de Nayón- se rescatará la unión, la solidaridad y el sentido de pertenencia que antes existía en la parroquia. El objetivo de trabajar en comunicación en esta organización es fijar instrumentos donde la gente pueda emitir sus opiniones, generar proyectos en busca de su propio desarrollo y que ellos puedan ser protagonistas de los procesos informativos.

3.5 Resultados del Diagnóstico

Cuadro 3. Matriz de resumen.

Grupos de interés	Necesidades de comunicación	Capacidades de comunicación	Circuitos de comunicación	Tipo de beneficiario
Miembros del GAD	Necesitan construir mensajes concisos para llegar a la comunidad. Necesitan saber cómo dirigirse a la comunidad. Necesitan informar a la comunidad sobre sus obras y servicios.	Tienen gran cantidad de información sobre los beneficios y obras que ofrece la organización. Tienen los recursos para transmitir la información. Tienen un vocero y un medio formal que es una camioneta y un megáfono.	Casa comunal de la parroquia. Iglesia Espacios de concentración como las paradas de buses, sitios de comida Parque central, Casa Somos Folletos y revistas de publicación ocasional	Directo
Comunidad en general	Necesitan conocer el trabajo que sus representantes realizan en el Gobierno parroquial en beneficio de la comunidad. Necesitan conocer las gestiones que ha realizado el GAD en cuanto a obras de servicios básicos.	Es un comunidad relativamente pequeña por lo tanto la mayor forma de comunicación es interpersonal, a través de comentarios, del “boca a boca” y de reuniones barriales. La mayoría de personas se conoce por lo tanto la mayoría de información se transmite oralmente.	La Iglesia Centros de comida en la noche Paradas de buses Parada de camionetas Tienda grande Parque central Estadio Coliseo Fiestas parroquiales y celebraciones	Directo
Personas nativas	Necesitan saber lo que la organización hace a favor de la comunidad. Tienen la necesidad de emitir sus	Todos habitan en la cabecera parroquial. Entre ellos se conocen y la información se transmite de “boca en boca”. Acostumbran a pasar en la	Calles Iglesia Parque central Fiestas y celebraciones	Directo

	<p>pensamientos y proponer ideas y proyectos para su propio desarrollo.</p> <p>Necesitan tener reuniones con el GAD de Nayón para estar en continuo contacto.</p>	<p>calle para saber qué pasa en la Parroquia.</p> <p>La comunicación oral es la base de sus relaciones.</p> <p>Acostumbran a realizar asambleas para tratar temas de la parroquia.</p>	<p>Mingas</p> <p>Casa Comunal</p>	
Nuevos habitantes	<p>No presentan mayor interés por lo que sucede en la parroquia ya que la mayoría de ellos habitan en urbanizaciones privadas. Sin embargo, necesitan conocer información de utilidad como las obras pavimentación y otros servicios básicos.</p>	<p>Presentan un alto nivel de educación.</p> <p>Tienen acceso a Internet.</p>	<p>No comparten los mismos valores de las personas nativas. Solo van de paso por la Parroquia.</p>	Neutral
Madres y Padres de Familia	<p>Necesitan tener un espacio para tratar temas de interés del grupo.</p>	<p>Relación con otros padres de familia en actividades escolares y curriculares.</p>	<p>Escuelas</p> <p>Parques de recreación.</p> <p>Clases de actividades curriculares</p>	Directo
Niños y jóvenes	<p>Necesidad de manejar las nuevas formas de comunicación digital.</p> <p>Necesidad de relacionarse con adultos mayores para mantener la tradición oral de la comunidad.</p>	<p>Tienen acceso a Internet y dominan las tecnologías.</p> <p>Saben leer y escribir.</p> <p>Algunos van al parque central para conectarse a la red pública de Internet 'Quito te conecta'.</p>	<p>Escuelas</p> <p>Paradas de buses</p> <p>Parque central</p> <p>Parques de recreación infantil</p> <p>Paraderos de comida</p>	Directo
Mujeres	<p>Necesidad de formar un colectivo de mujeres de Nayón. Necesidad de exponer sus necesidades y</p>	<p>Están en la capacidad para difundir sus ideas como colectivo y conformarse como actoras sociales</p>	<p>Casa comunal de la Parroquia</p> <p>Paraderos de comida</p> <p>Casa Somos</p>	Directo

	proyectos como mujeres. Necesidad de definir un medio de comunicación entre mujeres.	importantes en la parroquia.		
Artisanos/Artistas	Necesidad de diálogo con el GAD de Nayón para profesionalizar las labores artísticas. Tienen la necesidad de darse a conocer fuera de la Parroquia para exteriorizar la formación cultural de Nayón.	A través de las actividades o productos que realizan comunican sobre los valores y símbolos compartidos de la parroquia de Nayón.	Fiestas y celebraciones de la Parroquia Centro cultural Nayón Sitios de reunión del grupo	Directo
Adultos mayores	Necesidad de comunicarse con los más jóvenes y no ser excluidos. Necesitan tener voz en los proyectos ya que son actores sociales importantes. Necesidad de tener un espacio donde puedan transmitir sus conocimientos y el saber local de Nayón.	Hablan español pero también saben quichua. Son fuentes de conocimiento. Permanecen bastante tiempo en las calles. No manejan medios digitales. Están acostumbrados a medios tradicionales de Nayón. Capacidad de narrar historias. Son voceros informales.	Calles Parque central	Directo
Deportistas	Necesitan estar en contacto con el GAD de Nayón para conocer los torneos dentro y fuera de la Parroquia.	Pertenecen a la liga barrial. Están en contacto entre deportistas.	Torneos de fútbol o básquet. Estadio Canchas	Directo
Transportistas	Necesidad de tener diálogos y encuentros con el GAD de Nayón	Constante relación y trasmisión de mensajes con sus pasajeros.	Parada de camionetas Parada de busetas	Directos

	para profesionalizar legalmente su labor en la Parroquia.	Contacto directo con la gente. Son voceros informales.	Vehículo en sí	
Propietarios de negocios y viveros	Necesitan tener espacios de comunicación entre ellos para plantear proyectos para su progreso. Necesitan expresar sus necesidades y plantear sus proyectos como grupo económico de la parroquia. Necesitan tener contacto con el GAD de Nayón para trabajar en conjunto en proyectos de desarrollo económico y turístico.	Reciben a gran cantidad de gente en sus negocios y pueden convertirse en canales de comunicación. Son un canal de información con personas externas que visitan la Parroquia. La mayoría pertenece a una asociación que los representa.	Tienda principal. Tiendas pequeñas Restaurantes Papelerías	Directo
Migrantes de otras comunidades	Necesitan tener un espacio de integración a la comunidad.	Las personas provenientes del oriente no manejan muy bien el español, utilizan otros dialectos.	Parque central Sitios de comida Iglesia Calles	Indirecto

4. Definición del problema

El problema que inspira este proyecto es que la comunidad de la parroquia, en especial los habitantes nativos, no se identifican con el GAD de Nayón, quien los representa y es la máxima autoridad. Este problema central desencadena otro tipo de inconvenientes que son el poco valor que se le atribuye a esta institución, el escaso apoyo de los pobladores, una imagen distorsionada del GAD de Nayón, quejas frecuentes y la escasa participación de los actores sociales. Todos estos aspectos negativos provocan que en la parroquia Nayón exista malestar social. Las causas de este problema son factores relacionados con el aspecto comunicativo y con el aspecto social, cultural y demográfico.

Con respecto al factor comunicativo, debido a que el GAD de Nayón depende económicamente de instituciones estatales, su presupuesto es escaso ya que en su totalidad está destinado para realizar obras que satisfagan las necesidades básicas de los habitantes. Por lo tanto, no existen recursos para manejar un área de comunicación que se encargue de elaborar estrategias para dirigirse a sus distintos públicos y trabajar en conjunto con la comunidad. Esto evidencia que organizaciones como ésta aún no comprenden la importancia de la gestión de la comunicación y lo valioso que les resulta comunicar sus acciones e involucrar a sus beneficiarios. En consecuencia, los mensajes y la información que se envían a la población desde el Gobierno Parroquial no son recibidos ya que responden a un enfoque tradicional donde solo se informa y no se impulsa el diálogo.

Por otro lado, el GAD de Nayón no tiene definida su identidad institucional, ni su identidad visual lo que ocasiona que la gente tenga una imagen distorsionada de esta institución. La mayoría de personas lo relacionan con el Gobierno Central y no identifican que el GAD de Nayón es lo que antes se conocía como Junta Parroquial pero que, por orden del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD) cambió su nombre a Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Nayón (GAD de Nayón).

También existen problemas porque no se han definido canales de comunicación formales entre el GAD de Nayón y la comunidad. La mayoría de habitantes se entera de las acciones de esta entidad por los comentarios o por el “boca a boca”, y pocos acuden a información colocada en carteleras.

No se han establecido espacios para dialogar con la comunidad, así que los diferentes grupos no tienen voz ni pueden difundir sus ideas ante el GAD de Nayón. Esto ha

ocasionado que esta institución no trabaje en conjunto con la comunidad por el bienestar de la parroquia, ni conozca sus necesidades. Pocos esfuerzos se han invertido en sus relaciones con voceros estratégicos, que son las personas que más interactúan con la gente por sus condiciones o por la naturaleza de su trabajo, como los transportistas, los vendedores de plantas, los vendedores de comida y los ancianos que permanecen en las calles. El “boca a boca” resulta negativo ya que los mensajes que circulan no han sido preparados y muchas veces se han formado por una mala percepción de la población, así que se maneja un discurso no oficial.

Los factores demográficos, sociales y culturales que provocan que la comunidad no se identifique con el GAD de Nayón son cambios que se han dado en el último tiempo, pero que la institución no los ha considerado como un aspecto que afecta directamente a sus relaciones con la población. Se trata del crecimiento urbano, por el cual la ciudad de Quito se ha expandido hacia Nayón por su cercanía, lo que ha provocado que ingresen nuevos habitantes a la parroquia, los mismos que tienen prácticas sociales totalmente diferentes a la de los nayonenses. Asimismo, los jóvenes se han involucrado más en el mundo urbano por lo que se han alejado y hasta se han olvidado de mantener sus valores y continuar con ciertas prácticas que caracterizan a la gente de Nayón.

El Gobierno de Nayón ha omitido estos factores, y no ha elaborado actividades o acciones que motiven la participación ciudadana. No han establecido estrategias comunicativas para darse a conocer, difundir sus obras y tener un acercamiento directo con la comunidad. No han considerado que la mejor forma de entablar relaciones con los nayonenses es a través de las dinámicas comunicativas propias de la parroquia, para lo cual es fundamental valorar las actividades tradicionales donde prevalece la comunicación directa y horizontal como por ejemplo en las mingas.

5. Definición de objetivos

El proyecto de Sistematización de los procesos comunicacionales del GAD de Nayón pretende disminuir la falta de identificación de la población con esta institución. Para mejorar la situación actual de la parroquia, se tomará como base a la Comunicación para el desarrollo y cambio social, enfoque que presenta y explica de qué forma deben estar alineadas las estrategias de comunicación en casos donde las prácticas culturales y los modos de vida son esenciales y deben ser tomados en cuenta para la construcción de un proyecto.

Si este proyecto llegara a ejecutarse, se espera que el GAD de Nayón tenga sus procesos comunicacionales bien establecidos lo cual proporcionará que todos sus miembros conozcan cómo comunicarse, a través de qué canales y qué actos o personas son estratégicas para llegar a comunicarse con la comunidad. De este modo, se busca tener procesos comunicativos que generen la participación de todos y se mantengan y rescaten los lazos que siempre han existido en la parroquia.

Para ello, se debe plantear primero los objetivos del proyecto ya que son los que permiten establecer de qué manera se puede solucionar los problemas en una comunidad. Los objetivos se convierten en la guía para saber qué estrategias y qué dirección debe tomar el proyecto.

5.1 Objetivo general.

El objetivo general del proyecto es:

1. Promover la identificación de la comunidad de Nayón con el GAD, mediante la sistematización de los procesos comunicacionales de la parroquia de Nayón, para fomentar el diálogo, la participación ciudadana y la valoración de las prácticas sociales.

5.2 Objetivos específicos.

Los objetivos específicos del proyecto son:

1. Definir los procesos de comunicación que deben existir entre el GAD de Nayón y la comunidad.
2. Instruir a los miembros del GAD de Nayón en la construcción de mensajes claros para que sean decodificados adecuadamente por la comunidad de Nayón y sus visitantes.

3. Visibilizar los atributos de la identidad corporativa del GAD de Nayón a través de un programa de identidad visual.
4. Definir canales de comunicación formales de acuerdo a las prácticas comunicativas propias de la parroquia para comunicar e involucrar a los ciudadanos en las obras, servicios y proyectos que el GAD de Nayón realiza.
5. Fomentar la participación ciudadana y el diálogo a través del empoderamiento de la comunidad en proyectos que ofrece el GAD de Nayón.

6. Definición de beneficiarios

Los beneficiarios son aquellas personas o grupos a quienes están dirigidas las acciones de un proyecto. En este caso, los beneficiarios directos son los miembros del Gobierno Autónomo Descentralizado de Nayón y la comunidad en general, es decir, niños, jóvenes, adultos, mujeres, hombres, ancianos y grupos que se caracterizan por su rol en la parroquia como los transportistas y los propietarios de viveros y restaurantes.

Las actividades del proyecto beneficiarán tanto a los miembros de la organización como a todos los grupos que conforman la comunidad nayonense. Los miembros del GAD recibirán una asesoría de comunicación, además tendrán como guía al manual de gestión de la comunicación el cual también funciona como manual de inducción que expone desde conceptos básicos hasta actividades detalladas.

La comunidad en general es el principal beneficiario porque será partícipe de todas las acciones que se realicen con este proyecto además quedará un modelo de comunicación establecido que mejorará las relaciones. Cada acción y actividad estarán construidas tomando en cuenta las necesidades de la comunidad para que se sientan satisfechos, aporten con sus ideas y se apropien de próximos proyectos.

Los grupos estratégicos de la Parroquia que son los transportistas, propietarios de viveros y restaurantes y los ancianos, que son quienes siempre permanecen en contacto con el resto de la población, serán tomados en cuenta para trabajar en conjunto con el GAD de Nayón, ya que ellos conocen perfectamente lo que sucede en la Parroquia. Se trabajarán técnicas de comunicación interpersonal con estos grupos para propiciar un acercamiento entre la comunidad y los miembros del GAD.

Asimismo, los beneficiarios indirectos, quienes se favorecerían de los resultados del proyecto aunque las acciones no sean dirigidas hacia ellos, son los nuevos habitantes de la Parroquia porque conocerán la existencia del Gobierno de Nayón y a su vez podrán ser partes de las actividades que se lleven a cabo. Seguramente, los nuevos habitantes que vienen de la gran ciudad no estarán interesados en todas las actividades que ofrece esta institución pero sí estarán interesados en actividades que favorecen a todos como obras de servicios básicos. Sin embargo, otros grupos como los habitantes que vienen de Otavalo, comunidades del oriente o de la costa se sentirán totalmente beneficiados del proyecto ya que las comunidades andinas e indígenas se caracterizan porque mantienen relaciones y costumbres similares.

7. Estrategias de comunicación

7.1 Fundamentación teórica.

Las estrategias de comunicación que se plantean para la consolidación del proyecto de Sistematización de los procesos comunicacionales del GAD de Nayón se basan en dos enfoques teóricos que son la Teoría Sistémica y la Teoría Crítica de la comunicación. Se trata de un enfoque sistémico ya que se pretende determinar a la comunicación como un elemento que da equilibrio al GAD de Nayón y que a su vez posee características que lo describen como un sistema abierto y socio - cultural. Mientras tanto, a través del enfoque crítico se plantearán estrategias y acciones comunicativas desde un punto de vista socio-político de toda la parroquia de Nayón; por ello, la teoría que fundamenta este proyecto es la Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social.

7.1.1 Teoría Sistémica de la Comunicación.

La idea de sistema nació desde que los filósofos griegos tales como Aristóteles, Anaxágoras o Heráclito buscaban respuestas sobre cómo están interrelacionadas todas las cosas en el mundo. De esta forma, aparece una primera concepción en la que se presenta al sistema como un “conjunto de elementos relacionados que componen un todo” (Aguado, 2004, p. 36).

Ya en el siglo pasado, en la década de los 40, los investigadores de distintas ciencias como la física, la biología, la sociología, la psicología empiezan a describir sus objetos de estudio como sistemas. “Así, la biología se ocupa de los sistemas vivos, la física de los sistemas de objetos, la psicología de los sistemas mentales y conceptuales, la sociología de los sistemas sociales, la lingüística de los sistemas lingüísticos, etc.” (Aguado, 2004, p. 36).

En la década de los sesenta, el biólogo y matemático Ludwig von Bertalanffy, reconocido por ser el padre de la Teoría de los sistemas, plantea una nueva perspectiva teórica a través de la cual conceptualiza la idea de ‘sistema’. Se trata de la publicación del libro *Teoría general de los sistemas: fundamentos, desarrollo y aplicaciones* en 1969. Este investigador buscaba crear una lógica en la cual diferentes tipos de elementos tengan características en común, que es lo que les convertiría en un ‘sistema’. De este modo, Bertalanffy propone la necesidad de la existencia de una doctrina que explique a los sistemas, para lo cual expresó: “Yo he postulado así la teoría general de los sistemas como un nuevo

modelo que pretende establecer principios generales para sistemas, esto es, entidades organizadas, independientemente de su naturaleza física, biológica o sociológica” (Bertalanffy, 1979, p. 39).

Esta teoría dice que existen principios generales que se pueden aplicar a todos los sistemas o a sus subclases. Se trata de un modelo que marca principios generales para todo tipo de sistemas, ya sean biológicos o sociológicos (Bertalanffy, 1979). Entonces, es esencial primero comprender qué es un sistema; según Bertalanffy se trata de un “conjunto de elementos que se relacionan entre ellos y con el medio” (1979, p. 146), o de forma concisa un “complejo de elementos interactuantes” (2007, p.19).

7.1.1.1 Sistema abierto.

Para Bertalanffy, al ser un biólogo, su interés se centraba en elaborar una teoría de ‘sistemas abiertos’, es decir, sistemas que se relacionan directamente con el medio ambiente, tal como un ser vivo. Pese a que esta teoría, en un principio, pretendía explicar solamente los organismos vivos, al tratarse de una teoría ‘universal’ como el autor mismo la domina, el enfoque de sistema abierto y sus respectivas características puede aplicarse a cualquier tipo de organización.

El concepto exacto de sistema abierto es “sistemas que se mantienen en continuo intercambio de materia con el medio circundante” (Bertalanffy, 2007, p.163), de modo que se entiende que un sistema abierto es aquel que depende directamente de todo lo que sucede a su alrededor, por lo cual, si algo cambia afuera significa que afectará a la organización y que esta debe adaptarse. Por adaptabilidad se entiende al continuo proceso de aprendizaje y retroalimentación. Así mismo, el autor expresa que la base del modelo del sistema abierto es la interacción dinámica entre sus componentes, por lo que, su estructura es óptima cuando el conjunto de elementos del sistema se organiza (Gómez, 2007) Una última característica del sistema abierto es que no pueden vivir aislados, así que necesitan constante influencia del medio que les rodea.

Cabe recalcar que la teoría de los sistemas, en el ámbito comunicacional, expresa la importancia de las comunicaciones externas en las organizaciones.

La organización, como sistema, tiene flujos de información, de materiales y de energía procedentes de su entorno (inputs), y que una vez transformados salen en forma de bienes y servicios (outputs). Se produce un continuo *feedback* o sistema de

retroalimentación. La sensibilidad de un sistema abierto implica que éste cambia con el tiempo y en función de los cambios externos. Así, las empresas e instituciones por su propia naturaleza son sistemas abiertos, que intercambian toda clase de recursos con su ambiente. (Gómez, 2007, p. 74)

Katz y Kahn (en Gómez, 2007) plantean las generalidades de Von Bertalanffy desde una lectura comunicativa y definen que:

- Las organizaciones están compuestas por partes interdependientes.
- Las organizaciones necesitan intercambiar información, productos y energía con su entorno para poder crecer y desarrollarse.
- Mantienen un equilibrio con su entorno a través de la retroalimentación.
- Los objetivos que persiguen las organizaciones se pueden obtener a través de diferentes planteamientos y distintos procesos.

Por los distintos aspectos presentados anteriormente, se habla de Nayón como un sistema abierto y como un sistema socio-cultural. Es un sistema abierto porque necesariamente depende de lo que sucede en su entorno y por lo tanto, esto le afecta directamente. Como se indicó en el diagnóstico de comunicación, Nayón ha tenido varios cambios demográficos y de urbanismo en las últimas décadas; lo que ha ocasionado que el sistema Nayón se modifique y adopte nuevos comportamientos. Por tal motivo es importante que, su máxima representación, es decir, el GAD de Nayón esté dispuesto a generar acciones que les permita adaptarse a una nueva situación, pero que a su vez no se desprenda de los principios propios de esta organización.

7.1.1.2 Sistema socio - cultural.

El teórico Von Bertalanffy propone que para entender a las sociedades humanas, desde grupos pequeños como la familia hasta formaciones grandes como civilizaciones o naciones, se debe hablar de “sistemas socioculturales” que pertenecen a un universo creado por el ser humano que es la “cultura” y expone que “El universo cultural es ante todo un universo simbólico” (2007, p. 206). Por otro lado, Rodríguez, Obregón y Vega indican que “Los sistemas socioculturales son históricos es decir un símbolo, un código o un significado están profundamente anclados en el pasado de una comunidad” (2002, p.13). El autor Von Bertalanffy (2007) expone que el mundo que rodea al ser humano está marcado por universo de símbolos desde el lenguaje hasta otras relaciones simbólicas determinadas

por aspectos como status social, leyes, ciencia, arte, moral, religión y otras cosas propias de la cultura humana. Se habla de los cambios culturales como un efecto de que la cultura es también un sistema abierto y por ende asimila todo lo que pasa en su alrededor.

En este caso, Nayón es un sistema sociocultural porque posee una serie de signos compartidos que son únicos y que los identifica como un grupo particular. Todos estos signos, valores y principios ya han sido descritos en el diagnóstico de comunicación. Lo que se debe resaltar es que Nayón es un sistema que tiene un gran pasado y que es la razón por la cual ahora esta comunidad tiene un comportamiento establecido.

7.1.2 Teoría de la Comunicación para el desarrollo.

7.1.2.1 Recuento histórico.

Después de la Segunda Guerra Mundial, el mundo quedó devastado de modo que las industrias de la pos-guerra buscan expandir y reactivar sus mercados. Algunos países del primer mundo como Estados Unidos y la Unión Soviética no se vieron tan afectados a diferencia de los países que habían perdido la guerra como Alemania, Japón, e Italia y sin duda los países de América del Sur y de África. A partir de ese momento, los gobiernos empiezan a utilizar los términos de progreso y desarrollo con el fin de que sus sociedades se parezcan a los modelos expuestos por los países del norte. Tal como Gumucio Dragon expone “los pueblos subdesarrollados tienen que «aprender» de los pueblos desarrollados, dispuestos a compartir generosamente su tecnología y su conocimiento centralizado y centralista” (2004, p.6)

Estos países que no estuvieron tan afectados buscaban que los países denominados del Tercer Sector se convirtieran en posibles consumidores y para ello debían ayudarlos para mejorar su calidad de vida y que posean un poder adquisitivo al igual que los países industrializados del primer mundo.

Es así que en 1949, el presidente norteamericano Henry Truman crea el programa de desarrollo nacional “Punto Cuarto” que posteriormente se denominó Agencia de los Estados Unidos de América para el Desarrollo Internacional (USAID) el cual pretendía que los gobiernos mejoren sus estilo de vida brindando apoyo en la construcción de carreteras, viviendas, obras de agua potable y luz eléctrica y asesoría sobre la agricultura, salud y la educación. (Beltrán, 2005) Posteriormente, con este tipo de tratados y programas se buscaba

que países que eran ex colonias como Argelia, Nigeria o Mozambique, no se independicen y se mantengan los lazos y el dominio de los países del norte sobre ellos. Algo similar sucedió con Latinoamérica, en estos países se llevaban a cabo los movimientos sociales y se ejercían dictaduras militares terribles, los países industrializados brindaban apoyo militar y proponían planes para el desarrollo.

7.1.2.2 *¿Qué es el desarrollo?*

El discurso que se ha formado sobre el desarrollo varía según la época y enfoque desde donde se lo explica. En las décadas de los años 60 y 70 el concepto de desarrollo estaba sujeto a la economía ya que se buscaba que los países subdesarrollados abandonen sus prácticas tradicionales para que se conviertan en modernos tal como eran los países desarrollados. Se entendía al desarrollo como “la necesidad de modelar las naciones pobres a imagen y semejanza de los países industrializados” (Gumucio, 2011, p.29). Cabe recalcar que estas ideas de desarrollo de las teorías de la modernidad fracasaron y dieron origen a nuevos planteamientos sobre este aspecto.

Estas concepciones de desarrollo, que ahora resultan equívocas, provocaron efectos negativos en las comunidades rurales de Latinoamérica y de otras partes del mundo. Varios proyectos fueron elaborados sin conocer exactamente lo que estas poblaciones necesitaban, tampoco se elaboraron estrategias de comunicación que permitieran un mayor acercamiento entre ejecutaban el proyecto y los beneficiarios. Décadas más tarde, cuando se evidenciaron todos errores, Everett Rogers en 1976 habló de la ‘extinción de un paradigma dominante’ (Beltrán, 2005) lo cual marcaba la pauta para que se formara una nueva concepción del desarrollo.

En la actualidad el desarrollo es visto como “un proceso para ampliar las oportunidades de la gente” (Pereira, 2003). Una definición totalmente alejada de aquella que pertenece a las teorías de la modernidad en la cual el desarrollo es visto como un modelo de imposición en el cual las personas deben tomar actitudes y comportamientos ajenas a su cultura. De este modo, las modernas concepciones de desarrollo apuntan a tomar como clave a la equidad, la justicia y los derechos de todos, es decir, es una visión completa en donde el capital humano y sus respectivas prácticas y normas sociales son esenciales. Asimismo, el autor Washington Uranga (2005) expone que el desarrollo es “indisociable de la cultura y de los procesos de comunicación” (p. 2), lo que significa que hoy en día el desarrollo debe

centrarse en el aspecto humano y en mejorar la calidad de vida de una forma en donde todo esté en armonía.

Además, se marca claramente que desarrollo no es igual a crecimiento económico, más bien se resalta que es más importante el capital humano en el cual no interesan el dinero o los bienes materiales sino las relaciones que dan sentido a una comunidad (Ulloa, 2007).

Es así que en cuestiones de desarrollo la comunicación tiene un valor fundamental debido a que se centran en el valor humano y tal como lo expone César Ulloa (2007) la comunicación se convierte en la suerte del desarrollo, ya que si es ignorada es muy probable que un proyecto fracase. Este autor indica que en las primeras concepciones se ve a la comunicación y al desarrollo como una especie de recetario en la cual las comunidades debían adoptar modelos extraños a su cultura que eran impuestos por personas expertas en diferentes ámbitos. Habla de que las prácticas y comportamientos “no son transferibles” ya que existen diferentes necesidades, capacidades y expectativas, todas ellas marcadas por la cultura.

Hoy en día la cultura debe ser la base para situar al desarrollo, las comunidades deben decidir qué desarrollo quieren y de qué forma; las imposiciones y los modelos impuestos ya no son válidos. Las propuestas de ahora deben ser desde adentro hacia afuera, por lo tanto se habla de un desarrollo local y de una comunicación glocalizadora.⁴ Igualmente al potenciar lo local se promueve el sentido de pertenencia de las comunidades.

7.1.2.3 Teorías de la comunicación para el desarrollo.

Es importante explicar los distintos enfoques que han dado lugar a la aparición de la Comunicación para el Desarrollo, puesto que este proyecto tendrá como base a uno de ellos, se trata de la teoría dependientista. Para hablar sobre estas corrientes se tomará en cuenta al modelo expuesto por Alfonso Gumucio Dragón (2011) en su artículo “Comunicación para el cambio social: la clave del desarrollo participativo” y por Clemencia Rodríguez (2011), textos en los cuales se expone el apareamiento y evolución de la comunicación para el desarrollo.

⁴ Glocalizadora: término que nace de la unión del global y local. Es una mezcla entre elementos locales y elementos que se conocen a nivel mundial.

7.1.2.3.1 Teorías de la modernización

Estas teorías fueron las primeras que surgieron durante la época de la posguerra. Está caracterizada por dividir al mundo en dos partes; los países desarrollados y modernos, y los países subdesarrollados y tradicionales. En el mundo se impuso la idea de que los países más pobres, denominados del Tercer Mundo y caracterizados por la pobreza, eran responsables de su situación ya que no han optado por los modelos económicos y tecnológicos que poseían los países industrializados. Para ello, los países ‘desarrollados’ optaron por brindar ayuda a los países tradicionales, ansiaban ayudarles a ‘desarrollarse’. Estas teorías consideran que lo primordial para llegar a la modernización es “deshacerse de creencias, tradiciones, y prácticas culturales que son un freno” (Gumucio, 2011, p. 22).

Los modelos propuestos por estas teorías plantean que lo primordial para que los pueblos y comunidades de los países pobres se desarrollen se debe impulsar principalmente a la economía y a la tecnología. Existieron varios programas de asistencia técnica por parte de los países industrializados en los que se exponían nuevos conocimientos sobre cómo mejorar la agricultura y que los campesinos mejoren su calidad de vida. Entre 1950 y 1970, los países del Tercer Mundo fueron invadidos por proyectos de desarrollo que lastimosamente no tuvieron un desenlace favorable para ellos, dado que el desarrollismo resultó ser un fracaso total (Gumucio, 2011; Rodríguez, 2011). El principal aspecto de este fracaso fue que los desarrollados no lograron adaptar los proyectos a la realidad y necesidades de las comunidades.

Con el transcurso de los años, esta teoría ha recibido varias críticas sobre todo por su forma de ignorar las realidades propias de los pueblos. La autora Clemencia Rodríguez (2011) califica a la teoría de la modernización como una “teoría totalmente ciega al papel de lo cultural” (p.39). Otros autores como Alejandro Barranquero (2011) consideran que las teorías de la modernización poseen una noción poscolonial de desarrollo. En sí, se la crítica por ser una comunicación de carácter vertical desde arriba en donde el fin único era imponer modelos del norte hacia el sur.

La comunicación desde este enfoque era vista como formuladora de políticas, los medios masivos de comunicación toman un rol protagónico y se convierten en entrenadores de las poblaciones para acoplarse a lo que se entendía como moderno (Rodríguez, 2011). Los medios masivos transmitieron grandes campañas que buscaban persuadir sobre aspectos innovadores que conllevaban al desarrollo de los países. En este punto nació el modelo de la

difusión de innovaciones en el cual se planteaba a la comunicación primordialmente como una herramienta para generar desarrollo. Se habla de la comunicación como “una información de extensión, que no busca el diálogo sino una imposición amable, con la justificación de que la causa es justa” (Gumucio, 2004, p. 6).

Es así que bajo toda esta situación el teórico boliviano Luis Ramiro Beltrán hablaba de la Comunicación de Desarrollo como:

la creación, gracias a la influencia de los medios de comunicación masiva, de una atmósfera pública favorable al cambio que se considera indispensable para lograr la modernización de sociedades tradicionales mediante el adelanto tecnológico, el crecimiento económico y el progreso material. (2005, p.10)

7.1.2.3.2 Teorías dependentistas

La década de los ochenta estuvo marcada por la decepción de las teorías modernizadoras, por lo tanto quienes la criticaron expusieron que la pobreza y la marginalidad no es sinónimo de retraso tecnológico o de culturas tradicionales, sino que al contrario, el subdesarrollo se debe a la situación histórica de dependencia económica, política y cultura (Rodríguez).

Este fue el origen para que aparezcan modelos de comunicación en donde se expone a la participación como un elemento fundamental para el desarrollo. Las teorías dependentistas pretenden que las comunidades tengan voz en espacios que antes no tenían. A partir de esta situación, apareció el concepto de comunicación participativa para el cambio social que tiene como base a la comunicación popular, horizontal, dialógica, alternativa, participativa y endógena (Gumucio, 2007).

Luis Ramiro Beltrán entonces expone su concepto sobre comunicación: “La comunicación es el proceso de interacción social democrática que se basa sobre el intercambio de símbolos por los cuales los seres humanos comparten voluntariamente sus experiencias bajo condiciones de acceso libre e igualitario, diálogo y participación” (2005, p.21).

Por otro lado, Gumucio (2004) habla de la comunicación de estas teorías como una comunicación instrumental la cual se preocupa verdaderamente por las necesidades de desarrollo de los beneficiarios. Organizaciones internacionales como la FAO, Unesco y Unicef adoptan estrategias de comunicación únicas para sus proyectos en donde toman en

cuenta el saber local cultural y aplican técnicas como la «enter-educación» a través de los cuales, mediante el entretenimiento, se busca que la gente cambie sus comportamientos.

7.1.2.4 Características de la Comunicación para el Desarrollo.

Las características que se expondrán a continuación reflejan las condiciones del nuevo enfoque y discurso que se le ha dado al ‘desarrollo’. Para ello se ha tomado el enfoque expuesto por César Ulloa Tapia (2007) en su libro *Comunicación, cultura y desarrollo*.

- Crea condiciones para el diálogo, ya que la palabra o cualquier manifestación verbal debe ser el inicio de un proceso de desarrollo. El diálogo genera inclusión de todas las partes y además, debe estar sobre la base de una comunicación horizontal, es decir de igual a igual. La palabra sobrepasa cualquier índice económico, ya que es el fiel reflejo de la cultura de un grupo y es más importante que los porcentajes y las cifras.
- La comunicación para el desarrollo es un aprendizaje ya que para construir propuestas o estrategias de comunicación, primero se debe aprender sobre la cultura de un grupo humano. Se trata de un juego social de enseñanza - aprendizaje. La comunicación está presente antes, durante y después de la ejecución de un proyecto. Se debe aprender de la forma de comunicar de un grupo, es decir, qué códigos y qué medios utilizan para comunicarse y a partir de eso, se puede emitir criterios.
- Genera espacios de intercambio bajo determinadas condiciones; la comunicación se convierte en un patrimonio universal que pone al descubierto la riqueza cultural de los pueblos.
- Se renueva porque busca que se apliquen métodos tecnológicos que permitan el diálogo. Los métodos de educativos son importantes ya que traen mejores resultados.
- Es participativa debido a que no busca poner límites sino que al contrario pretende que todos los involucrados sean parte de un proyecto y también trabajen por él.

7.1.3 Comunicación para el Cambio Social.

La Fundación Rockefeller, en la década de los 90 vio la necesidad de crear un nuevo concepto ya que la comunicación para el desarrollo y su discurso necesitaban ir más allá de cambios de actitudes individuales; se empezó a hablar de la comunicación para el

cambio social la cual debería facilitar condiciones y entornos promotores del cambio social. (Tufte, 2015)

Varios profesionales de esta área, entre ellos Daniel Prieto Castillo y Juan Díaz Bordenave, preocupados por el papel negativo del concepto de la comunicación para el desarrollo, formularon las ideas base de un nuevo marco conceptual centrado en la comunicación desde una perspectiva de los derechos humanos. A esta iniciativa, se unieron organizaciones internacionales como la UNICEF, que también compartían la idea de ir más allá de un cambio actitudinal y más bien centrarse en el empoderamiento de las comunidades en los procesos de comunicación para generar un cambio individual y colectivo. En una primera etapa, se definió a la comunicación para el cambio social como “un proceso de diálogo privado y público, a través del cual los participantes deciden quiénes son, qué quieren y cómo pueden obtenerlo” (Gumucio, 2004, p.22); esta etapa se caracteriza por tomar a las políticas, normas y valores sociales como lo primordial para plantear proyectos. Aquí la comunicación no debe ser persuasiva sino que debe potenciar el diálogo. En la segunda etapa, en la cual se explica a través de las experiencias todo lo que es la comunicación para el cambio social.

Es así que este proyecto también toma como base a la comunicación para el desarrollo ya que en la actualidad sus conceptos han sido replanteados y por lo tanto ya no se ve a la comunicación para el desarrollo como un modelo de comunicación vertical e imparcial, sino que ya toma en cuenta elementos que comparte con la comunicación para el cambio social, tal como el diálogo y la participación.

7.1.3.1 Características de la Comunicación para el Cambio Social.

Alfonso Gumucio Dragon (2011) en su texto Comunicación para el Cambio Social: clave del desarrollo participativo expone cinco condiciones indispensables para que exista la comunicación para el cambio social.

- La participación comunitaria y la apropiación son indispensables ya que experiencias pasadas muestran que los proyectos fracasan si no existe compromiso de los actores y los beneficiarios. Por tal motivo, para que exista la comunicación para el cambio social, los grupos humanos deben apropiarse de los proceso y de los contenidos comunicacionales.

- Las estrategias de comunicación deben estar construidas en la lengua propia de los beneficiarios y deben tener como marco la cultura. “El proceso de comunicación no puede ignorar las particularidades de cada cultura y de cada lengua; por el contrario, debe apoyarse en ellas para legitimarse” (p. 38).

- Se debe fortalecer el saber comunitario y promover el intercambio de conocimientos en niveles equitativos. También se debe incentivar a un crecimiento conjunto a través del diálogo. Hay que generar contenidos locales con los cuales se identifique la comunidad.

- Uso de tecnología apropiada a través de procesos y no de la instrumentalización. A partir de las necesidades y capacidades de comunicación de los individuos se puede proponer el uso de ciertas herramientas tecnológicas.

- El diálogo y el debate son básicos, los procesos de comunicación no pueden ser aislados. Los procesos deben ser consolidados y el intercambio es fundamental.

7.1.4 Estrategias de Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social.

Se ha tomado como referencia algunos planteamientos que el teórico y práctico Thomas Tufte (2015) presenta en su libro *Comunicación para el Cambio Social: la participación y el empoderamiento como base para el desarrollo mundial*. De este modo, el autor expone que una estrategia es “construir entornos de apoyo y narrar historias de la vida real” (p. 192); a través de ella, se puede crear espacios en los cuales las personas puedan emitir sus opiniones, expresarse sobre asuntos que le preocupan y exponer sus historias de vida para buscar soluciones. En este tipo de estrategias, se debe utilizar la cultura popular como recurso y sobre todo utilizar el mismo lenguaje que utilizarían los posibles destinatarios o beneficiarios. El uso de las narraciones por parte de los miembros de una comunidad representa su reconocimiento y la participación ciudadana.

Otra estrategia tomada del estudio de Tufte (2015) es “la memoria pública como estrategia retórica” (p. 211), idea que se basa en la postura de Kendall Phillips quien ofrece dos formas de hacerlo. La primera es “concebir la memoria pública como memorias compartidas de manera colectiva que nos ayudan a constituirnos en comunidades, colectividades o naciones” (p. 211) en este sentido lo primordial es tener presente a la esfera pública ya que en ella se presentan todas las memorias de un colectivo. La segunda forma de esta estrategia es abordar la memoria pública a través de los medios con los cuales se dan a

conocer estas memorias; es decir que se deben construir narraciones que puedan dominar la esfera pública.

7.1.4.1 Conceptos base para elaborar estrategias de comunicación basadas en la Comunicación para el Desarrollo.

Cultura e identidad

Los términos de identidad y cultura deben ser expuestos en esta investigación ya que son ejes primordiales para la construcción y proyección de este proyecto.

El concepto de cultura es uno de los temas que mayor discusión ha generado en un mundo globalizado como el de hoy en día. La cultura es un elemento básico no solo para la antropología sino que también sirve para fundamentar otras ramas del conocimiento como la psicología, la sociología, la filosofía, la economía y en este caso, la comunicación. Asimismo, existen diferentes enfoques desde los cuales se puede abarcar el concepto de cultura.

La cultura es el conjunto de costumbres, creencias, valores, sentires y prácticas que responden a las diferentes necesidades de un grupo específico; por lo tanto, la cultura está históricamente determinada lo que significa que se trata de una herencia social (Yépez, 2015). Entonces hablar de cultura significa entender la forma en la que un ser humano resuelve y enfrenta sus necesidades.

Con el fin de relacionar el concepto de cultura con el ámbito comunicacional se ha tomado la definición del teórico Clifford Geertz quien sostiene que la cultura “denota un esquema históricamente transmitido de significaciones representadas en símbolos, un sistema de concepciones heredadas y expresadas en formas simbólicas por medios con los cuales los hombres comunican, perpetúan y desarrollan su conocimiento y actitudes frente a la vida” (2006, p. 88). Es decir que, todas las costumbres y valores que practica un grupo humano significan algo, por lo tanto comunican sus creencias e ideologías; tal como la antropóloga Serena Nanda (1994) define, la cultura es un proceso de comunicación ya que todas las prácticas de un grupo humano son socializadas y por ende aprendidas. Son patrones culturales inconscientes que las personas adoptan al ser parte de un grupo.

Todo grupo humano o sociedad posee manifestaciones culturales específicas. Rosa Elena Yépez (2015, p. 64 - 65) las divide en:

- De subsistencia biológica: son manifestaciones culturales que llenan una necesidad básica.
- De interacción social: son las manifestaciones que permiten que los seres humanos se relacionen entre sí, que se reproduzcan socialmente, que se reconozcan, entablen, mantengan o rompan relaciones.
- Ideológicas: relacionadas con el producto mental y la forma de concebir su mundo.
- De ciencia y tecnología: se refieren a disciplinas que permiten explicar los hechos y cosas, con sus principios y causas y trabajar en ellas.
- De arte y artesanía: como producto del espíritu humano, buscan crear y recrear la belleza, el arte de una forma única, la artesanía con productos realizados en serie por las manos del ser humano.

En cuanto a las manifestaciones culturales de interacción social, estas son las que expresan la forma de comunicación entre una comunidad humana. Por ello, César Ulloa (2007, p.109) dice que “la comunicación refleja los aspectos culturales en los que están representadas las formas de vida que el sistema configura, renueva y altera, bajo múltiples lenguajes”. Para referirse a los pueblos latinoamericanos, Rosa Elena Yépez afirma que estos tienden a mostrar sus manifestaciones culturales a través de fiestas grandes y pequeñas, ritos, celebraciones practicadas a menudo con una estrecha relación entre lo sagrado y lo profano (2015). De modo que, hablar de cultura es hablar también de costumbres y tradiciones y gestos culturales propios de cada pueblo o sociedad.

Mientras tanto, el concepto de identidad hace referencia a lo que una persona es o a cómo se concibe como tal. Rosa Elena Yépez propone el concepto de identidad como “calidad de idéntico, que hace referencia a las condiciones que identifican a una persona, objeto, hecho o realidad, asimismo, se relaciona con las condiciones que los distinguen” (2015, p.13) Lo que significa que la identidad son los datos que permiten a una persona o grupo humano distinguirla de otros. Cabe recalcar que, existe una diferencia entre lo que es la identidad que percibe uno mismo, de la identidad que es percibida por alguien externo.

Existen varios tipos de identidad; la identidad individual que es aquellos que le permite al ser humano formar parte de un grupo y que tiene un carácter subjetivo; la identidad grupal que es cuando la identidad individual es parte de una conciencia compartida, es

cuando un grupo se diferencia de otro grupo por ciertos rasgos; y finalmente, la identidad cultural que es primordial en la realización de este proyecto.

Para hablar de identidad cultural es necesario tener claro lo que es la cultura, que como se expuso anteriormente son el conjunto de valores compartidos de una sociedad. A partir de esto, se define que la identidad cultural es una reflexión de un grupo humano sobre su ‘ser grupal’ (Yépez, 2015) o más bien dicho, es una ‘reflexión cultural’. Este concepto es muy parecido al de cultura ya que prácticamente la identidad cultural es la reflexión o el repensar del conjunto de símbolos compartidos de un grupo humano y que provocan que el individuo cree su sentido de pertenencia a un grupo específico.

La cultura y el desarrollo

A principios de la década de los 90, existían pocos estudios y reconocimientos de la academia sobre el rol de la cultura popular en la vida cotidiana y en los procesos de empoderamiento y cambio social. Sin embargo, ya iniciados los años 80, algunos teóricos de la escuela latinoamericana y británica empezaron a interesarse por el papel de la cultura popular, no solo en la vida cotidiana, sino también en la capacidad de acción y la participación activa de las audiencias en los procesos de comunicación. A partir de esta época, con los estudios culturales se dio otro significado a la cultura y la construcción de sentidos por parte de las audiencias. Cabe recalcar que en esta primera época, los estudios culturales estaban enfocados al uso de los medios y las tecnologías; así pues el autor Thomas Tufte se centró en estudiar el fenómeno de las telenovelas y la influencia que causaban en las televidentes (Tufte, 2015).

Ya en los esquemas de la Comunicación para el Desarrollo, el enfoque de una comunicación que se basa en la cultura y en las prácticas sociales no fue fácil de incorporar ni en las teorías ni en la práctica. No obstante, hoy en día ya no se ve a la cultura como una barrera sino que se la reconoce como “una forma de vida” (Tufte, 2015, p. 106).

Como se ha indicado anteriormente, la comunicación es un rasgo de la cultura, por lo tanto, también resulta interesante conocer qué cosmovisión tiene un grupo humano sobre el ‘desarrollo’; lo que significa que la forma en cómo se entiende a la cultura influye sobre la forma en cómo se entiende al desarrollo. Tal como César Ulloa (2007, p.108) lo afirma, “la comunicación no es inocente”. Así mismo, este autor plantea que a la cultura, a la comunicación, y al desarrollo, se las debe entender como un todo articulado y no disperso.

Actualmente, los teóricos y estudiosos plantean que el desarrollo es un reflejo de la cultura; por lo que ahora se habla de un nuevo desarrollo desde el cual se ‘revaloriza’ la cultura de los pueblos a través de la participación en la toma de decisiones, el intercambio de saberes y ya no se habla de una competencia entre grupos humanos por definir qué prácticas sociales son adecuadas.

Creación de sentidos

La creación de sentidos es un ámbito que ha sido ignorado en los principios de la evolución de teoría de la comunicación para el desarrollo. Sin embargo, en la actualidad varios autores destacan a la creación de sentidos como primordial en los proyectos de desarrollo y cambio social.

Se habla de que la creación social de los sentidos son aquellas construcciones simbólicas que permiten que el ser humano interactúe entre sí, a partir de pautas que han sido establecidas por sus tradiciones y cultura propia. (Ulloa, 2007). Además, para que exista comunicación deben existir sentidos, es decir, significados que se dan a las distintas acciones humanas. En el caso de la comunicación para el cambio social, para que las personas adopten nuevas prácticas o actitudes se debe buscar que estén conscientes y tengan noción de que todo lo que ellos realizan significa algo y es parte de la construcción de su sociedad y cultura. Es así que se habla de comunicación como:

Un asunto de intercambios, de establecimientos de acuerdos, de negociaciones y construcción colectiva del significado de la experiencia humana, de proyectos de vida, y en ese proceso se entrecruzan las diferencias culturales, sociales, políticas, estéticas y éticas de los individuos y las colectividades humanas. (Pereira, 2003)

Diálogo

El diálogo se relaciona directamente con que el ser humano es un ser - social, por lo cual siempre tenderá a acercarse al otro. Para que exista dicho acercamiento debe haber una condición de apertura a la diferencia y diversidad cultural, de forma que no se puede hablar de diálogo si se desconoce la forma de vivir de pensar y de sentir del otro. (Ulloa, 2007)

La clave del diálogo está en la voluntad de oír y entender que existen diferentes formas de concebir el mundo debido a diferentes aspectos tales como lo político, económico, social, cultural y religioso.

En el paradigma de la comunicación para el desarrollo y la comunicación para el cambio social, es esencial conocer al otro y mantenerse en una postura de aprendizaje continua. “El diálogo consiste esa suerte de encuentro, donde la capacidad de hablar está sujeta primero a la facultad de oír para entender” (Ulloa, 2007, p. 136).

Actores sociales

De acuerdo a la definición del catedrático Washington Uranga, se entiende por actores sociales a los “grupos humanos que se unen para defender sus intereses y que obran utilizando el grado de poder que cada uno puede ejercer” (2008, p.47). En sí, los actores sociales son personas o grupos de personas que directa o indirectamente se ven afectadas por un proyecto y que también pueden estar interesadas y ser gran influencia en este. Pueden ser comunidades o personas, líderes político – sociales de un grupo humano, empresas y organizaciones en general.

7.1.5 Gestión de la comunicación.

Hablar de planificación de la comunicación supone también hablar de gestión de la comunicación. “Gestionar procesos comunicacionales es desplegar acciones y procedimientos poniendo en juego estrategias y recursos de comunicación con la finalidad de producir cambios en pos de alcanzar las imágenes de futuro consensuadas entre los actores” (Uranga, 2008, p.51)

Según el planteamiento de Aljure (2015, p.44), la gestión de la comunicación organizacional se realiza para generar, mantener e incrementar, entre los públicos de interés, los niveles de conocimiento, entendimiento, notoriedad e imagen.

Para ello, se han definido cuatro fases que se deben cumplir para gestionar la comunicación, se trata de:

- a. Diagnóstico de comunicación
- b. Planificación desde la comunicación
- c. Ejecución
- d. Evaluación

Cuadro 4. Planificación prospectiva estratégica desde la comunicación. Proceso general

Fuente: Uranga, W. (2008). *Prospectiva Estratégica desde la Comunicación* (p. 62). Buenos Aires: Universidad Nacional de la Plata/Facultad de Bellas Artes.

Planificación prospectiva estratégica desde la comunicación. Proceso general		
DIAGNÓSTICO DINÁMICO DESDE LA COMUNICACIÓN	Acercamiento inicial	Reconocimiento del ámbito de trabajo
		Primera aproximación al marco conceptual
		Mapeo de actores
		Primeras imágenes de futuro
		Diseño de la propuesta de trabajo
	Análisis prospectivo	Construcción de imágenes de futuro
		Explicitación del marco conceptual
		Explicitación del marco metodológico
		Análisis comunicacional de las prácticas
		Análisis de las brechas
PLANIFICACIÓN DESDE LA COMUNICACIÓN	Momento prospectivo estratégico	Signos portadores de futuro / Factores inerciales
		Presentación de conclusiones del diagnóstico
		Escenarios
	Momento táctico operacional	Filosofía de la planificación
		Diseño de estrategias de comunicación
		Diseño de programación
		Diseño de evaluación

7.1.5.1 Planificación de la comunicación.

De acuerdo a la postura de Washington Uranga (2008), se debe hablar de Planificación desde la comunicación porque es verídico que todas las prácticas sociales pueden ser leídas como ‘prácticas de enunciación’; lo que significa que a través de la comunicación se puede leer e interpretar los procesos y las prácticas sociales. Tal como él anuncia “Lo comunicacional es inherente a las prácticas sociales y no es posible desentrañar el sentido de los procesos históricos sin contar con la mirada desde la comunicación” (Uranga, 2008, p.47) para lo cual para planificar algo se debe tomar en cuenta el punto de vista comunicacional y todo lo que se adhiere a un grupo humano.

Hablar de planificación significa hablar de imágenes del futuro, es decir, tener una mirada a largo plazo para definir qué es lo que se quiere conseguir. El autor recomienda que para ello, es necesario incorporar los sentimientos, las sensaciones y las percepciones del grupo humano a quien va dirigido el plan para obtener el modelo deseado.

Asimismo, tomando la postura del autor Andrés Aljure Saab (2015), quien expone de una manera más práctica sobre la planificación de la comunicación, la define a esta como el lugar hacia donde se va, hacia donde se dirige y lo que se hará en el futuro. Pero para ello, es primordial definir la misión, visión y valores de cualquier organización.

De manera concisa y objetiva, la planificación de la comunicación es:

Un proceso enfocado al análisis de la situación, al establecimiento de los objetivos de comunicación, a la especificación de los procesos, canales, tácticas y de los recursos relacionados para cumplir con dichos objetivos ya la definición de los mecanismos e indicadores para medir y controlar la gestión y el impacto de la gestión de comunicación. (Aljure, 2015, p.77)

A manera de conclusión, la planificación de la comunicación no es un acto estático que se realiza en un momento determinado y que tiene una aplicación definitiva. De acuerdo al folleto *Elaborando proyectos de comunicación para el desarrollo* de la UNICEF, la planificación es un proceso continuo, que “implica pensar la realidad en que vivimos, observar lo que se quiere cambiar, proponer alternativas y luego de ponerlas en práctica, revisarlas para volver a planificar” (2006, p.11).

Tomando en cuenta el folleto *Elaborando proyectos para el desarrollo* de la UNICEF (2006), se plantea la importancia de la planificación de la comunicación para los siguientes aspectos:

- Construir procesos cooperativos con la comunidad, las instituciones y los grupos.
- Adelantarse y prepararse para el futuro.
- Elegir entre diferentes opciones.
- Diseñar un proceso coherente entre las necesidades y las soluciones.
- Asignar tareas y responsabilidades dentro del equipo de trabajo.
- Lograr mejores resultados.

7.2 Definición de las estrategias y actividades de comunicación.

Cuadro 5: Estrategias y actividades de comunicación.

Objetivo general	Objetivos específicos	Estrategias de comunicación	Resultados esperados	Actividades
<p>Promover la identificación de la comunidad de Nayón con el GAD, mediante la sistematización de los procesos comunicacionales de la parroquia de Nayón, para fomentar el diálogo, la participación ciudadana y la valoración de las prácticas sociales.</p>	<p>Objetivo 1 Instruir a los miembros del GAD de Nayón en la construcción de mensajes claros para que sean decodificados adecuadamente por la comunidad de Nayón y sus visitantes.</p>	<p>Estrategia 1 Capacitación a miembros de la organización sobre la elaboración y difusión de mensajes.</p>	<p>1. Personal capacitado para construir y enviar mensajes a la población de Nayón.</p>	<p>1. Definición de fecha y hora para capacitación. 2. Asignación del profesional que realizará la capacitación. 3. Convocatoria a la capacitación. 4. Elaboración de materiales como presentaciones y folletos explicativos sobre la elaboración de mensajes. 5. Evaluación a través de un cuestionario.</p>
	<p>Objetivo 2 Visibilizar los atributos de la Identidad corporativa del GAD de Nayón a través de un programa de identidad visual.</p>	<p>Estrategia 2 Elaboración del manual de identidad visual del GAD de Nayón.</p>	<p>1. El GAD de Nayón cuenta con un manual de identidad visual. 2. Posicionamiento visual del GAD en lugares específicos de la Parroquia. 3. Los ciudadanos reconocen a la institución a través de los elementos de identidad visual y se sienten identificados.</p>	<p>1. Aplicación de técnicas de investigación para definir los atributos del GAD, según sus miembros. 2. Aplicación de técnicas de investigación para definir los atributos del GAD de Nayón, según sus habitantes. 3. Definición de atributos, slogan, y colores corporativos y elementos</p>

				visuales.
				4. Elaboración del manual.
				5. Capacitación para el uso correcto del manual.
				6. Aplicación de la propuesta a partir de una fecha determinada.
				7. Evento de lanzamiento de la nueva identidad visual.
				8. Evaluación a través de encuestas a la comunidad y fotografías.
	Objetivo 3 Definir los procesos de comunicación que deben existir entre el GAD de Nayón y la comunidad.	Estrategia 3 Construcción gráfica del sistema de comunicación Nayón.	1. Los miembros tienen una guía a la cual pueden acudir.	1. Identificación y determinación del sistema Nayón y los elementos que lo conforman.
				2. Sistematización de los procesos.
		Estrategia 4 Taller de capacitación de la sistematización de los procesos comunicativos.	1. Los miembros del GAD de Nayón entienden lo que es un sistema de comunicación y su importancia. 2. Los miembros del GAD identifican a Nayón como un sistema compuesto por varias partes, que tiene características específicas.	3. Construcción del Sistema de Comunicación Nayón.
				1. Convocatoria. Día, fecha y hora asignados.
				2. Definición de contenidos del taller de capacitación.
				3. Elaboración de material didáctico para los miembros internos de la institución.
				4. Evaluación del taller a través de un test y de un grupo focal.

<p>Objetivo 4 Definir canales de comunicación formales de acuerdo a las prácticas comunicativas propias de la Parroquia para comunicar e involucrar a los ciudadanos en las obras, servicios y proyectos que el GAD de Nayón realiza.</p>	<p>Estrategia 5 Identificación de canales de comunicación propios de la Parroquia que generen diálogo.</p>	<p>1. La comunidad conoce en qué lugares y a través de qué canales pueden informarse y recibir información sobre el GAD de Nayón.</p>	<p>1. Determinación de canales de comunicación propios como canales formales.</p>
	<p>Estrategia 6 Identificación de lugares que funcionan como canales de comunicación.</p>	<p>2. La población se apodera de estos canales también y colocan su información.</p> <p>3. La comunidad tiene un espacio para dialogar con los miembros del GAD de Nayón.</p>	<p>2. Colocación de la información sobre el GAD de Nayón en los canales identificados.</p> <p>3 Invitación y socialización a la comunidad a hacer uso de estos canales a través de una asamblea.</p>
	<p>Estrategia 7 Campaña de socialización de obras y servicios anuales que ofrece el GAD de Nayón a sus habitantes.</p>	<p>1. La población conoce las actividades que realiza el GAD a favor de la comunidad.</p> <p>2. Las personas asisten y organizan las inauguraciones de las obras realizadas por el GAD.</p> <p>3. El GAD de Nayón gana reconocimiento en la Parroquia.</p> <p>4. Las personas hacen uso de los servicios del GAD.</p> <p>5. La comunidad de Nayón manifiesta su interés y propone nuevos proyectos para la Parroquia.</p>	<p>1. Realización del informe de situación actual.</p>
			<p>2. Diseño de la campaña.</p>
			<p>3. Definición de un grupo de apoyo de la comunidad para la organización del evento.</p>
			<p>4. Construcción de productos a ser difundidos: folletos y video de las obras.</p>
			<p>5. Invitación a través de medios y canales tradicionales de la Parroquia.</p>
<p>6. Lanzamiento de la campaña.</p>			
<p>7. Asamblea con los moradores de cada barrio para conocer su</p>			

				<p>opinión y propuestas de obras para la elaboración del próximo plan de trabajo.</p>
				8. Evaluación de la campaña a través de grupos focales.
				9. Evaluación del uso de los servicios del GAD de Nayón, a partir de la campaña.
	<p>Objetivo 5 Fomentar la participación ciudadana y el diálogo a través del empoderamiento de la comunidad en los proyectos que realiza el GAD de Nayón.</p>	<p>Estrategia 8 Programa de mejoramiento de las relaciones de la parroquia de Nayón.</p>	<p>1. Actividades propias de la Parroquia son organizadas por los miembros del GAD de Nayón y por representantes de la comunidad. 2. La comunidad se empodera de los proyectos del GAD de Nayón. 2. Actividades propias rescatadas propician la comunicación directa entre el GAD y la comunidad.</p>	<p>1. Convocatoria a asambleas para discusión de temas de interés de todos y obtención de ideas para proyectos. 2. Asignación de encargados de proyectos a miembros de la población. 3. Invitación a mingas para trabajar por obras en beneficio de toda la Parroquia. 4. Convocatoria a la realización y planificación de encuentros y ferias culturales para mostrar y rescatar las prácticas culturales significativas de la Parroquia (danza, música, gastronomía, cuentos y leyendas, juegos tradicionales).</p>

		<p>Estrategia 9 Programa de capacitación y trabajo con voceros estratégicos de la Parroquia.</p>	<p>1. Gente capacitada para enviar y recibir información de la comunidad. 2. Mayor número de personas reciben mensajes del GAD de Nayón. 3. La comunidad se siente involucrada con el GAD de Nayón.</p>	<p>1. Identificación de voceros estratégicos y características que tienen como tal.</p> <p>2. Convocatoria a los voceros estratégicos a trabajar en conjunto con el GAD parroquial.</p> <p>3. Elaboración de contenidos para entrenamiento a los grupos de voceros estratégicos (ancianos, transportistas, propietarios de viveros y negocios).</p> <p>4. Capacitación e involucramiento de cada uno de los grupos de voceros.</p> <p>6. Medición de resultados a través de encuestas a la comunidad y grupos focales con los voceros para obtener sus opiniones y recomendaciones.</p>
--	--	--	---	---

8. Validación lógica del proyecto. Matriz del Marco Lógico

Cuadro 6: Matriz del Marco Lógico.

	INDICADORES	FUENTES DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
Fin: Contribuir a la identificación de la comunidad con el GAD de Nayón.	A un año de la ejecución del proyecto, el 70% de la comunidad se identificará con el GAD de Nayón.	Entrevistas. Informes sobre disminución de quejas. Cartas de agradecimiento y propuestas de trabajo conjunto con la comunidad.	Ejecución del proyecto.
Propósito: El GAD de Nayón cuenta con la sistematización de los procesos comunicacionales con la comunidad.	En el primer semestre, el 50% de la comunidad tendrá una relación positiva con el GAD de Nayón.	Comentarios de los voceros estratégicos. Encuestas a la comunidad.	Interés por parte de los miembros del GAD y de la comunidad.
Resultados:			
1.1. Personal capacitado para construir y enviar mensajes a la población de Nayón.	En el primer trimestre, el 90% de los miembros del GAD saben construir mensajes para la comunidad.	Mensajes enviados. Respuesta de la comunidad ante los nuevos mensajes. Encuestas.	Deseo y aprobación de las capacitaciones. Asistencia y disponibilidad de tiempo.
2.1 El GAD de Nayón cuenta con un manual de identidad visual.	En el primer semestre, el 90% de los miembros del GAD aplican las reglas del manual y hacen uso de él.	Documentos con la línea gráfica. Logotipo presente en todos los materiales publicitarios y comunicacionales.	Aprobación del manual de identidad visual.

2.2 Posicionamiento visual del GAD de Nayón en lugares específicos de la parroquia.	Al primer año, la mayoría de los lugares significativos de la parroquia tienen cerca una valla, rótulo o afiche sobre el GAD de Nayón.	Fotografías. Facturas sobre material enviado a hacer.	Aprobación de presupuesto para material publicitario.
2.3 Los ciudadanos reconocen a la institución a través de los elementos de identidad visual y se sienten identificados.	A los 9 meses, el 75% de la comunidad de Nayón reconocen la nueva identidad del GAD.	Técnicas de medición de imagen externa.	Aprobación por parte de los habitantes de la parroquia.
3.1 Los miembros tienen una guía a la cual pueden acudir.	Al primer trimestre, el 70% de los miembros del GAD han utilizado el sistema de comunicación Nayón.	Registro del uso del Sistema de Comunicación Nayón.	Interés y aceptación por parte de los miembros del GAD de Nayón.
4.1 Los miembros del GAD de Nayón entienden lo que es un sistema de comunicación y su importancia.	Al primer trimestre, el 90% de los miembros del GAD conocen lo que es un sistema de comunicación y por qué Nayón funciona como tal.	Encuestas y test.	Disponibilidad de tiempo para capacitaciones. Disponibilidad de tiempo del capacitador. Interés por la aprobación del sistema Nayón.
4.2 Los miembros del GAD identifican a Nayón como un sistema compuesto por varias partes, que tiene características específicas.	Al primer trimestre, el 85% de los miembros del GAD conocen las partes que conforman el sistema Nayón y las características que este tiene.	Test a los miembros de la institución.	

5-6.1 La comunidad conoce en qué lugares y a través de qué canales pueden informarse sobre el GAD de Nayón.	En el primer trimestre, el 50% de la población sabe a qué lugares dirigirse para tener información sobre el GAD.	Encuestas. Fotografías.	Interés de los habitantes. Necesidad de utilizar estos medios por parte de los habitantes.
5-6.2 La comunidad se apodera de estos canales y hacen uso de ellos.	En el primer trimestre, el 70% de la comunidad utiliza estos canales para informarse del GAD de Nayón y para colocar su propia información.	Fotografías. Grupos focales. Comentarios. Informes de observación.	
5-6.3 La comunidad tiene un espacio para dialogar con los miembros del GAD de Nayón.	A finalizar el proyecto, el 50% de la población acude a los espacios para dialogar con los representantes del GAD de Nayón.	Fotografías. Fichas de registro.	
7.1 La población conoce las actividades que realiza el GAD a favor de la comunidad.	A los 9 meses, el 75% de la población identifica las actividades que realiza el GAD de Nayón en su beneficio.	Encuestas. Entrevistas. Comentarios.	Interés y necesidad de los habitantes de Nayón. Decisión y aprobación para socializar las distintas obras de la parroquia. Presupuesto.
7.2 Las personas asisten y organizan las inauguraciones de las obras realizadas por el GAD de Nayón.	Al primer semestre, el 40% de la comunidad asiste a las obras recién inauguradas por el GAD. El 10% de la comunidad participa en la organización de las inauguraciones.	Fotografías. Fichas de registro.	
7.3 El GAD de Nayón gana reconocimiento en la parroquia.	Al finalizar el proyecto, el 70% de la población y reconoce positivamente al GAD.	Grupos focales. Entrevistas a profundidad.	

7.4 Las personas hacen uso de los servicios del GAD de Nayón.	Al primer semestre, el 50% de los beneficiarios recurren a los servicios que ofrece el GAD.	Fichas de registro de datos.	
7.5 La comunidad de Nayón manifiesta interés y propone nuevos proyectos para la parroquia.	Al primer semestre, el 30% de la comunidad ha propuesto proyectos para trabajarlos en conjunto con el GAD de Nayón.	Solicitudes. Informes de los miembros del GAD de Nayón. Ficha de proyectos propuestos por la comunidad.	
8.1 Actividades propias de la parroquia son organizadas por los miembros del GAD de Nayón y por representantes de la parroquia.	Al finalizar el proyecto, el 50% de actividades propias de la parroquia son organizadas en conjunto por los miembros de la institución y la comunidad.	Informe sobre número de actividades que han recibido apoyo de la comunidad. Ficha de registro de personas de la comunidad que colaboran al GAD de Nayón.	Aceptación de la comunidad de trabajar en conjunto con el GAD de Nayón. Disponibilidad de tiempo. Desinterés de la gente. Desconfianza. Interés de toda la población en mantener y rescatar sus formas tradicionales de comunicación.
8.2 La comunidad se empodera de los proyectos del GAD de Nayón.	Al finalizar el proyecto, el 50% de los proyectos que plantea el GAD de Nayón tienen como encargados y gestores a la propia comunidad.	Número de proyectos que están al mando de representantes de la comunidad.	
8.3 Actividades propias rescatadas propician la comunicación directa entre la institución y la comunidad.	Al primer semestre, el 50% de la comunicación entre el GAD de Nayón y la comunidad se da a través de las prácticas comunicativas propias de la parroquia.	Número de asambleas y reuniones que se realizan con la comunidad. Número de mingas realizadas. Ficha de registro de asistentes de la comunidad.	
9.1 Gente de la comunidad capacitada para enviar y recibir información de los moradores.	Al primer trimestre, el 30% de la comunidad reconoce a los voceros como fuentes directas del GAD de Nayón.	Encuestas.	Desinterés de la gente. Disponibilidad de tiempo. Presupuesto para el capacitador de los voceros. Interés económico de

9.2 Mayor número de personas reciben mensajes del GAD de Nayón.	Al primer semestre, el 50% de la comunidad conoce lo que realiza el GAD de Nayón a través de los voceros.	Encuestas. Análisis de comentarios.	los voceros.
9.3 La comunidad se siente involucrada con el GAD de Nayón.	Al primer semestre, disminuye el 40% de las quejas provenientes de la comunidad.	Informe sobre quejas. Registro de voceros estratégicos.	
Actividades:			
1. Capacitación a miembros de la organización sobre la elaboración y difusión de mensajes.	\$607,20	Facturas. Comprobantes de pago. Informes sobre campaña. Informe sobre los capacitadores	Designación de presupuestos. Proveedores asignados. Permisos legales. Disponibilidad de profesionales. Fechas prudentes. Materiales Asignación de roles a los miembros del GAD.
2. Elaboración del manual de identidad visual del GAD de Nayón.	\$2.237,50		
3. Construcción gráfica del sistema de comunicación Nayón.	\$405,00		
4. Taller de capacitación de la sistematización de los procesos comunicativos.	\$ 300,00		
5. Identificación de canales de comunicación propios de la parroquia.	\$ 200,00		

6. Identificación de lugares que funcionan como canales de comunicación.	\$225,00		
7. Campaña de socialización de obras y servicios que ofrece el GAD de Nayón a sus habitantes.	\$ \$ 2.925		
8. Programa de mejoramiento de las relaciones de la parroquia de Nayón.	\$1.252,50		
9. Programa de capacitación y trabajo con voceros estratégicos de la parroquia.	\$3.620,00		

9. Presupuestos

Cuadro 7: Matriz de presupuestos.

ESTRATEGIA	DESCRIPCIÓN	PERSONAL	MATERIAL	HORAS/ CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VALOR POR ESTRATEGIA
1. Capacitación a miembros de la organización sobre la elaboración y difusión de mensajes.	Profesional capacitador			4	\$ 150,00	\$ 600,00	\$ 607,20
	Elaboración del material explicativos		Presentación y folletos	10	\$ 0,70	\$ 7,00	
	Evaluación			10	\$ 0,02	\$ 0,20	
2. Elaboración del manual de identidad visual del GAD de Nayón.	Investigación previa	Encargado de Comunicación	Manual de Comunicación	1	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 2.237,50
	Definición de atributos						
	Construcción del manual						
	Capacitación a miembros		Folletos	10	\$ 0,70	\$ 7,00	
	Evaluación		Evaluación	10	\$ 0,05	\$ 0,50	
	Evento de promoción de la nueva identidad visual		Tarima	1	\$ 500,00	\$ 500,00	
			Sonido		\$ 100	\$ 300	
			Afiches de promoción	300	\$ 0,70	\$ 210,00	
			Volantes	1000	\$ 0,40	\$ 40,00	
			Banner	1	\$ 380	\$ 380	
3. Construcción gráfica del sistema de comunicación Nayón.	Definición de públicos	Encargado de Comunicación	Sistema de Comunicación	1	\$ 400,00	\$ 400	\$ 405,00
	Sistematización de procesos de comunicación						

	Construcción gráfica del Sistema Nayón						
	Impresión del sistema (pliego)		Pliego	2	\$ 2,50	\$ 5	
4. Taller de capacitación de la sistematización de los procesos comunicativos.	Elaboración de material didáctico	Encargado de Comunicación	Presentación	2 horas	\$ 150	\$ 300	\$ 300,00
	Evaluación		Test/Grupo focal				
	Taller de capacitación						
5. Identificación de canales de comunicación propios de la parroquia.	Definición de canales	Encargado de Comunicación			\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 425,00
6. Identificación de lugares que funcionan como canales de comunicación.	Socialización e invitación a hacer uso de los canales formales		Folletos	300	\$ 0,70	\$ 225	
7. Campaña de socialización de obras y servicios anuales que ofrece el GAD de Nayón a sus habitantes.	Realización del informe de situación actual	Encargado de Comunicación				\$ 800,00	\$ 2.925
	Diseño de la campaña						
	Promoción y difusión		Afiches	300	0,75	\$ 225	
	Evento de lanzamiento de la campaña	Tarima	1	\$ 500	\$ 500		
		Sillas	200	0,5	100		
		Sonido	3 horas	\$ 100	\$ 300,00		
		Afiches de promoción	200	\$ 0,75	\$ 150		
Volantes	100		\$ 40,00				

			Video	1	\$ 400	\$ 400	
			Banner	1	\$ 380,00	\$ 380,00	
	Evaluación (encuestas)		Encuestas	1000	\$ 0,03	\$ 30,00	
8. Programa de mejoramiento de las relaciones de la parroquia de Nayón.	Material para convocatoria		Folletos A4	500	\$ 0,35	\$ 122,50	\$ 1.252,50
			Banner	1	\$ 380	\$ 380	
	Grupos focales	Encargado de Comunicación		15 horas	\$ 50	\$ 750	
9. Programa de capacitación y trabajo con voceros estratégicos de la parroquia.	Identificación de voceros	Encargado de Comunicación			\$ 600	\$ 600,00	\$ 3.620,00
	Elaboración de contenidos para entrenamiento		Presentación				
	Convocatoria						
	Entrenamiento a voceros	Personal capacitador		20 horas		\$ 3.000	
	Evaluación y resultados		Encuestas	1000	\$ 0,02	\$ 20,00	
TOTAL:							\$ 11.771,70

10. Cronograma de actividades

Cuadro 8: Cronograma de actividades.

PRIMERA ETAPA																	
ESTRATEGIA	ACTIVIDAD	Febrero				Marzo				Abril				Mayo			
		Semanas				Semanas				Semanas				Semanas			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1. Capacitación a miembros de la organización sobre la elaboración y difusión de mensajes.	1. Fecha y hora asignadas	x															
	2. Convocatoria a miembros internos	x															
	3. Elaboración de materiales	x															
	4. Capacitación		x														
	5. Evaluación		x														
2. Elaboración del manual de identidad visual del GAD de Nayón.	1. Aplicación de técnicas de investigación				x	x											
	2. Elaboración del manual						x	x	x								
	3. Capacitación a miembros internos									x							
	4. Aplicación de elementos visuales										x	x					
	5. Evento de lanzamiento de la nueva identidad del GAD de Nayón											x					
	6. Evaluación												x				
3. Construcción gráfica del sistema de comunicación Nayón.	1. Identificación y determinación de los elementos del sistema Nayón												x				
	2. Construcción del Sistema de Comunicación Nayón.													x			
4. Taller de capacitación de la sistematización de los procesos comunicativos.	1. Definición y elaboración de contenidos para el taller a los miembros internos														x		
	2. Taller y evaluación														x		
5. Identificación de canales de	1. Identificación de canales formales															x	
	2. Colocación de la información del GAD de															x	

comunicación propios de la parroquia. 6. Identificación de lugares que funcionan como canales de comunicación.	Nayón en los canales formales																
	3. Invitación y socialización a la comunidad.																x
SEGUNDA ETAPA																	
ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	Junio				Julio				Agosto				Septiembre			
		Semanas				Semanas				Semanas				Semanas			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
7. Campaña de socialización de obras y servicios anuales que ofrece el GAD de Nayón a sus habitantes.	1. Informe de situación actual.	x															
	2. Diseño de la campaña.		x														
	4. Construcción de productos.			x	x												
	5. Lanzamiento de la campaña.					x											
	6. Difusión				x	x											
	7. Evaluación						x										
	8. Asamblea con los moradores						x										
8. Programa de mejoramiento de las relaciones de la parroquia de Nayón.	1. Convocatoria a asambleas a la comunidad de Nayón						x										
	2. Asignación de equipos encargados de los proyectos						x										
	3. Invitación a mingas						x										
	4. Convocatoria a la realización de la feria cultural							x									
9. Programa de capacitación y trabajo con voceros	1. Identificación de voceros estratégicos									x							
	2. Convocatoria a los voceros estratégicos a trabajar en conjunto con el GAD parroquial									x							

estratégicos de la parroquia.	3. Elaboración de contenidos para el entrenamiento de los voceros									x							
	4. Capacitación e involucramiento de voceros.										x	x	x	x	x	x	
	5. Resultados a través de encuestas y grupos focales con los voceros.																x

Conclusiones

➤ Conclusiones relacionadas con los objetivos de este proyecto:

- Para realizar este proyecto de comunicación, lo primordial fue comprender estratégicamente las relaciones sociales que predominan en Nayón y que conforman las prácticas comunicativas propias de la comunidad. Desde esta perspectiva, las estrategias propuestas han tenido como base la participación y la integración de los moradores. El primer paso para el planteamiento de las acciones fue sistematizar los procesos de comunicación ya existentes, definiendo necesidades y problemas de comunicación y posteriormente identificando mensajes, canales, voceros aceptados y validados por los demás actores sociales. Otro aspecto de similar importancia para sistematizar los procesos comunicacionales fue entender a Nayón como un sistema con características específicas en donde la comunicación debe tener un trato especial de acuerdo a las necesidades de cada elemento que conforma este sistema.
- Los procesos de comunicación que deben existir entre el GAD de Nayón y la comunidad deben basarse en la comunicación interpersonal que es la que predomina en la Parroquia. Se debe aprovechar las interacciones sociales y las manifestaciones culturales para utilizarlas como espacios de comunicación con la comunidad. La integración del Gobierno Parroquial en estos procesos ayudará a mejorar las relaciones con sus habitantes. En el *Manual de Comunicación* diseñado como componente este proyecto, se exponen cómo deben ser llevados a cabo los distintos procesos de comunicación de acuerdo al grupo estratégico a quien vaya dirigida la estrategia de comunicación.
- Se espera que con la capacitación a los miembros del GAD de Nayón en cuanto al manejo de la comunicación y construcción de mensajes, se comprenda la importancia de una buena gestión y planificación de la comunicación y apliquen las recomendaciones expuestas en el *Manual de Comunicación*. Esto permitirá mejorar la imagen que la población tiene de esta organización. Se espera que tanto el Manual como la capacitación les facilitará saber qué decir, cómo hacerlo y en qué momento, transformando la información de la organización en mensajes positivos.
- El diseño y planificación de un programa de identidad visual permitirá exponer los atributos del GAD de Nayón y la comunidad a la que representa, a través de elementos

gráficos ubicados en espacios estratégicos. Esto generará un mayor reconocimiento de la organización en el imaginario de la comunidad. Estos atributos que se representan a través del logotipo y otros elementos de la identidad propuesta, responden a las características propias del pueblo nayonense.

- La identificación de canales de comunicación busca normalizar y formalizar el uso de estos canales; de modo que, tanto los miembros del GAD de Nayón como los moradores sabrán utilizar el medio adecuado para enviar y recibir información. En este punto, el reconocimiento de voceros estratégicos es fundamental ya que ellos se convierten en emisores- voceros oficiales del GAD. La característica principal de los canales que utilice el GAD de Nayón es que estos también puedan ser utilizados por la comunidad y muchos de ellos, como las asambleas o reuniones, propician la participación ciudadana e involucramiento.

➤ **Conclusiones obtenidas al finalizar el presente estudio y propuesta de comunicación:**

- Generalmente, el ‘desarrollo’ se lo asocia con el crecimiento y el bienestar económico. No obstante, esta concepción responde a un modelo tradicional colonialista en donde la imposición de modelos económicos predomina. Actualmente, el ‘desarrollo’ debe ser visto como un sistema inclusivo, que se maneja entre iguales; en donde lo económico, social y cultural están en un mismo nivel. Las comunidades -en especial las organizaciones que los representan- deben incluir en sus planes de trabajo, programas de desarrollo desde este enfoque actual. Es así que, la Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social ha tenido un proceso de evolución complejo, hasta que finalmente ha sido consolidada como un instrumento a favor de las comunidades, que propicia equidad, participación y diálogo.
- Desde una perspectiva metodológica, el diagnóstico de comunicación y el marco teórico son el soporte principal de las estrategias que se plantearon en este proyecto comunicacional. El proceso de investigación tuvo como eje central la relación directa con la comunidad nayonense a través de la aplicación de técnicas participativas. Así, las estrategias planteadas responden a las necesidades identificadas por los propios actores sociales durante el proceso investigativo.

- Para realizar proyectos de Comunicación para el Desarrollo, es importante que el investigador o consultor conozca e interprete a Nayón o a otro lugar como un sistema socio cultural que posee un legado histórico. Además, debe comprender los rasgos culturales de la comunidad –para a partir de ellas- entender, planificar y gestionar estrategias y acciones adecuadas para que sean aceptadas y empoderadas por sus beneficiarios. Para esto, el *Manual de comunicación* elaborado en este proyecto funciona también como un manual de inducción para que quienes colaboren en proyectos y obras para Nayón conozcan sobre la parroquia y la manera en la que pueden generar diálogos con ella. Este tipo de proyecto también puede ser aplicado a otras comunidades o Gobiernos Parroquiales similares a Nayón.
- Finalmente, con respecto al **presupuesto** que se ha planificado para llevar cabo este proyecto, debido a que el GAD de Nayón posee escasos recursos económicos, se plantea la idea de conseguir aliados estratégicos dentro de la Parroquia para realizar eventos que atraigan turistas y permita recolectar fondos para este proyecto y otros más que favorezcan a la comunidad. Es decir, el GAD de Nayón debe aprovechar la riqueza cultural y religiosa que posee su parroquia, para fomentar actividades que les facilite recaudar el ingreso necesario. Cabe recalcar que, para las actividades que tratan de capacitación sobre el manejo de la comunicación a los miembros internos de la organización, ya cuentan con el *Manual de Comunicación* lo cual les significa un ahorro.

Recomendaciones

- En este proyecto se han planteado estrategias y acciones específicas que promueven la participación ciudadana y el empoderamiento por parte de la comunidad. Se espera que el GAD de Nayón aplique éstas estrategias, las cuales no se consideran difíciles de realizar ya que al incluir actividades que pertenecen a la cultura local, serán muy bien recibidas por los habitantes, al mismo tiempo que se rescatarán hábitos que se han ido perdiendo, como por ejemplo, las mingas.
- Se recomienda plantear un proyecto de protección y promoción de las costumbres y tradiciones de la comunidad nativa de Nayón ya que estas son únicas y tienen un legado histórico que las respalda. A través de este proyecto de identidad, se debería construir un centro cultural o un museo que contenga la historia de los nayones, su forma de convivir y cómo han llegado a convertirse en un pueblo de negocios. Los museos son importantes para las sociedades ya que se convierten en un espacio de trabajo de la memoria, permiten una vista al pasado, fomentan el intercambio cultural y la educación, tanto de quienes pertenecen a la comunidad como de sus visitantes.
- De igual manera, aprovechando la cercanía de la parroquia a Quito, se debe recolectar los atractivos culturales, religiosos y gastronómicos de la parroquia para atraer el turismo y a su vez, fomentar la identidad de Nayón e ingresos económicos a partir de esta. Es decir, construir un recorrido turístico muestre la identidad cultural de Nayón. En este tipo de proyectos todos los actores sociales de la comunidad deben ser partícipes.
- Sobre Nayón ya se han trabajado temas relacionados a comunicación, cultura e imaginarios sociales y desarrollo económico. Sin embargo, tomando en cuenta el valor de las manifestaciones culturales únicas de esta zona que cada vez se encuentra sumergida en la gran ciudad, se debe realizar investigaciones y proyectos que se centren en la documentalización de las prácticas culturales con la finalidad de que estas no se pierdan con el tiempo.
- Finalmente, en el presente proyecto se exponen una serie de Estrategias y acciones de comunicación que pueden ser profundizadas y más específicas. Para ello, cada uno de estas estrategias puede ser trabajada independientemente como un plan, por ejemplo, Plan de trabajo con voceros estratégicos de Nayón.

Referencias bibliográficas

- Actívate Ecuador. (2014). Recuperado de <http://www.activate.ec/la-institucionalidad-del-estado-ecuadoriano/el-estado/gobiernos-autonomos-descentralizados-gad-y>
- Aguado, J. M. (2004). *Introducción a las teorías de la información y la comunicación*. (Tesis de Doctoral). Universidad de Murcia, España. Recuperado de [http://www.um.es/tic/Txtguia/Introduccion%20a%20las%20Teorias%20de%20la%20informa%20\(20\)/TIC%20texto%20guia%20completo.pdf](http://www.um.es/tic/Txtguia/Introduccion%20a%20las%20Teorias%20de%20la%20informa%20(20)/TIC%20texto%20guia%20completo.pdf)
- Aljure, A. (2015). *El plan estratégico de comunicación, Método y recomendaciones prácticas para su elaboración*. Chía: Universidad de la Sabana.
- Barranquero, A. (2011). El espejismo de la comunicación para el cambio social, radiografía de un concepto insostenible. En J. Pereira & A. Cadavid (Eds.), *Comunicación, desarrollo y cambio social: interrelaciones entre comunicación, movimientos ciudadanos y medios* (pp. 81 - 99). Bogotá: Editorial Pontificia Universidad Javeriana.
- Beltrán, L. R. (Julio, 2005). La comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: un recuento de medio siglo. Problemática de la Comunicación para el Desarrollo *III Congreso Panamericano de la Comunicación*. Conferencia llevada a cabo en el III Congreso Panamericano De La Comunicación, Buenos Aires, Argentina.
- Bertalanffy, L. Von. (1979). *Perspectivas en la Teoría General de Sistemas*. Madrid: Alianza Editorial.
- Bertalanffy, L. Von. (2007). *Teoría general de los sistemas*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Campoy Aranda, T., & Gomes Araújo, E. (2009). Técnicas e instrumentos cualitativos de recogida de datos. En A. Pantoja Vallejo (Ed.), *Manual básico para la realización de tesis, tesis y trabajos de investigación* (pp. 273–300). Madrid. Recogido de <http://scholar.google.com/scholar?hl=en&btnG=Search&q=intitle:T?cnicas+e+instrumentos+cualitativos+de+recogida+de+datos#1>
- Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (2010).
- Del Castillo, R., Carofilis, P., & Burbano, L. (1992). Parroquias rurales del cantón Quito. En E. Peralta, F. Carrión, L. González, & J. Román (Eds.), *Quito. Comunas y parroquias* (pp. 93–175). Quito: Editorial Fraga.
- Garrido, F. J. (2004). *Comunicación estratégica. Las claves de la comunicación empresarial en el siglo XXI*. España: Ediciones Gestión 2000.
- Geertz, C. (2006). *La interpretación de las culturas*. Barcelona: Editorial Gedisa.

- Gobierno Autónomo Descentralizado de Nayón. (2012). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2012 - 2025. Nayón, Jardín de Quito*. Nayón.
- Gobierno Autónomo Descentralizado de Nayón & Consejo Provincial de Pichincha. (2012). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia Nayón 2012 - 2025*.
- Gómez, M. (2007). *La comunicación en las organizaciones para la mejora de la productividad: El uso de los medios como fuente informativa en empresas e instituciones andaluzas*. (Tesis doctoral). Universidad de Málaga, España. Recuperado de <http://www.biblioteca.uma.es/bbl/doc/tesisuma/17672697.pdf>
- Gumucio Dragon, A. (2004, Agosto). El cuarto mosquetero- la comunicación para el cambio social. *Revista de Investigación & Desarrollo*. 12, 2–23.
- Gumucio Dragon, A. (2011). Comunicación para el cambio social: clave del desarrollo participativo. En J. M. Pereira & A. Cadavid (Eds.), *Comunicación, desarrollo y cambio social. Interrelaciones entre comunicación, movimientos ciudadanos y medios* (pp. 19 - 35). Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.
- Nanda, S. (1994). *Antropología cultural: Adaptaciones socioculturales*. Quito: Instituto de antropología aplicada.
- Nayón Gobierno Parroquial. (2009). Recuperado de <http://www.nayon.gob.ec/>
- Pereira, J. M. (septiembre, 2003). Comunicación, desarrollo y promoción de la salud: Enfoques, balances y desafíos. [Web log post]. Recuperado de <http://www.comminit.com/la/node/149881>
- Quijia, T. (2015). *Revitalización identitaria a través de los imaginarios territoriales de Nayón*. (Tesis de Maestría). Universidad Politécnica Salesiana, Quito, Ecuador.
- Revista de Educación, (2002). Universidad de Huelva. Recogido de file:///D:/Downloads/ANALISIS_ESTRUCTURAL_SERGIO_MARTINIC.pdf
- Rodríguez, C. (2011). Trayectoria de un recorrido: comunicación y cambio social en América Latina. En J. Pereira & A. Cadavid (Eds.), *Comunicación, desarrollo y cambio social: interrelaciones entre comunicación, movimientos ciudadanos y medios* (pp. 37 - 56). Bogotá: Editorial Pontificia Universidad Javeriana.
- Rodríguez, C., Obregón, R., & Vega, J. (2002). *Estrategias de comunicación para el cambio social*. (R. Escobar, Ed.). Quito: Friedrich Ebert Stiftung. Recogido de https://www.researchgate.net/publication/269701665_Estrategias_de_comunicacion_para_el_cambio_social
- Taylor, S., & Bogdan, R. (1987). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Barcelona: Paidós. Recogido de <http://mastor.cl/blog/wp->

content/uploads/2011/12/Introduccion-a-metodos-cualitativos-de-investigaci%C3%B3n-Taylor-y-Bogdan.-344-pags-pdf.pdf

- Tufte, T. (2015). *Comunicación para el cambio social. La participación y el empoderamiento como base para el desarrollo mundial*. Barcelona: Editorial Icaria.
- Ulloa Tapia, C. (2007). *Comunicación, cultura y desarrollo*. Quito: Editorial Quipus.
- Unicef. (2006). *Elaborando proyectos de comunicación para el desarrollo*, 64. Recuperado de [http://www.unicef.org/argentina/spanish/EDUPAScuadernillo-2\(1\).pdf](http://www.unicef.org/argentina/spanish/EDUPAScuadernillo-2(1).pdf)
- Uranga, W. (2005). *Desarrollo, ciudadanía, democracia: aportes desde la comunicación*. Buenos Aires.
- Uranga, W. (2008). *Prospectiva estratégica desde la comunicación*. Buenos Aires. Recuperado de <https://catedrab-dcv.wikispaces.com/file/view/uranga.pdf>
- Vélez, J., Fierro, G., & Saltos, F. (Eds.). (2002). *Quito adentro. Identidad e historia*. Quito: Distrito Metropolitano de Quito.
- Yépez, R. E. (2015). *Identidad y pertenencia*. Quito: Pura imagen.

Anexos

Anexo I: Entrevista a profundidad a actores sociales de la Parroquia Nayón.

1. Objetivos de información de la técnica

- a. Identificar, desde la perspectiva de un miembro del GAD de Nayón, los objetivos y acciones de esta organización.
- b. Identificar, a través de todos los entrevistados, las características propias de la comunidad de Nayón.
- c. Distinguir los procesos y actividades de comunicación desde las narraciones de los entrevistados.
- d. Reconocer elementos clave que puedan ser tomados en cuenta para la planificación de este proyecto.

2. Aplicación de la técnica

Para esta etapa de la investigación, se tomarán en cuenta cuatro criterios que son: accesibilidad a la entrevista, ser nativos de Nayón, pertenencia a un grupo reconocido y actividades diarias que realizan en la Parroquia.

El primer criterio corresponde a la decisión expresa de los entrevistados de querer participar y aportar información. La técnica exige un acercamiento previo de la investigadora.

Para el segundo criterio, se ha considerado fundamental que los entrevistados sean personas nativas de Nayón, que han permanecido toda su vida en la parroquia, al igual que sus antepasados, con la finalidad de obtener información que muestren características reales de la organización estudiada.

Para el tercer criterio, los entrevistados deben ser parte de grupos sociales en la Parroquia. Es así que se ha tomado como grupos de influencia a los transportistas, propietarios de viveros y pequeños negocios, madres y padres de familia y ancianos; quienes se encuentran en contacto directo con el resto de la comunidad.

Finalmente, en el cuarto criterio, se consideró la realización de actividades diarias dentro de la Parroquia (cabecera parroquial). Esto permitirá obtener datos reales sobre cómo funciona Nayón y los procesos de comunicación entre las unidades de análisis estudiadas. Mientras la persona permanezca más tiempo en el lugar, significa que tiene más conocimientos que quienes salen por largas jornadas.

2.1 Identificación de posibles líderes de opinión

- Miembros representantes del GAD de Nayón:
 - Lourdes Quijia, Presidenta del GAD de Nayón.
 - Sandra Jarrín, Vocal de Desarrollo Económico y Social.
 - Luis Peralta, Vocal de Asesoramiento Jurídico y Seguridad del Nayón.
 - Lucía Gualoto, Vocal de Educación, Cultura y Deportes del GAD de Nayón, Ex esposa del ex presidente de la Junta Parroquia y Encargada de Casa Somos Nayón.
 - Paola Pillajo, Vocal de Salud, Medio Ambiente y Turismo del GAD de Nayón.

- Miembros representantes de la comunidad:
 Se identificará a un representante de los grupos estratégicos de la Parroquia, estas personas deben ser nativas.

2.2 Construcción de la muestra

Con la idea de quiénes deben ser los posibles entrevistados, se optará por realizar un procedimiento del método cualitativo de carácter estructural. Este método permite la obtención de la muestra de manera proporcional a las partes significativas del universo. Además con el método del análisis de contenido se puede extraer posibles temas a ser tratados con los entrevistados de acuerdo al grupo al que pertenecen.

Análisis estructural	Análisis de contenido
Se puede observar la siguiente estructura de acuerdo a los grupos de influencia detectados en el universo.	Contenidos que pueden ser tratados.

Cr a. Transportistas	Cr 1. Apreciaciones sobre el GAD de Nayón
Cr b. Propietario de viveros	Cr 2. Características de la comunidad nayonense
Cr c. Propietarios de pequeños negocios	Cr 3. Conocimiento de obras beneficiarias
Cr d. Madres y Padres de Familia	Cr 4. Flujos y canales de comunicación
Cr e. Ancianos	Cr 5. Manifestaciones donde predomina la comunicación.
Cr f. Miembro del GAD de Nayón	

3. Selección de entrevistados

Las personas de una comunidad, en su relación con la realidad, pueden ser parte de uno o más grupos influyentes dentro de la Parroquia. Entonces se espera que, de los entrevistados surjan distintas opiniones y puntos de vista desde la posición y experiencias vividas según el grupo al que pertenecen.

Se ha escogido el siguiente grupo de entrevistados:

- Lourdes Quijia: [Cr f (Presidenta). Cr 1. Cr 2. Cr 3. Cr 4.]
- Rosa Anaguano: [Cr b. (Dueño de vivero) Cr 1. Cr 2. Cr 3. Cr 4. Cr 5.]
- Lucía Gualoto: [Cr f (Vocal de Educación y Cultura). Cr 1. Cr 2. Cr 3. Cr 4.]
- Miguel Quijia: [Cr a (Presidente Coop. 26 de Julio). Cr 1. Cr 2. Cr 3. Cr 4. Cr 5.]
- Jeaneth Sotalín: [Cr c. (Dueño de vivero) Cr 1. Cr 2. Cr 3. Cr 4. Cr 5.]
- Paty Tupiza: [Cr a (Transporte de busetas). Cr 1. Cr 2. Cr 3. Cr 4. Cr 5.]
- Rodrigo Anaguano: [Cr a (Transporte de camionetas). Cr 1. Cr 2. Cr 3. Cr 4.]
- Mónica Anaguano: [Cr d. Cr 1. Cr 2. Cr 3. Cr 4]
- Diana Pillajo: [Cr c. (dueña de una frutería) Cr d. Cr 1. Cr 2. Cr 3. Cr 4. Cr 5]
- Petrona Anaguano: [Cr e. Cr 1. Cr 2. Cr 3. Cr 4]
- Mariana Gualoto: [Cr c. Cr d. Cr e. Cr 1. Cr 2. Cr 3. Cr 4]
- Johana Chicaiza: [Cr d. Cr 1. Cr 2. Cr 3. Cr 4]

Es posible que se realicen doce entrevistas, pero al realizarse ocho o diez en las cuales se puedan analizar todos los criterios, se habrán cumplido los objetivos de la recolección de datos.

4. Realización de las entrevistas

El tema principal de las entrevistas realizadas fue la “percepción y conocimientos que los sujetos de estudio tienen sobre el GAD de Nayón”. Además, el segundo tema tratado, e igual de fundamental, fueron las prácticas sociales de la comunidad, en donde la investigadora pudo identificar procesos de comunicación propios que servirían como base para la realización de este proyecto. La pregunta de lanzamiento con la que se inició las entrevistas fue “Hábleme sobre el GAD de Nayón” ó “Qué conoce sobre el GAD de Nayón”.

Todas las entrevistas fueron grabadas en audio y la información clave registrada en un cuaderno de investigación. Cabe recalcar que, dos de los entrevistados prefirieron que sus nombres sean utilizados como anónimos.

Todas las entrevistas se realizaron en la residencia o lugar de trabajo de los entrevistados. Por este motivo, las que se realizaron en los espacios de trabajo no fueron extensas y tienen un promedio de duración de seis minutos; a diferencia de las realizadas en residencias que se aproximan a la media hora.

Un inconveniente que se encontró al momento de empezar la entrevista, fue que al topar el tema del Gobierno Parroquial y lo que conocen de este, prefirieron no hablar. En una ocasión una persona a mitad de la entrevista se negó a continuar con ésta porque afirmó que no deseaba relacionarse con nada del Gobierno Parroquial⁵.

Otra limitación fue que los entrevistados, con quienes el acercamiento no fue muy estrecho, no se sentían en confianza; de modo que, la investigadora no era aceptada totalmente. No obstante, con quienes ya conocían a la entrevistadora y la aceptaban como parte de la comunidad, las conversaciones fluyeron y fueron de mejor calidad; por este motivo algunas de ellas tienen una duración menor a cinco minutos.

⁵ Esta entrevista no se ha tomado en cuenta para el análisis ya que la información obtenida fue escasa.

Listado de entrevistas.

Entrevistado/a: Lucía Gualoto			N° 1
Papel en la Parroquia: Vocal de Deportes, Educación y Cultura del GAD de Nayón. Encargada de Casa Somos Nayón.	Fecha: 22 de marzo de 2016	Lugar: Su residencia	Duración: 27 min 13 seg

Entrevistado/a: Miguel Quijia			N° 2
Papel en la Parroquia: Presidente Cooperativa de Transporte 26 de Julio	Fecha: 28 de marzo de 2016	Lugar: Estación de camionetas. Av. Quito	Duración: 29 min 51 seg

Entrevistado/a: Anónimo			N° 3
Papel en la Parroquia: Habitantes nativas de Nayón	Fecha: 22 de marzo de 2016	Lugar: Vereda de su casa. Av. Quito	Duración: 11 min 39 seg

Entrevistado/a: Johana Chicaiza			N° 4
Papel en la Parroquia: Habitante nativa de Nayón – Barrio La Unión Madre de familia de alumna clase de baile en Casa Somos	Fecha: 19 de marzo de 2016	Lugar: Su residencia Calle Mariano Cruz Tipán	Duración: 09 min 28 seg

Entrevistado/a: Anónimo			N° 5
Papel en la Parroquia: Chofer de buseta en Nayón	Fecha: 19 de marzo de 2016	Lugar: Calle García Moreno Parada de busetas	Duración: 03 min 57 seg

Entrevistado/a: Diana Pillajo			N° 6
Papel en la Parroquia: Propietaria de Negocio – Frutería	Fecha: 28 de marzo de 2016	Lugar: Su negocio. Av. Quito	Duración: 07 min 44 seg

Entrevistado/a: Mariana Gualoto			N° 7
Papel en la Parroquia: Propietaria de Negocio Tienda	Fecha: 22 de marzo de 2016	Lugar: Su negocio. Av. Quito	Duración: 03 min 46 seg

Entrevistado/a: Paty Tupiza			N° 8
Papel en la Parroquia: Chofer de busetas dentro de la parroquia	Fecha: 14 de marzo de 2016	Lugar: Su buseta. Recorrido a San Pedro del Valle.	Duración: 02 min 35 seg

Entrevistado/a: Rosa Anaguano			N° 9
Papel en la Parroquia: Propietaria de vivero en el barrio San Pedro del Valle	Fecha: 14 de marzo de 2016	Lugar: Su vivero. Calle Manuela Sáenz.	Duración: 03 min 23 seg

Entrevistado/a: Anónimo			N° 10
Papel en la Parroquia: Transportista Cooperativa 29 de julio	Fecha: 22 de marzo de 2016	Lugar: Estación de camionetas Vía al Valle	Duración: 03 min 08 seg

4. Análisis de contenido del discurso registrado en las entrevistas

El análisis de contenido se realizará a través de *temas (ejes semánticos)* que fueron tratados por los entrevistados, es decir, todas aquellas referencias que se convierten en relevantes para la investigación. Cabe mencionar que, la metodología de análisis pretende descubrir los componentes básicos de un elemento determinado extrayéndoles de un contenido dado. (Revista de Educación, 2002)

De acuerdo a los temas dados por los entrevistados y de interés para la investigación se han obtenido seis categorías de análisis que serán analizadas en el siguiente apartado:

4.1 Informe de resultados

Para el análisis de contenido, el primer paso fue realizar la transcripción de todas las entrevistas. Posteriormente, se construyó una matriz de ejes semánticos en la cual se resumió y esquematizó el contenido del discurso de los entrevistados sobre lo que conocen del GAD de Nayón y las características de la comunidad a la que pertenecen.

Cuadro: Matriz de ejes semánticos.

Entrevistado	Apreciaciones sobre el GAD de Nayón	Características de la comunidad	Canales de comunicación /Medios por el que reciben información
	Eje 1	Eje 2	Eje 3
1. Lucía Gualoto	Se llama Gobierno Parroquial de Nayón, pero la gente le tiene identificado como Junta Parroquial. La organización no cuenta con fondos propios sino que les asignan las entidades gubernamentales. Antes la Junta se manejaba sin sueldo. La Presidenta no tiene una buena relación con la comunidad. Los miembros del GAD de elijen por elección popular. El Gobierno de Nayón en la actualidad se maneja de una forma más política. “Ya nadie es por la camiseta”. Rinden cuenta a la población del dinero que ha ingresado a la Parroquia. No pueden atender a todos los barrios porque no tienen mucho presupuesto.	Cuando no existe presupuesto se propusieron ayudarse entre mujeres para trabajar por un tiempo y vender sus productos en fechas especiales. Los grandes viveros en Nayón manejan muchísimo dinero. La gente de Nayón se caracteriza por ser emprendedora, se buscan sus propios medios para sobrevivir. Antes en Nayón se conocían todos. Ahora uno va en Ecovía y ya no conoce a nadie.	Existe una página del Gobierno Parroquial pero la persona que administra la página no recibe información para subir. También existe una página de Facebook denominada “Nayón Noticias”. Antes existía una revista en la cual se gastaba diez mil dólares y contenía propaganda del Gobierno Parroquial. Existen asambleas que se comunican a través del perifoneo y envío de oficios a los representantes de la comunidad. Se manejan reuniones con los transportistas quienes son bastante ‘pegados’ al Gobierno Parroquial.
2. Miguel Quijia	Antes de que sea Junta Parroquial se llamaba Gobernación y los que dirigían eran los gobernadores. No había Junta Parroquial, pero era un poco de gentecita que se dedicaba a	Nosotros nos caracterizamos en si por ser un pueblito en desarrollo, somos buenos emprendedores. Antes la gente de Nayón vivía de la agricultura, tenían abundancia y producían de todo. Cuando la agricultura	Anteriormente, una forma de convocar a la gente era el uso del tambor. Ahora los transportistas se comunican con la Junta a través de oficios. La comunicación entre el GAD y la comunidad se da a través de hojas

	<p>hacerse como representantes de la parroquia y eran cuatro, cinco personas. Los gobernadores se encargaban de recoger ofrendas para el cura de la parroquia.</p>	<p>dejó de ser la actividad principal se tomó como alternativa la producción de plantas ornamentales o plantas frutales. La nueva juventud se ha despreocupado totalmente de ese lazo social que había, ya no existe solidaridad con el vecino. Había un respeto total entre vecinos. Una forma de comunicación era un silbido. Una característica es que todos nos saludamos. Antes mis abuelitos hablaban en quechua. Los nuevos habitantes utilizan el discurso de “yo soy de la ciudad, tú eres del pueblo”. Entre la gente de Nayón existe confianza, todavía no se ha perdido la confianza entre los vecinos.</p>	<p>o del perifoneo.</p>
<p>3. Mónica Anaguano y Anónimo</p>	<p>El GAD ha hecho un montón de cosas pero no para la gente. No han hecho nada de bueno. Con la nueva Junta no hemos visto nada de nada.</p>	<p>Los mayores antes se vestían como se dice antes y disculpe, de anaco. Antes se dedicaban a cultivar en el campo en los terrenos de los “patrones hacendados”. Hablaban quichua. Los jóvenes ahora se hacen más a lo urbano. Todos utilizaban baeta como los de Otavalo.</p>	<p>Hablan de reuniones pero no hemos ido.</p>
<p>4. Johana Chicaiza</p>	<p>Ahora la Junta ha abierto varios espacios para los jóvenes, me imagino que hace la Junta, no estoy muy segura. No estoy muy segura de que la Junta haya ayudado mucho. Más bien los del barrio nos hemos movilizad. Hay solamente dos o tres personas que veo que trabajan ahí pero no se a que se dedican, no sé qué cargos tienen, no sé qué beneficios nos pueden dar. Cuando el señor Cornejo fue</p>	<p>A medida de que las personas han venido incrementando el negocio de los viveros, para nosotros nos ha beneficiado porque la gente ya nos conoce, nos han mejorado las carreteras para los turistas.</p>	<p>Me han informado mis papas, ósea se han enterado no sé en dónde, pero ellos nos informan a nosotros. Antes pasaban por los carros dando información, así con los parlantes.</p>

	el Presidente de la Junta Parroquial, yo sentía que se vivía mejor.		
5. Anónimo	En la práctica no se ve obras, no sé si falta de gestión. Los personeros de la Junta Parroquial poco o nada han sabido dar a conocer.	No nos interesamos en lo que pasa en la Parroquia. Deberíamos ser partícipes como moradores, como ciudadanos de la Parroquia.	Nunca he visitado la página web y no me interesa tampoco.
6. Diana Pillajo	Las fiestas sí organiza la Junta Parroquial. Me imagino que sí hace algunas obras. Como que hace bien y otras como que no hace, pero ahí le da.	De anaco éramos antes. Como dice la gente antigua, de lo que era antes ya todo ha cambiado, ahora ya hay otra gente que vino de fuera y les molesta lo que nosotros hacemos. Uno antes se entendía con la gente de aquí del pueblo, se entendía, se conocía. Ahora la gente ya no, ya se pierde las tradiciones.	El barrio se organiza con reuniones. Nos comunicamos conversando y dialogando. La Junta Parroquial, pasan informando los parlantes y se pasean por las calles dando noticias. Conozco de las reuniones que se hacen en la Casa Comunal.
7. Mariana Gualoto	Yo que tengo veintiséis años mi tiendita, nunca he recibido nada del Gobierno Parroquial. Los miembros del GAD de Nayón son hasta peleados porque ahora hay sueldo, antes no había sueldo pues.	Es que ahora Nayón ha crecido mucho y en parte es negativo, no ve que viene gente de fuera y eso ya se contamina aquí;	De repente pasan unos carros dando información.
8. Paty Tupiza	Como transportistas, la Junta nos está apoyando para que nos formemos las furgonetas y hagamos recorrido al valle. Por el barrio he visto que han acomodado la cancha y así.	Mi familia se dedicaba a la agricultura como todos por aquí.	Saben hacer sus asambleas pero no, no. Ni asisto yo. Una amiga me contó que ahí hay el internet para los niños gratis, para que hagan los deberes. Supe que había una revista y la página de la Junta.
9. Rosa Anaguano	Simplemente nos unimos a que nos ayuden con charlas de mejor calidad y eso.		Por los anuncios que ponen en cualquier ventana de algún negocio. Dicen que en la revista de Nayón que hay, ahí dicen que están informando, La verdad no

			he visto pero.
10. Anónimo	Nosotros hemos pedido que nos colaboren con operativos para acabar con la informalidad, ni si quiera eso han hecho.	Nosotros al contrario, les apoyamos a ellos.	

Entrevistado	Problemas de comunicación mencionados	Asistencia y apoyo a las obras del GAD de Nayón	Prácticas culturales donde predomina la comunicación
	Eje 4	Eje 5	Eje 6
1. Lucía Gualoto	La imagen del Gobierno de ve afectada por la falta de identificación con la actual Presidenta. La persona que administra la página no recibe información para subir. Cuando hay una obra en un barrio se socializa solamente en ese barrio. No se hacen inauguraciones.	Anteriormente existía poca participación ciudadana. En algunos programas hay bastante participación aunque la gente no se interesa del todo en las cosas. A talleres con instructores la gente no asiste, pero cuando se convoca al festejo de las fiestas, ahí si asiste toda la población.	La minga se perdió desde el Gobierno anterior. Antes era lindísimo porque todos salían a la minga. Recientemente se ha rehabilitado la casa comunal del barrio San Pedro a base la minga.
2. Miguel Quijia		La gente no se involucra y no muestra interés. Cuando se trata de festejos y actividades sociales la gente si va, pero cuando es para ir a la reunión de la Junta, no van. Son buenos para criticar, qué hicieron, dónde está la plata pero no para apoyar al GAD de Nayón.	Las fiestas más importantes son la temporada de San Pedro en Junio con las fiestas de San Pedro y San Pablo. En estas fiestas- a manera de gratitud- se hacía una reverencia a la naturaleza, recogían el maíz seco y hacían la “fanga yanga”. Se debería rescatar la minga. La Banda de pueblo en Nayón es importante, existen tres bandas, una de ellas es del barrio de Tanda.
3. Anónimo		Hacen reuniones pero no hemos ido.	
4. Johana Chicaiza	Hay cosas que ellos hacen pero no nos comunican o muchas veces, como las		

	<p>personas trabajamos por fuera no estamos al tanto de muchas cosas. Pero solamente le dicen acercarse a la Junta Parroquial y si no nos acercamos no sabemos que más se puede hacer. La Junta debe darse a conocer más, o sea que visiten más a las personas.</p>		
5. Anónimo	<p>No conozco nada porque uno no está en comunicación con los miembros de la Junta Parroquial. Se desconoce porque no se ve en la práctica.</p>	<p>Al informe anual uno asiste a veces.</p>	
6. Diana Pillajo	<p>Se ve medio medio que han hecho algo pero de ahí que nosotros enteramos directamente, eso si nunca, ni cuándo han hecho, ni qué han hecho, ni en qué han gastado.</p>	<p>No he ido a las reuniones porque no ha habido tiempo y casi no me interesa.</p>	<p>Las fiestas de Santa Ana. Que son el 26 de julio. Se celebra a la Santa Anita y San Joaquín. Hacen bailes, disfrazados, juegos pirotécnicos. La fiesta propia es cuando el sacerdote inicia la misa el sábado. El domingo es la fiesta con los disfrazados, la banda y toda la gente vamos acompañándoles con comida. La Minga es para abrir o limpiar las carreteras. Ahora las mingas se hacen con tractores.</p>
7. Mariana Gualoto	<p>Yo en todo el tiempo que tengo mi tienda, nunca he recibido nada de la Junta.</p>		<p>Las mingas. Antes hacíamos todos los domingos. El pueblo entero se levantaba, antes era la unión sobre todo.</p>
8. Paty Tupiza		<p>Yo no asisto a las asambleas.</p>	
9. Rosa Anaguano		<p>No he ido a las reuniones ni a las actividades de los niños por falta de tiempo.</p>	
10. Anónimo	<p>En nada nos ayudan, ni para controlar la informalidad de algunos transportistas. Aunque sea que hablen con los del Municipio.</p>		

4.1.1 Apreciaciones sobre el GAD de Nayón.

A través del discurso obtenido, se concluye que todos los entrevistados conocen al GAD de Nayón por otro nombre que es el de “Junta Parroquial”, esto provoca una mala identificación de la comunidad con la organización. De igual manera, la mayoría de los entrevistados, incluso quien es parte de la institución estudiada, hablan de que en tiempos pasados la Junta Parroquial, como la dominan, se manejaba de mejor manera y los representantes actuaban por amor a la Parroquia y no por el sueldo. Otra de las apreciaciones detectadas los informantes conocen poco o nada sobre las obras y beneficios que ofrece el GAD de Nayón, algunos de ellos mencionan que no han visto nada a favor de comunidad o no saben distinguir con exactitud qué es lo que ha hecho su representante. Los únicos atributos que se le atribuyen al GAD es la organización de las fiestas parroquiales, y un entrevistado afirmó que como transportista sí ha recibido apoyo del GAD.

4.1.2 Características de la comunidad.

Los entrevistados han nombrado atributos propios de la comunidad de Nayón, han mencionado que son un pueblo de emprendedores, de gente solidaria, cordial con los vecinos. La mayoría indicaron que, antes los nayones tenían como actividad económica principal a la agricultura pero como han buscado su propio desarrollo optaron por desempeñarse también como productores de plantas, actividad que en la actualidad es la más importante. Muchos de ellos, al pedirles que hablen sobre este tema, trajeron memorias del pasado en las que mencionaron que antes se hablaba quichua, que la vestimenta era similar a la de los Otavalos y que eran un pueblo pequeños y unido.

Si bien hablaron de atributos positivos, también lo hicieron de aspectos negativos. Algunos entrevistados afirman que la llegada de nuevos habitantes a la Parroquia ha traído varios cambios desfavorables a su forma de vida, ya no existe tanta unión y confianza entre toda la comunidad y los jóvenes se han involucrado en el mundo urbano y su estilo de vida, olvidándose de sus costumbres y tradiciones.

4.1.3 Canales de comunicación y medios por los que reciben información.

La forma de comunicación que más se mencionó fueron las reuniones y asambleas. Estos espacios de comunicación se aplican para tratar distintos temas entre las autoridades del GAD de Nayón con la comunidad y entre la comunidad en sí. Otro medio reconocido por los entrevistados fue el perifoneo y folletos o revistas que se han entregado eventualmente. Además los entrevistados afirman informarse sobre el GAD de Nayón y sobre otros asuntos a través de rótulos colocados en ventanas de cualquier negocio. Tres personas conocen sobre la existencia de una página web del GAD de Nayón aunque nunca accedieron a esta. También se mencionaron prácticas comunicativas que se han olvidado con el paso del tiempo como los llamados a través de silbidos o mediante el tambor. Finalmente, la forma de comunicación que predomina entre la comunidad es la comunicación interpersonal, es decir los comentarios que llegan del círculo social.

4.1.4 Problemas de comunicación mencionados.

En los relatos de los entrevistados se halló ciertos problemas de comunicación. Varios de ellos se refieren de forma negativa a la autoridad principal del GAD de Nayón lo que evidencia la escasa identificación de la comunidad con la organización. Otro conflicto es que las obras que se realizan no son socializadas al pueblo, lo que provoca que la gente desconozca las acciones que esta organización realiza a favor de la Parroquia y de la población. A su vez, el hecho de no compartir esta información también ocasiona comentarios negativos sobre la organización estudiada. Surgieron recomendaciones de los entrevistados que aconsejan a la Junta Parroquial darse a conocer e ir a hablar directamente con la gente.

4.1.5 Asistencia y apoyo a las obras del GAD de Nayón.

En este punto se han identificado varios inconvenientes. En primer lugar, los entrevistados aceptan que ellos como moradores no se preocupan del todo por lo que sucede en la Parroquia. Muchos mencionan que cuando se trata de actividades serias o reuniones para tratar temas de interés general, la comunidad no acude; pero cuando se trata de organizar o asistir a festejos y fiestas, todos están ahí. Todos los informantes conocen que la 'Junta Parroquial' realiza reuniones y asambleas para brindar información o discutir

asuntos determinados; sin embargo ninguno de los miembros de la comunidad ha asistido o ha apoyado al Gobierno Parroquial.

4.1.6 Prácticas culturales donde predomina la comunicación.

Existen dos manifestaciones culturales mencionadas casi por todos los entrevistados. La primera es la minga, actividad que años atrás se practicaba con más regularidad. Todos concuerdan en que esta actividad propiciaba la unión y participación de toda la comunidad y con la finalidad de cuidar y mejorar ciertos aspectos de la Parroquia. Afirman que la minga ya casi no se realiza y si se realiza, se hace con maquinaria moderna.

La otra actividad cultural predominante en Nayón son las fiestas patronales en honor a Santa Anita, en donde si se le atribuye la organización a la ‘Junta Parroquial’. Algunos de los entrevistados han descrito como es el proceso de organización y festejo, en donde los actores principales son el prioste, el Cura, los disfrazados y la banda de pueblo. Para llevar a cabo la fiesta más grande de la Parroquia cada uno de los barrios se organiza a través de reuniones. También se habló de otras fiestas que tienen similar preparación como las de San Pedro y San Juan y las celebraciones de finados.

Anexo 2. Observación participante.

Ficha de observación N° 1: Observación participante en las fiestas de San Pedro.

Objeto de observación:	Conocer, a través de las fiestas de San Pedro, las prácticas sociales de Nayón donde predomina la comunicación.		
Fecha:	26 de junio de 2016		
Lugar:	San Pedro del Valle – Calle Manuela Sáenz		
Hora:	11h30	Duración:	1 hora 40 min
Rol del observador en la actividad:	Invitado en las celebraciones		
Descripción de la actividad: <ul style="list-style-type: none">- Antes de iniciar el desfile y la fiesta en sí, los diferentes grupos artísticos y las comparsas se preparaban, repasaban sus números y bebían licor.- Las calles principales fueron cerradas y cuidadas por los moradores de la zona para impedir el paso de vehículos.- La fiesta inició con el discurso del prioste quien dio la bienvenida al pueblo a la fiesta que festejan desde siempre.- A continuación, empezó el desfile con distintos números artísticos. Hubo danzas folklóricas acompañadas de música local y cantos en quichua, desfilaron un grupo de niños en una banda de guerra y los payasos típicos de las fiestas andinas. También circularon carros alegóricos que pertenecían a las distintas familias de la zona, esto se evidenció ya que llevaban carteles con los apellidos de la familia; una característica de los carros alegóricos es que llevaban las plantas que se venden en Nayón. Por último, desfiló la reina de San Pedro del Valle.- El desfile terminó frente al parque del barrio, en donde les esperaba la banda de pueblo “Santa Ana de Nayón”. En ese momento empezó el baile al que se unieron el resto de la población y los visitantes de afuera.- Una particularidad fue que en un momento de la fiesta, algunas mujeres del barrio llevaron una canasta con frutas, gallinas y cuyes, la cual colocaron en la mitad de la calle. Los bailarines, disfrazados y el resto de la comunidad empezaron a bailar alrededor de las ofrendas.• En este momento la observadora participó en el baile y la comunidad la trató como parte de esto. Algunos payasos le pintaron la cara y la sacaron a bailar como ellos.			
Aspectos importantes para la investigación:			

- La comunidad se organizó a través de reuniones para organizar las fiestas de San Pedro.
- El dirigente de las reuniones fue el Presidente del barrio en conjunto con el Prioste.
- En este tipo de actividades toda la comunidad se comunica y se interrelaciona y apoyan todo lo que se deba hacer porque es parte de sus festejos como pueblo.

Fotografías:



Ficha de observación N° 2: Observación participante como voluntaria en Casa Somos Nayón.

Objeto de observación:	Identificar las formas y procesos de comunicación de la comunidad al ser parte de una actividad en beneficio de la población.
Fecha:	Febrero y marzo de 2016
Lugar:	Casa Somos Nayón o Casa comunal.
Rol del observador en la actividad:	Maestra de danza de las niñas de la parroquia.
Descripción de la actividad:	
<ul style="list-style-type: none"> - La investigadora se involucró como voluntaria en Casa Somos Nayón para dar clases de ballet y danza a las niñas de la Parroquia. - Este voluntariado duró los meses de febrero y marzo, se dieron dos clases semanales. - Durante este periodo, las madres de familia y las niñas tuvieron una buena relación con la investigadora. Esto permitió que se realicen algunas de las entrevistas. 	

Aspectos importantes para la investigación:

- Cuando la investigadora inició como maestra de las niñas de la parroquia, recibió una buena acogida por las madres y padres de familia, e incluso por abuelos quienes acompañaban a sus nietas a las clases.
- En ocasiones, cuando la investigadora circulaba por las calles de la parroquia era reconocida por algunos miembros. Las niñas corrían a la saludarla y las madres de familia la saludaban afectuosamente.
- A través de esta actividad se distinguieron formas en que la comunidad acostumbra a comunicarse, por ejemplo:
 - Las madres de familia se conocen entre sí y acostumbran a ir a la ‘Junta Parroquial’ para conocer actividades extracurriculares para sus niñas.
 - Estos espacios como Casa Somos y la Casa Comunal funcionan como espacios de intercambio de información.
 - Este grupo -que son las madres y padres de familia y los abuelos- actúan como voceros informales, ya que comparten la información que reciben cuando acuden a estos espacios donde existen grandes flujos de información. Esta información luego la llevan a otros circuitos de información como el Parque central, la Iglesia, sus hogares y sus negocios.

